

## Introducción: La emoción en primer lugar

Al examinar la literatura existente sobre los progresos experimentados por el turismo rural en casi todo el mundo, se podría deducir que el habitante de las ciudades busca, cada vez más, el contacto con el medio rural. ¿Qué ocurre en la realidad?

El turismo rural es un sector económico y social en pleno crecimiento, ello explica el interés que manifiestan un número cada vez más importante de operadores (promotores e inversores en particular). ¿Es pertinente este interés?

La organización y las prestaciones del turismo rural experimentan debilidades crónicas, en materia de definición de la producción y de eficiencia en la distribución. Por ello, conviene ordenar rápidamente este paisaje disparatado a fin de poder responder mejor a las necesidades del desarrollo del mundo rural. ¿Tiene un fundamento esta convicción expresada en más de una oportunidad?

Antes de responder a estas tres interrogantes, es necesario precisar, como lo hicieron Javier Calatrava Requena y Pedro Ruiz Avilés, qué es lo que abarca el vocablo "turismo rural". Ya que si estos conceptos se han difundido y son familiares para prácticamente todos los países del mundo, en realidad hacen referencia a realidades muy diferentes y complejas. En este caso se reduce al agroturismo (acogida turística en las explotaciones agrícolas), lo que engloba, muy a menudo, al turismo verde, agradable, alternativo, diferente, local, de espacio, en el campo... e incluso, para algunos, los parques de entretenimiento y las grandes cadenas hoteleras, el turismo rural existe, se desarrolla, agrada, porque puede distinguirse del turismo "industrial" y del turismo "de temporada".

Una característica común: se trata de un turismo local, de un turismo del "país", deseado y controlado por la gente de una " región", un turismo de encuentro, un turismo en donde se comparte.

La característica local de este turismo se sitúa a cinco niveles. Es un turismo:

- de iniciativa local,
- de gestión local,
- con efectos locales,
- marcado por los paisajes locales,
- que valoriza la cultura local.

Estas son las razones por las cuales, este tipo de turismo, agrada cada vez más a los habitantes urbanos, sobre todo cuando la ciudad valoriza la uniformización.

Pero tampoco hay que engañarse: los habitantes de las ciudades se encuentran a la búsqueda de sí mismos y de una respuesta personalizada a su apetito de reconocimiento afectivo y social.

El campo, la naturaleza y la ruralidad no son otra cosa que marcos adaptados, que proporcionan seguridad, que tranquilizan.

Mientras más inquieta la ciudad (desempleo, inseguridad,...) más tranquiliza el campo. Mientras más agresivo es el presente, más agradable les parece el pasado. Mientras menos se conoce el lugar de destino, más agradable es frecuentar la gente arraigada a su tierra.

El habitante de la ciudad busca esencialmente, emociones simples, en un mundo simple, en donde se hagan cosas simples. También se podría pretender que buscan auténticas emociones, en un mundo de verdad, haciendo cosas de verdad, si no se revelara que son consumidores, sobre todo, de emociones sin riesgo y sin compromiso personal, en un mundo puesto en escena para ellos, en donde participan en actividades supuestamente auténticas.

Los conocimientos técnicos relacionados con la actividad turística rural residen, en gran parte, en su transmisión, es decir, en la capacidad del habitante rural para comunicarse con el habitante urbano, por medio de palabras, actitudes, a través del entorno y las actividades, ya que éste último ha perdido el contacto con el campo y la naturaleza, para él este mundo rural genera un nuevo exotismo, el lujo supremo de las cosas simples.

Los habitantes rurales que más éxito han logrado en el turismo, son aquellos que se han distanciado de su propia ruralidad, para tratar de comprender mejor lo que se espera de ellos y poder entregarlo sin complejos. Son estos habitantes rurales los que en las empresas a escala humana, proponen prestaciones que parecen personalizadas, aún cuando estas sean triviales.

Y es aquí en donde se plantea el problema de los promotores y de los grandes inversores. El turismo rural es un turismo de empresas pequeñas o medianas, un tipo de turismo en donde el elemento central y esencial es el hombre mismo. Difícilmente se puede imaginar un turismo rural organizado por grandes empresas, a menos de reclutar y formar a campesinos disfrazados a quienes se encargaría la gestión de centros turísticos rurales o bien a financiar las operaciones gestionadas por los habitantes rurales arraigados.

Por cierto, existen centros turísticos eficientes en el medio rural, pero estos no entran dentro del concepto de turismo rural ya que se dirigen a otra clientela. Aún cuando éstos se encuentran implantados en pleno campo, un "Center Park", es más de la incumbencia del turismo tropical de proximidad que del turismo rural.

Estamos enfrentados a un problema de naturaleza. Es el mismo problema que se plantea cuando se reprocha al turismo rural de ser disperso, demasiado particularista y mal distribuido.

