

# LOS RETOS DEL TURISMO RURAL

JULIO GRANDE. Director de SEPINUM.



El número de pernoctaciones ha pasado de las 550.000 de 1994, a 7.450.693 en el año 2006. Alojamiento rural en Hondarribia.

Foto: Joaquín Guijarro.

**E**n 1986 se ponían en marcha los primeros proyectos experimentales de desarrollo territorial en base a la actividad turística rural. En 1994, primera fecha en la que se efectúa un censo de casas de turismo rural, existían en todo el territorio nacional 1.077 establecimientos; en el mes de marzo del año 2007 esta cifra se elevaba a 11.308 con más de 100.000 plazas en el mercado, un crecimiento verdaderamente espectacular. Lo mismo sucede con el número de pernoctaciones: si en el 1994 el número estimado de pernoctaciones rondaba las 550.000, en el año 2006 la cifra se sitúa en 7.450.693.

Sin embargo este rápido crecimiento no ha estado exento de dificultades y, quizá como consecuencia precisamente de ésta acelerada dinámica, se han producido o se están produciendo algunos desajustes que, de no ser corregidos y abordados, pueden poner en riesgo la viabilidad de un sector larga y concienzudamente construido y que sin duda debe jugar un papel fundamental en el futuro del medio rural.

Quizá el primer dato a considerar a la hora de abordar la situación del turismo rural es el del aumento de la oferta. Tanto el número de casas de turismo rural como de hotelería clasificable dentro del producto rural ha sufrido un vertiginoso incremento, colocándose en muchas ocasiones por encima del crecimiento de la demanda.

El turismo rural se ha convertido en uno de los pilares sobre los que se apoyan numerosas estrategias de desarrollo rural. Su rápido crecimiento en los últimos 20 años obliga, sin embargo, a corregir desajustes como la dispersión de normativas y denominaciones, la aparición de una oferta ilegal o el desequilibrio entre oferta y demanda.

Sería pues recomendable planificar una tendencia de ajuste de los ritmos de crecimiento de oferta y demanda, regulando de forma diferente las estrategias de incentivación que, probablemente, en los próximos años deberían orientarse más a la mejora de la calidad y a la construcción de producto.

## Más que un alojamiento

Es precisamente este aspecto otro de los que es necesario abordar. La equiparación que se ha producido entre *producto turismo rural* y *oferta alojativa turismo rural/casa rural* si bien ha sido útil durante unos años gracias al efecto novedad, hoy se está quedando obsoleto. Se hace así imprescindible mejorar nuestro sistema de producción turística que, apoyado en una oferta específica como es el caso de la alojativa clasificada como rural, proponga al público una oferta de ocio atractiva y completa que, ni que decir tiene, es mucho más que dormir en una tipología de establecimiento. Esta es una asignatura pendiente que nos obligará a un replanteamiento de las estrategias si queremos mantener la competitividad en el mercado.

De histórico podríamos considerar el problema de la dispersión de normativas y denominaciones. Desde las Comunidades Autónomas se han publicado numerosos reglamentos y leyes para ordenar el sector, no todos coincidentes y

que presentan una enorme diversidad de tipologías alojativas similares pero no comparables que provoca una importante confusión en un público que no entiende, ni tiene por qué hacerlo, qué significa tanto nombre y sobre todo qué se le garantiza con los mismos. Esta situación es espionosa en el mercado interior, pero hace verdaderamente difícil la penetración en el mercado internacional, uno de los principales nichos de crecimiento en un futuro inmediato

Es necesario simplificar este escenario de denominaciones, logotipos y reglamentos y ofrecer al público una oferta asequible y garantizada. El problema es muy complejo y no va a tener una solución ni rápida ni sencilla. Pero es necesario empezar a corregir el escenario estableciendo políticas de consenso y convergencia que permitan poco a poco ir aproximando posiciones. Una buena medida sería poder disponer de un documento común de ámbito estatal que sirviera de modelo.

### Unificar categorías

En relación con esto, y dada la diferencia de calidades y tipos de establecimientos existentes, sería adecuado, como un primer paso, poder establecer sistemas de categorías en los establecimientos, al igual que ocurre en el resto del sector turístico. Unas categorías que no fueran similares, sino idénticas, en todo el país y que ofrecieran una información más precisa sobre la oferta. Esta tampoco es labor sencilla y desde luego debe hacerse con todo el rigor y to-

## Es necesario simplificar el actual escenario de diversidad de denominaciones, logotipos y reglamentos

do el respaldo público que la ambición de la actuación merece. Los sistemas de clasificación deben estar adecuadamente establecidos y homologados y los procesos de certificación deben realizarse con todas las garantías por terceros.

Arrancar estos procesos no va a ser sencillo, por eso debe ponerse el máximo cuidado en *hacerlo bien*, sin precipitaciones ni arrogancias, favoreciendo un ambiente de encuentro y evitando introducir un nuevo ruido en un ambiente ya de por sí alborotado.

Pero además y sobre todo es necesario que abramos un proceso nuevo de reflexión del turismo rural. Tras estos 20 años de desarrollo he-

### Competencia desleal

En los últimos años ha emergido con fuerza un problema que puede poner en grave riesgo al sistema del turismo rural: la aparición de una oferta ilegal que empieza a alcanzar cotas intolerables. Este no es desde luego un problema nuevo en el mundo del turismo, pero lo que hasta ahora era un tanto anecdótico en nuestro sector, se ha convertido en la actualidad en una competencia desleal de un volumen tal que en algunas regiones está causando ya unas importantes pérdidas. Y tenemos que suponer que el proceso está todavía en una fase de expansión. A esto hay que sumar la generalización de modelos de turismo residencial y de presión inmobiliaria que desde otros destinos ya saturados se están desplazando hacia las áreas rurales y de interior. Dos situaciones que obligan a tomar medidas concretas. En el primer caso con un refuerzo de la inspección turística no sólo en el número de funcionarios sino, y probablemente esto sea más importante, con una ampliación competencial que les permita ser más eficaces. Pero el trabajo policial no es el único. Hay que incrementar la información al público, sensibilizar a las administraciones y, por último, implicar al propio sector en la defensa de sus intereses mediante su participación, su buen hacer y, si fuera necesario, mediante la presentación de las oportunas denuncias contra aquellos que operan ilegalmente y que tanto daño están haciendo.

mos cubierto muchas e importantes etapas en los que los programas LEADER y PRODER han jugado un papel fundamental. Pero nos enfrentamos ahora con nuevos retos desde la aplicación de las nuevas tecnologías a la promoción y la comercialización, donde se va a jugar probablemente el futuro del sector, hasta el papel que el turismo va jugar en el futuro del desarrollo y la ordenación de los territorios rurales.

Hemos trabajado sobre unos modelos que han funcionado hasta ahora pero que es necesario revisar y consensuar para seguir levantando de manera sólida este edificio del que hasta ahora hemos puesto sólo los cimientos. Un modelo de todos y para todos que plantee los marcos teóricos y operativos para resolver los problemas y los retos actuales y futuros.

Este es sin duda nuestro apasionante reto para los próximos años. 🍏