## LAS TENDENCIAS DE LA DEMANDA Y LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS INTEGRADAS, COMO INSTRUMENTOS DE REVITALIZACIÓN DE LOS ESPACIOS RURALES ESPAÑOLES DE INTERIOR

#### Diego López Olivares

Universidad Jaume I Castellón

#### RESUMEN

Análisis de las características del turismo rural básicamente en sus aspectos de demanda y oferta generada por las iniciativas de los fondos económicos de la Unión Europea. Ante el análisis efectuado se crea la necesidad de aplicar metodologías turísticas integradas en el medio rural.

Palabras clave: Turismo rural; revitalización medio rural; políticas turísticas; desarrollo integral.

#### **ABSTRACT**

Analysis of the rural tourism caracteristics maönly about in the demand and supply related to the iniciatives of the economic fonds by the European Union. After the analysis effected, it's necessary applying touristical methodology integrated in the rural environment.

**Key words:** Rural tourism, revitality rural environment, touristical politics, integral development.

### 1. INTRODUCCIÓN

En la mayor parte de las zonas rurales de la Europa desarrollada, la crisis de los modelos agropecuarios tradicionales se han manifestado tanto en el ámbito espacial, como demográfico, socio-económico y cultural. Ello ha impedido la normal regeneración de colectividades en el medio rural desde los inicios del siglo XX, pronunciándose esta situación en las áreas periféricas europeas.

Esta tendencia se ha agudizado en los últimos cincuenta años, especialmente, en los espacios interiores españoles, ante la ausencia de procesos de redefinición funcional del espacio rural, manifestándose esas carencias en la escasa capacidad de respuesta de las actividades locales tradicionales para abordar un nuevo modelo de desarrollo; situación en la que han influido desde las dificultades orográficas hasta la ausencia de cambios tecnológicos o la falta de programas formativos adecuados, lo cual se ha reflejado en la falta de competitividad, en el diseño y comercialización de los productos del medio rural.

Las consecuencias inmediatas han sido: el éxodo rural; el descenso de la población activa; el envejecimiento de la población; la caída de rentas; la reducción de servicios rurales; el abandono de los recursos; deterioro de los bienes inmuebles y de las infraestructuras, etc.; y junto a ello la sensación o percepción, entre los habitantes del medio rural de pertenecer a una sociedad de segunda clase, más retrasada con escaso valor socio-económico y cultural.

Ante esta situación y desde hace unos años, la población rural intenta salir del estancamiento, cuando no declive, socio-económico y demográfico, enfrentándose a los nuevos retos y desafíos de un mundo rural inmerso en importantes procesos de cambio. Entre estos se encuentra el incremento del sector servicios y especialmente las actividades ligadas al turismo, ocio y recreación, que a su vez dan una imagen de modernidad y prosperidad; aunque procesos acelerados y espontáneos, en muchos casos, están ofreciendo una visión negativa de lo que representa el desarrollo turístico.

Desde finales de la década de los ochenta y sobre todo desde los inicios de los noventa, dos son principalmente los aspectos que convergen en el medio rural y que pueden facilitar su revitalización hasta alcanzar esa nueva vertebración. Por un lado, el incremento de la demanda del espacio rural, por parte de los habitantes de las ciudades; y por otra la mayor atención y esfuerzo económico procedente de las diferentes administraciones públicas hacia las zonas rurales de interior sobre todo de la Unión Europea. Estas tendencias en teoría deben ser complementarias ya que mientras unas generan posibilidades de desarrollo local, facilitando la implementación socio-económica en áreas rurales regresivas; la otra responde a la demanda de los habitantes de las ciudades cada vez más atraídos por la calidad de los diferentes recursos del medio rural; y a la vez ambas deben posibilitar la regulación y el reequilibrio espacial y social perdidos en las últimas décadas.

En definitiva, en este artículo intentamos valorar las características del turismo rural o de interior, básicamente en los dos aspectos que hemos destacado en esta introducción: el de la demanda; y sobretodo el de las ayudas económicas de la Unión Europea a los espacios rurales españoles con especial atención a los programas más significativos como los «LEADER I y II», y el planteamiento del futuro «LEADER PLUS». Finalmente abogamos, ante el análisis efectuado, por la necesidad de aplicar metodologías turísticas de carácter integrado en el medio rural que hagan posible el ayudar a revitalizar esos espacios.