Todavía quedan progresos por hacer en materia de identificación, de prestaciones, en materia de señalización, de organización y de distribución. Muchos grupos

Sin embargo, hay que evitar que los progresos que haya que efectuar se obtengan a costa del carácter "artesanal" de la acogida turística.

Paradójicamente, sus "defectos" constituyen una de las características importantes del turismo rural. Son su propio sello. Esto tranquiliza a la clientela ya que la acercan al prestador de servicios turísticos más próximo.

La "rusticidad" es tan atrayente en la acogida como lo es en el embalaje, en el acondicionamiento de los productos agroalimentarios. En un caso como en el otro, se supone que ésta comprende una calidad real, un producto "auténtico", "local", "tradicional", y no un producto sobrestimado o manipulado.

En materia del alojamiento, se busca simultáneamente la comodidad y el entorno: ¡ un cuarto de baño cómodo y agradable !

El turismo rural se desarrolla en esta contradicción permanente, y está condenado a manejarla a fin de continuar respondiendo a lo que espera una clientela cuyas necesidades y características cambian cada año.

Por lo tanto, se trata de encontrar el equilibrio, un difícil equilibrio entre los valores de ayer y las preocupaciones de hoy, entre lo que se pide y lo que se consume, entre las esperanzas de la ciudad y las realidades rurales.

## **I.- El turismo: ¿una oportunidad para las zonas rurales desfavorecidas?**

El turismo se perfila como una vía natural para el desarrollo de las zonas rurales de Europa, sobre todo de las más desfavorecidas.

Las razones del interés que suscita el turismo rural hay que buscarlas tanto del lado de la oferta como del de la demanda.

**Del lado de la oferta.** Con el incremento de la productividad de los sectores secundario y terciario y el menor atractivo que producen las grandes ciudades, el éxodo rural ha disminuido considerablemente, pero continúa afectando principalmente a los campesinos con mejor formación.

La sangría que éste ha provocado en las zonas rurales, ha sumido a estas regiones en una profunda crisis económica, social y cultural. Las comunidades rurales han tomado conciencia progresivamente que su desarrollo no será exógeno y que deben movilizar los recursos locales, mediante la implementación de actividades económicas que puedan ser competitivas.

Del conjunto de actividades potenciales, el **turismo rural** reúne una serie de ventajas que hacen de él, en muchos casos, el incentivo posible del desarrollo local.

Esta ventaja estratégica no se encuentra exenta de ciertos peligros para el desarrollo del proceso; de allí la importancia de una **planificación cuidadosa** de la oferta turística en cada caso específico.

**Del lado de la demanda.** El notable incremento, en el transcurso de las últimas décadas, de la demanda de actividades recreativas y de ocio en el medio rural por parte del habitante urbano, ha sido el elemento catalizador de la variedad de la oferta turística surgida a nivel local. Sin embargo, se trata de una demanda muy heterogénea: cada segmento de clientela requiere un tipo particular de actividad turística, que hay que identificar y adaptar en cada caso.

El enfoque selectivo de la demanda en función de las características de la oferta, así como del contexto económico local, en el marco de un desarrollo integrado del territorio, constituye un factor esencial para el éxito de las iniciativas de fomento del **turismo rural**.

## **Un problema de definición o distinción**

"Turismo rural", "agroturismo", "turismo verde"... Antes de ir más lejos en nuestro análisis, se impone una explicación terminológica.... Por cierto, todos estos términos abarcan una serie de realidades diversas que dan lugar a conceptos diferentes sobre los que con frecuencia los autores no se ponen de acuerdo. No obstante, aunque con algunas excepciones, la literatura que existe sobre el tema, la de la Comunidad entre otras se puede clasificar en dos tendencias:

- en una de estas tendencias, el criterio diferenciador utilizado es el porcentaje de ganancias provenientes del turismo, percibidas por la comunidad rural misma. Desde este ángulo podríamos distinguir el turismo en espacio rural, el turismo rural y el agroturismo (cada una de estas categorías se encuentra integrada en la precedente, de la tercera a la primera, como en círculos concéntricos), según el porcentaje de ganancias percibidas por el conjunto de la población local o, en el tercer caso por los agricultores en particular;
- en la otra tendencia, el criterio diferenciador utilizado lo constituyen los diferentes elementos que componen la oferta. Se hablará de turismo rural cuando la cultura rural sea un elemento importante en la composición de la oferta; según la actividad específica que constituya prioritariamente esta oferta se hablará de agroturismo, turismo verde, gastronómico, ecuestre, náutico, cinético, histórico culturales, etcétera ...

Por el contrario, las actividades turísticas basadas en grandes villas turísticas, grandes hoteles, campos de golf o pistas de esquí difícilmente encajan en el concepto de turismo rural.

