

EDITORIAL

HACIA UN NUEVO TURISMO RURAL

El espectacular crecimiento del turismo rural en España no puede entenderse sin el concurso de LEADER. Las iniciativas comunitarias son, en gran medida, responsables de un éxito del que dan fe algunas cifras: si en 1994 existían en todo el territorio nacional 1.077 establecimientos de turismo rural, en el año 2007 esta cifra se ha incrementado hasta alcanzar alrededor de 11.300, con una oferta de más de 100.000 plazas. Un crecimiento similar se ha producido en el número de pernoctaciones: unas 550.000 en 1994 y cerca de 7,5 millones en 2006.

A la creación de esta oferta han contribuido en buena parte LEADER y PRODER. Los Grupos han apoyado, además, numerosas actuaciones para incrementar la oferta de ocio –museos, empresas de turismo activo, agroturismo...– y los recursos turísticos de las comarcas, a través, entre otros, de la valorización del patrimonio cultural, natural y etnográfico. Con todo ello, el turismo rural se ha erigido en un potente factor de desarrollo. Hoy, superada ya la fase inicial, que con demasiada frecuencia ha identificado turismo rural con oferta alojativa, el sector se enfrenta a nuevos retos y a la búsqueda de nuevas soluciones que garanticen su competitividad en el mercado.

En este diagnóstico coinciden todos los expertos que han colaborado en este número monográfico de Actualidad LEADER. Es la hora, señalan, de que los territorios rurales apuesten por una planificación estratégica que investigue los recursos turísticos, analice la demanda potencial, defina los objetivos, diseñe programas y productos y cuantifique las necesidades de inversión. Se trata, en definitiva, de conocer mejor lo que demanda el cliente y de crear una oferta global de calidad –un verdadero producto turístico completo– a la medida de un nuevo turista cada vez más informado y exigente y con un enorme abanico de opciones cada vez más accesibles gracias a herramientas como Internet.

Pero, además, esa planificación estratégica –y en esto también coinciden todos los expertos– debe abordarse desde un serio compromiso con los postulados del desarrollo sostenible, desde la responsabilidad con la conservación de los recursos naturales, que son parte intrínseca del mundo rural. Si, como sucede con frecuencia, el turismo rural tiene como escenario un espacio natural protegido, ese compromiso es aún más necesario. Herramientas como la Carta Europea del Turismo Sostenible en espacios naturales protegidos están ayudando a muchas comarcas –el caso de la Garrotxa, que recogemos en este número, es un buen ejemplo– a planificar de forma sostenible y desde el acuerdo y el diálogo entre instituciones públicas y operadores privados.

Por tanto, los caminos por los que debe transitar el turismo rural del futuro parecen claramente dibujados. Planificación, calidad y sostenibilidad son las claves.