# 2. LA DEMANDA TURÍSTICA COMO FACTOR REVITALIZADOR DE LOS ESPACIOS RURALES DE INTERIOR

Como hemos adelantado la tendencia al incremento de la demanda turística en espacio rural, es uno de los factores que pueden facilitar la revitalización de las dinámicas socio-económicas y culturales de los espacios rurales.

Así, la evolución generada en los últimos lustros, básicamente, en la sociedad europea occidental, ha hecho del turismo, en esa búsqueda del llamado «estado del bienestar social» un componente básico, en la consecución de la «calidad de vida», no considerándolo ya como un lujo, sino como una necesidad; es decir, que el turismo pasa de ser algo circunstancial o coyuntural a formar parte de la estructura de los comportamientos sociales. Es por eso que el turismo va a seguir incrementando su demanda en el siglo XXI, en todas sus tipologías (Marchena Gómez, M. y Repiso, F. 1999) entre las que se encuentra el turismo rural o de interior.

Ese aumento de la demanda de turismo rural o de interior procede básicamente de las medianas y grandes ciudades, en esa ansia de percibir sensaciones auténticas, aquellas que el desarrollo industrial ha hecho desaparecer en las grandes áreas urbanizadas y que el espacio rural al permanecer al margen de los procesos industrializadores aún mantiene.

No obstante este incremento de la demanda viene facilitado por la disponibilidad de mayor tiempo libre; por el alargamiento del período vacacional, aunque fragmentado, si bien, en los últimos años (Esteban Talaya, A. 1997) se ha notado un retraimiento en esta segmentación en las áreas de interior; por una mayor actitud de viajar; por la mejora en las infraestructuras del transporte; y mejoras en los medios técnicos de comunicación.

En definitiva, que aunque las vacaciones en el espacio rural no es una novedad en si misma, ya que habitualmente las familias se desplazaban al campo, lo que sí es nuevo son ciertos aspectos caso de: la mayor presión que ejercen las dinámicas de las grandes ciudades sobre sus habitantes; algunas actividades recreativas cada vez más complejas que se practican en la naturaleza; y las formas de gestión comercial que se han empezado a aplicar en algunos espacios rurales. Por lo tanto una nueva manera de entender el desarrollo o de restablecer el equilibrio físico y mental de los ciudadanos.

Para el análisis de la demanda de turismo rural en general, existen dificultades en cuanto a su cuantificación a nivel de España. Ello es debido a los cambios estructurales y metodológicos realizados en el año 1996 por el Instituto de Estudios Turísticos, cuyo sistema de cuantificación de la demanda turística española «Familitur», no posibilita el conseguir el número de desplazamientos que hacen los españoles hacia las áreas rurales. Sin embargo, estamos en condiciones, cotejando varias investigaciones, caso de las realizadas por el Instituto de Economía y Geografía del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), en los años 1983 y 1994, con aplicación metodológica similar de trabajo de campo, que tanto los cambios cuantitativos como los cualitativos han evolucionado muy positivamente.

Entre los aspectos cuantitativos en el año 1983<sup>1</sup>, en período vacacional, se desplazaron desde las ciudades de más de 100.000 habitantes hacia el medio rural, 3.6 millones de per-

<sup>1</sup> Hasta el año 1983 no se realiza una investigación sobre las vacaciones en espacio rural, abarcando todo el territorio español. Trabajo dirigido por Venancio Bote, en el marco del programa de investigación sobre «Instrumentos de ordenación, gestión y promoción» del turismo rural en España; siendo los trabajos de campo realizados por la empresa SOFEMASA.

sonas; estimando que más de un millón de familias pasaron durante ese año sus vacaciones en las zonas rurales.