La condición diferenciadora de la oferta turística en el turismo rural, es aquella que permite a los turistas un contacto personalizado, una inserción en el medio rural concreto con sus moradores, así como, dentro de lo posible, una participación en las tareas, costumbres y modos de vida de sus habitantes.

La dimensión cultural y pedagógica de esta forma de ocio es muy apreciada por la gran mayoría de los adeptos al turismo rural, ellos aprecian debidamente los valores y la identidad cultural local.

## **II.- Cuáles son los requisitos para que el turismo rural sea un verdadero factor de desarrollo local?**

En primer lugar, se deberían formular los objetivos que se pretenden conseguir para cada caso específico, para luego determinar las acciones a emprender para ofrecer un producto turístico atractivo y diferente. En este sentido habría que cumplir con una serie de requisitos prioritarios:

- mantener un equilibrio, lo más óptimo posible, entre los sistemas ecológicos, socioeconómicos y culturales de la zona, propiciando al mismo tiempo un proceso de desarrollo y por la misma razón de cambio;

- aportar a la población local una fuente de ingresos suplementarios que le permita enfrentar la crisis de los sistemas agrarios y de las sociedades rurales, todo lo cual implica un control local de las decisiones de inversión;
- contribuir a la diversificación de las actividades económicas mediante el incremento de la oferta de servicios y de productos locales, que son en sí mismos factores de una mayor atracción turística;
- promover el intercambio entre las culturas y pueblos dentro del respeto y el conocimiento mutuos, como un factor de solidaridad y de cohesión social;
- influir positivamente en la estructuración de una política coordinada de ordenación territorial, mejorando la competitividad de las actividades económicas en las zonas menos desarrolladas, aportándoles las infraestructuras y los equipamientos indispensables para la calidad de vida, tanto de las poblaciones locales como de los turistas potenciales.

Estos son los requisitos que habría que cumplir, de la mejor manera, con vistas a elaborar un modelo concreto de turismo rural, fundado no únicamente en razones proteccionistas con la única preocupación de preservar el sistema de vida rural sino por la necesidad de un modelo que sea económicamente viable.

### **Una exigencia de calidad**

Debido a su triple función de generador de ingresos y empleos, de promotor de infraestructuras, de vector de intercambios y de sinergias entre el medio rural y urbano, y dado su importante efecto multiplicador en las inversiones directas, relativamente modestas, el turismo rural puede desempeñar, y de hecho ya lo está haciendo un papel significativo en los procesos de desarrollo de las zonas más desfavorecidas.

Este papel será tanto o más importante, en la medida que alcance un nivel elevado de calidad y que proponga productos y servicios (construyan experiencias) que respondan al amplio espectro de segmentos de mercados que buscan en el Turismo Rural su opción de esparcimiento y ocio.

Sin embargo, lo que hay que tener muy presente es que el turismo rural no es la panacea universal y no aporta necesariamente la solución definitiva a los problemas económicos y sociales de muchas zonas rurales.

La actividad turística tiene que promoverse como una actividad que se ofrece en equilibrio con las otras actividades económicas, en un modelo integrado de desarrollo rural. Basar este desarrollo casi exclusivamente en el turismo rural suele provocar a menudo desequilibrios que fragilizan el proceso.

### III.- Una forma de turismo digna de tener en cuenta: el agroturismo

*El turismo en la granja hace posible que los agricultores y campesinos combinen una diversidad de actividades, generando mayor valor a su producción agropecuaria y de paso revalorizando su patrimonio inmobiliario.*

El agroturismo tiene su terreno de sustento en la pequeña agricultura fundamentalmente. Su importancia es esencial en la cultura rural:

- su presencia en cuanto a actividad económica, constituye un factor de supervivencia y de desarrollo de la agricultura y la ganadería, de la actividad forestal, la caza y pesca deportiva, la recolección de frutos, etcétera.
- la agricultura ha modelado el paisaje rural - asociada a diferentes tipos de cultivos y de plantaciones, de hábitats y de arquitecturas (pueblos, viviendas y edificios rurales,...), todo un patrimonio histórico y cultural - cuya diversidad merece su conservación;
- los aficionados al agroturismo demandan productos agropecuarios en su forma más natural posible o transformados artesanalmente, típicos de una región. El agroturismo contribuye por tanto a la revalorización de las producciones locales;
- la agricultura, ha proporcionado, además un rico patrimonio etnológico: herramientas y maquinaria agrícola, oficios y talleres artesanales, forja, madera, cantería, embalses utilizados para evitar los riesgos de una inundación, pero que pueden tener uso turístico, una arquitectura muy diversificada, un folclore múltiple, una variada gastronomía popular, sin olvidar la gran diversidad de tipos humanos;
- Por último, el agroturismo contribuye a armonizar los intereses agrarios y la protección del medio ambiente, a través de una gestión integrada del territorio en la que los agricultores han tenido y deben seguir manteniendo un protagonismo destacado. El consumidor de turismo rural se siente atraído por la variedad de los paisajes agrícolas y rurales, la fauna y la flora. Por ello, la preservación de éstos es una condición para preservar la atracción turística de las zonas rurales, aunque, a menudo, esto implique la implementación de prácticas agropecuarias más caras o menos rentables. El agroturismo puede constituir para el agricultor, una forma de remuneración de las inversiones que éste efectúa en favor de la gestión del medio ambiente para beneficio de la colectividad.

