

UN YACIMIENTO AÚN NO AGOTADO

MANUEL J. PRATS GUARDIA

ECOTONO, Equipo Consultor en Medio Ambiente, Turismo y Desarrollo

Hace unas semanas leía que, en determinada región española -no sería correcto señalar aquí cuál y tampoco tiene mayor importancia, créanme- el turismo rural daba ya signos de agotamiento. Y que el declive venía dado por el éxito cosechado ya que, a pesar de contar con unos excepcionales recursos, la oferta empezaba a ser muy amplia y, por tanto, el potencial de crecimiento iba descendiendo. Quienes esto opinaban, daban así por prácticamente agotado uno de los principales nuevos yacimientos de empleo en esa región. En mi opinión, se equivocan.

Si releen *El Futuro del Mundo Rural* -se lo recomiendo vivamente- este informe de 1988 preveía que el turismo era una actividad prometedora para el futuro del mundo rural, ya que respondía a una demanda cada vez más numerosa que permitiría salvaguardar el patrimonio doméstico, y crearía empleos comple-

actúe como motor de nuevos empleos. Además, esta actividad debiera servir para promover un incremento en la inversión en servicios, infraestructura y equipamientos, a la par que revitalizase otras actividades como la artesanía, el comercio o la propia agricultura, o que influyese en las acciones de salvaguarda del patrimonio. Difícil, ¿verdad? Pero la dificultad se convierte en reto, máxime cuando las necesidades siguen vivas.

Las claves para el futuro pasan por el diseño, la promoción, y la comercialización de productos completos, el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, la agrupación de productores...

Parece poco cuestionado que las actividades de turismo, ocio y esparcimiento en el medio rural tienen factores muy positivos, como las oportunidades para el acercamiento a la naturaleza y el conocimiento de ecosistemas, nuevas culturas y otras gentes; el aumento de la conciencia ambiental; la creación de nuevos mercados para economías locales y nacionales; y la potenciación del valor de conservación frente a otros usos del espacio. Sin embargo, son un fenómeno ambivalente pues pueden generar impactos negativos en los medios natural, económico, cultural y social. Inclinar esa ambivalencia que aquí se menciona hacia su lado negativo o positivo depende del acierto en las medidas de planificación, gestión, seguimiento y evaluación que se empleen, sin olvidar que también deben mantener el atractivo de la oferta y conseguir la satisfacción de los clientes.

mentarios o alternativos a la agricultura. Asimismo, planteaba que, para tener un mayor provecho del mismo, deberían mejorarse las prestaciones turísticas mediante ayudas, estimularse la realización de una oferta turística más elaborada, tendente a ofrecer productos completos, e integrar el turismo como una apuesta por la diversificación de la actividad agraria tradicional.

El *producto turismo* rural debería contar entre sus características el favorecer un equilibrio entre los sistemas ambiental, social y económico, o que sea capaz de aportar un complemento de rentas a la población local, al mismo tiempo que

Este tipo de turismo se sustenta fundamentalmente en los recursos naturales y culturales existentes y, a diferencia del turismo costero o de ciudades, se caracteriza por un predominio de las iniciativas locales, con pequeñas inversiones que han sido apoyadas, y en muchos ca-

sos subvencionadas, por las Administraciones Públicas. Los alojamientos rurales, en sus distintas categorías y denominaciones según las Comunidades Autónomas, han sido los principales productos que se han desarrollado hasta el momento. En 2001, en España existían censados 5.700 alojamientos de turismo rural, cuando en 1989 eran sólo 250 los establecimientos existentes. La cifra del pasado año representa el 1,7% del total de alojamientos, y acogieron 3,3 millones de pernoctaciones. En términos económicos, este segmento turístico supone unos ingresos cercanos a los 1.800 millones de euros anuales. Es una gota en el océano.

A nadie se le escapa que los programas de desarrollo rural han incidido de una manera fundamental en el crecimiento de la oferta de esta modalidad turística, especialmente con la creación de alojamientos rurales. Las Iniciativas Comunitarias LEADER I y II han supuesto un fuerte apoyo para el turismo en el medio rural. Entre ambas, las inversiones superarán ampliamente los 525 millones de euros.

En el marco de los programas LEADER, la mayoría de las acciones desarrolladas hasta ahora lo han sido en el grupo de la reforma o nueva construcción y equipamiento de edificaciones rurales para el alojamiento (casas rurales y similares), además de hoteles rurales, restaurantes, bares y mesones, campings o cabañas. A ello se añadiría, de forma muy modesta, labores de divulgación, promoción y asistencia a ferias. Más allá se sitúan las inversiones en la denominada *oferta complementaria*. Y han sido testimoniales los apoyos a otros segmentos tales como el diseño, acondicionamiento, señalización y promoción de rutas tradicionales; la oferta complementaria de naturaleza, cultural o deportiva; los inventarios de recursos; los estudios de mercado; o el apoyo a la organización empresarial.

Aunque el número de pernoctas aumenta sin cesar, el elevado incremento de la oferta de alojamiento ha motivado que los niveles de ocupación sean, hoy por hoy, muy bajos. A ello vienen a añadirse -quizás siendo el origen de muchos problemas- la elevada especificidad en la normativa reguladora de las distintas Comunidades Autónomas en el caso del alojamiento rural; o su ausencia, en la mayoría de las regiones, para la oferta complementaria. A lo que habría que añadir el error de que este sector haya sido tratado bajo los estándares de calidad y confort del turismo convencional, lo que lleva a la confusión del consumidor y, por ende, al no adecuado aprovechamiento de una actividad singular, verdaderamente interesante, y con un elevado potencial.

Quizás, las claves para el futuro pasan por el diseño, la promoción, y la comercialización de productos completos y combinados que aumenten el número de pernoctas o la desestacionalización; el aprovechamiento de las nuevas tecnologías; la agrupación de productores; la sostenibilidad ambiental; la apertura al olvidado -y no por ello menos importante- mercado exterior; los procesos tendentes a garantizar la calidad turística global; el agroturismo; y, como no, por una apuesta en la capacitación de los recursos humanos.



Aún hoy permanecen, como protagonistas, los elementos que actuaban como señales de alarma en el medio rural de hace dos décadas. Y, sin embargo, una de las actividades por todos señaladas como principal solución, empieza a ser vista por algunos como prácticamente agotada. Pero, más bien al contrario, creo que es ahora cuando debemos afrontar los hechos y las oportunidades que se nos abren, reorganizando las piezas que tenemos, incorporando otras nuevas, experimentando nuevas conexiones entre ellas y, por qué no, desechando muchas otras que se han mostrado como erróneas.

Es ahora cuando les propongo que realicemos el siguiente ejercicio: intentemos localizar la palabra *turismo* en la Comunicación de la Comisión sobre LEADER+. No la encontraremos. Tendremos que construirla a través de integración, participación, innovación, movilización, intercambio, adaptación, reto, método, calidad, conocimiento, empleo, tecnología, sostenibilidad, transferencia, estrategia, oportunidad, cooperación, organización, acción, equilibrio, transparencia, experimentación, personas y vida. Éstas sí aparecen. Y el turismo rural necesita de todas ellas. 🍷

Establecimiento adherido al Club de Calidad Casonas Asturianas en Fitoria de Arriba.

Foto: Maribel Aguilar.