Ya en el año 1994<sup>2</sup> se desplazaron al medio rural 5.3 millones de personas desde las ciudades de más de 100.000 habitantes. Si a esa cantidad le añadimos los viajes de los procedentes de ciudades de menos de 100.000 habitantes; los flujos turísticos de los no residentes en España (emigrantes y extranjeros) que viajaron al espacio rural; y el flujo de fines de semana, y lo multiplicamos por 2.54, cantidad media de desplazamientos que realiza cada turista, en estimaciones del CSIC, la cantidad de personas desplazadas el medio rural por motivos de turismo, ocio y recreación, estaría en los 13.5 millones. En el mismo estudio, se realizaron una serie de previsiones<sup>3</sup> que apuntaban que para el período 1995-1999, los viajes vacacionales al espacio rural alcanzarían los 15 millones de desplazamientos.

Respecto a la duración media de la estancia familiar también sufre un cambio importante, en el año 1983 la media era de 19 días, por lo tanto con fuerte estacionalidad, mientras que en el año 1994, descendió a 10.7. Ello es debido a que en aquel año el desplazamiento al medio rural para el 85% de los entrevistados lo hacía por motivos familiares, segmento que realiza menos desplazamientos, el llamado turismo «cautivo» (Bote Gómez, V. 1990), y el 15% por motivos estrictamente turísticos; mientras que en el año 1994 los porcentajes fueron del 65%, y del 35% respectivamente.

En cuanto a la forma de alojamiento en el año 1983, tan sólo escogieron el establecimiento comercial el 10% mientras que en 1994 ya era del 21%. Ello está íntimamente relacionado con los cambios cualitativos detectados en los comportamientos de la demanda turística en espacio rural, sobre todo en segmentos medios y medio-altos en esa búsqueda de nuevas sensaciones y percepciones. Estas nuevas actitudes han supuesto la aparición de unos perfiles de demanda más heterogéneos con mayor especificidad de productos y a su vez más sensibilizados, tanto en los aspectos relacionados con la naturaleza, el mundo rural y el paisaje, como con todos aquellos aspectos históricos y socio-culturales que lo rodean; sin embargo, ello no quiere decir que exista una excesiva compartimentación de tipologías turísticas específicas en el medio rural (Priestley, G. 1997), sino más bien una complementariedad de productos, de ahí que hablemos de turismos en espacio rural.

A su vez el aludido incremento del alojamiento en establecimientos comerciales, representa un cambio cualitativo importante en el nivel medio de gasto, siendo tres veces superior al que realizan los alojados en establecimientos no comerciales<sup>4</sup> con respecto a los que los hacen en alojamientos propios (segundas residencias), de familiares o amigos; en este sentido otras investigaciones<sup>5</sup> sobre las tendencias de la demanda en espacio rural, nos reafirman en estos resultados.

<sup>2</sup> En el año 1995, se exponen los resultados de la investigación «Características cuantitativas y cualitativas de la demanda turística española en espacio rural o de interior en 1994». Investigación realizada por el CSIC, en convenio de colaboración con el Instituto Turístico de España; la Empresa Pública de Turismo de Andalucía; y la Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos.

<sup>3</sup> Estimación reafirmada en la Jornada de «Promoción y Comercialización del turismo de interior» desarrollada en Morella (Castellón), el 2 de abril de 1996, donde una de las ponencias corrió a cargo del director del proyecto, Venancio Bote, bajo el título «La demanda turística en espacio rural de interior. Situación actual y potencial»

<sup>4</sup> El gasto medio en 1994 de los alojados en viviendas propias o en casa de familiares fue de 1.869 pesetas por persona y día, por el contrario los que se alojaron en establecimientos comerciales fue de 5.316 pesetas.

<sup>5</sup> La tesis doctoral de Rafael Fuentes García «El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda» o la serie «Las vacaciones de los españoles» de la Secretaría General de Turismo del año 1993.