### Intereses y límites del desarrollo del agroturismo

El agroturismo ocupa un lugar aún más débil, en proporción al ocupado por el turismo rural. Sin embargo, diversas obligaciones y nuevas oportunidades traen aparejado un desarrollo reciente del turismo en la granja. Es así, por ejemplo que la crisis acentuada de las producciones agropecuarias desarrolladas a pequeña escala obliga a los agricultores a diversificar sus actividades, a aprovechar mejor sus producciones, su patrimonio y el recurso humano familiar.

El turismo en la granja, es una de las raras actividades que permite congeniar estos diferentes aspectos, incrementando el valor añadido mediante la venta directa de los productos agrícolas (a precios dos o tres veces más elevados que en el mercado mayorista), y produciendo ingresos a través de la valorización del patrimonio edificado inutilizado muchas veces en la explotación agropecuaria.

Si bien, el agroturismo puede representar una oportunidad en numerosas regiones o zonas rurales del mundo, es necesario comprender bien las condiciones de su éxito: estudio del nivel y de la rentabilidad de las inversiones, profesionalismo en materia de acogida, inserción en las redes locales, nacionales e internacionales de comercialización y de promoción, desarrollo de actividades turísticas nuevas en la explotación agropecuaria o en red con otros emprendimientos campesinos.

La organización de este subsector económico del agro, que cuenta con servicios turísticos diversos y de calidad, con una formación de los agricultores y campesinos, técnicos especializados y con la promoción nacional e internacional de las experiencias turísticas rurales, parece ser un factor importante en el éxito que se espera obtener con este agronegocio.

## **Vitalidad**

La vitalidad del agroturismo como factor de desarrollo puede apreciarse desde los años 80, en donde el número de explotaciones que ofrece este tipo de prestaciones turísticas se ha duplicado en países Europeos como Italia, Reino Unido y Francia. Por su parte, en América latina en donde el agroturismo se inicia estructuradamente a mediados de los 90 la situación no es muy diferente y se ve muy promisorio para los años venideros.

## **IV.- Las inversiones y los ingresos del agroturismo el ejemplo Francés.-**

En la mayoría de los casos en Francia, esta actividad se apoya en las mujeres. Estas encuentran su motivación en el deseo de apertura al exterior, en la búsqueda de un complemento de ingresos y la preocupación por la valorización del patrimonio inmobiliario.

El análisis de los resultados económicos pone en evidencia, para una misma actividad, la existencia de grandes diferencias entre las explotaciones agropecuarias. Las granjas que se centran sólo en proveer actividades de alojamiento y gastronomía tienen ingresos 50% inferiores a aquellas granjas que combinan estos servicios con actividades recreativas y de ocio.

A nivel de los resultados, cualquiera sean las actividades, se perfilan seis elementos decisivos:

- la capacidad de acogida y el nivel de ocupación deben ser suficientes para amortizar las inversiones que se hayan efectuado pero manteniendo siempre el concepto de atención a escala humana;
- el nivel de precios debe ser bien calculado: competitivo para permitir el crecimiento del negocio y permita valorizar el trabajo y el capital invertido;

- el trabajo turístico, de temporada, debe integrarse en el calendario de trabajo de la explotación agropecuaria;
- hay que esforzarse al máximo para desestacionalizar las actividades turísticas.
- también son importantes, la formación y las aptitudes personales para desarrollar las actividades turísticas en la explotación agropecuaria.

*(\*) Los textos han sido tomados de la obra titulada "Les facteurs de résistance à la marginalisation dans les zones de montagne et défavorisées méditerranéennes communautaires", producto de un estudio realizado en 1992 por la cuenta de la Dirección General VI (Agricultura) de la Comisión de las Comunidades Europeas, y en la cual participaron Javier Caltrava Requena y Pedro Ruiz Avilés, ingenieros agrónomos, especializados en economía y sociología agraria, son investigadores jefes en el Departamento de Economía y de Sociología Agraria del Gobierno de Andalucía y han sido sintetizados y adaptado en alguno de sus pasajes por Ing. Luis Martínez Figueroa para efectos educativos.*