No obstante, esta tendencia al incremento de la demanda del alojamiento comercial en medio rural no se ha visto incrementada proporcionalmente en el oferta de alojamiento propiamente rural; a pesar de ello el número de alojamientos rurales cotejando los datos de la Secretaría General de Turismo (1996) y de autores como Fuentes y Soret (1997), y Luis Valdés (1999), ha pasado para el período 1995-1998 de 2.300 instalaciones en el primer año, a más de 3.200 en 1998. Sin embargo, este incremento no se ha reflejado en un importante número de plazas ya que para el conjunto de España son 29.486, las plazas ofertadas en 1998 por el conjunto de las Comunidades Autónomas, es decir, un 9.3% sobre las del año 1994 que eran de 27.516. Las Comunidades Autónomas con mayor presencia en esta tipología de plazas son: Cataluña con 4.730 plazas; Aragón con 4.457 plazas; Castilla y León con 3.104 plazas; y Navarra con 2.274 plazas. El 49% de los establecimientos ofertan sólo habitaciones, mientras que el 44% de la oferta son alquileres unitarios del establecimiento; en este sentido es la Comunidad Autónoma Canaria la que ofrece el 94% de sus establecimientos en la segunda opción señalada.

Sobre estas plazas específicamente rurales predominan las ofertadas por hoteles en áreas de influencia del espacio rural, las cuales poseen según la Secretaría General de Turismo un total de 474.862 plazas distribuidas en sus 4.728 establecimientos, cifra muy superior a las plazas de alojamiento específicamente rural. Aún así, sumadas ambas, tan sólo representan el 5% de las plazas existentes en segundas residencias en medio rural y relacionadas con el turismo y el ocio.

Por lo tanto y a pesar de los interesantes progresos realizados aún las plazas de alojamiento específicamente rurales son escasas, sobre todo si se desean aplicar instrumentos de actuación como los Planes de Dinamización Turística previstos por la Secretaría General de Turismo y que deben incidir en la articulación de los nuevos modelos de desarrollo en el medio rural.

Este aumento de plazas de alojamiento debe ir acompañado de:

- estudios de capacidad de carga, tanto territorial, como social y económica.
- homogeneidad en los requisitos exigibles en las diferentes formas de alojamiento, por parte de las Comunidades Autónomas.
- mejora de las instalaciones y servicios ofrecidos para alcanzar un nivel de calidad adecuado a las exigencias de la demanda.
- incremento selectivo de la oferta complementaria, en base a las características de las zonas rurales. Son escasas las normas en las que se contemplan actividades complementarias a las de los alojamientos.
- adecuación y mejora de las infraestructuras, como parte básica del componente del sistema turístico.

Todas estas medidas son claves para asentar de una manera definitiva y competitiva los «nuevos desarrollos turísticos» en los espacios rurales de interior.

### 2.1. La aportación turística a las áreas rurales en el marco del desarrollo integrado, sostenible y endógeno

El incremento de la demanda en espacio rural puede suponer una revitalización de esas áreas deprimidas, ya no sólo por el incremento de las plazas de alojamiento específicamente rurales, sino por las sinergías en cascada que genera esta actividad.

Sin embargo, los beneficios no son únicamente económicos, sino que se ramifican hacia la perspectiva social, cultural y medio-ambiental, si se aplican modelos de desarrollo integrados, sostenibles y básicamente endógenos. Concretando tenemos que:

- a) Desde la perspectiva económica las aportaciones de la actividad turística puede generar:
  - la diversificación y revitalización de la economía local.
  - efectos en el incremento y mejora del alojamiento específicamente rural.
  - efectos en la hostelería.
  - el mantenimiento de la actividad agropecuaria.
  - el potenciar la artesanía y el comercio.
  - el incrementar los servicios.
  - efectos en la industria de la construcción.
  - el desarrollo de las infraestructuras.
  - la contribución a los ingresos y gastos públicos.
- b) Igualmente, son importantes las contribuciones del turismo al medio rural desde el punto de vista social, entre ellas:
  - la estabilización de la población local en un sentido demográfico.
  - la mejora de las condiciones de vida de la población local a lo que contribuye la generación de rentas complementarias.
  - la incorporación de la mujer al mundo del trabajo remunerado.
  - el incremento de las interrelaciones sociales.
  - c) También se ve favorecido el ámbito cultural del espacio rural con:
  - los intercambios culturales y de comportamiento social.
  - la rehabilitación y conservación del patrimonio cultural, tanto histórico como popular.
  - un mayor reconocimiento y revalorización del mundo rural, manteniendo costumbres y tradiciones.
- d) Respecto al **medio ambiente**, en principio como dice Elliot-Spivarck (1990), el turismo no debe ser antagónico, al contrario, estos dos conceptos deben ser indisociables, ya que la demanda turística evoluciona hoy con mayor sensibilidad por los aspectos medio-ambientales. En este mismo sentido apunta González Bernáldez (1992): «si se planifica de forma integrada, armónica y equilibrada: en muchas ocasiones, el turismo puede ser la utilización más congruente y satisfactoria de los recursos naturales renovables de un territorio, si se garantiza esa renovabilidad y persistencia». Sin embargo, a nadie escapa que si no se toman las medidas oportunas sobre este desarrollo podemos correr importantes riesgos, sobre todo cuando aún existen algunas mentalidades que se resisten a abandonar un crecimiento turístico de carácter maximizador y fundamentalmente cuantitativo. No obstante, si tomamos las medidas oportunas el turismo puede favorecer actuaciones medio-ambientales, caso de:

- la protección de los recursos naturales, en muchos casos abandonados por la población local y su puesta en valor.
- la conservación del medio físico.
- la potenciación del paisaje rural.
- la protección y conservación del hábitat rural.
- la ordenación del territorio.

Para que se produzcan todos estos beneficios a nivel económico, social, cultural y medio ambiental, debemos apostar por un enfoque cualitativo y responsable a partir de criterios de sostenibilidad (Vera, F. 1998). Es así y no de otro modo como se debe entender positivamente ese proceso de incremento de la demanda turística en espacio rural; señalando que los espacios que lo están poniendo en práctica, valorando sus limitaciones y sus costes socioeconómicos, culturales y ecológicos, responden a las sociedades más avanzadas.

Hay que significar que el proceso de la Unión Monetaria y el Pacto de Estabilidad potencian este cambio de rumbo hacia un desarrollo turístico sostenible y culturalmente específico, más cualitativo y diversificado, en el que cuentan cada vez más los derechos y deberes de los turistas, la participación, adhesión activa y la calidad de la población residente.

No obstante, el desarrollo sostenible en los espacios rurales no está exento de dificultades, por las limitaciones que imponen ciertas condiciones geográficas y socio-económicas;
de ahí que se dependa de una serie de factores como los de compromiso social, por convicción o legislación, que apliquen tanto las acciones empresariales como las políticas; y ello
acompañado de las inversiones económicas adecuadas, que faciliten productos específicos
en base a la vocación del territorio, para ofertarlos en mercados concretos, aplicando las adecuadas vías de comercialización y venta.

Por último, el desarrollo turístico en el medio rural debe predominar lo endógeno sobre lo exógeno; la actividad turística se debe medir, sobre todo en términos de dinamizar las economías locales, con un protagonismo especial de la comunidad rural, la cual dadas las características de las inversiones a realizar, en función de la tipología de esas demanda (no necesita de grandes proyectos financieros), puede afrontarlas con sus propios operarios, habitantes de esas comarcas quedando por lo tanto la mayor parte de los beneficios en las mismas.

# 3. LAS POLÍTICAS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN TURISMO DE INTERIOR O EN MEDIO RURAL

El incremento de la demanda turística en espacio rural se ha visto completado en los últimos años por el apoyo decidido de las administraciones públicas, sobre todo, de la Unión Europea por potenciar con sus iniciativas y programas socio-económicos nuevas dinámicas de desarrollo para el turismo en medio rural. Estas iniciativas en favor del turismo de interior vienen facilitadas por ese intento de frenar los procesos negativos de las áreas rurales, y por la necesidad de dar respuesta a esa búsqueda de mayor calidad de vida de los habitantes de las medianas y grandes ciudades. En este sentido se entiende que el desarrollo turístico puede suponer un elemento motriz de las regiones menos favorecidas de la Unión Europea, lo cual se refleja en el documento de la Comisión Europea titulado «Acción Comunitaria en el Sector Turístico» (DOCE. nº C 10 de 16-1-1986).

Por otra parte, la escasa capacidad financiera, además de fragmentada, y la poca experiencia de la sociedad rural en desarrollos turísticos, hacen necesario propiciar una serie de acciones que hagan posible el deseado desarrollo, de ahí las iniciativas tomadas en el seno de la Unión Europea.

Así, serán los Fondos Estructurales Europeos creados en 19756, los que aparecen como fuente de financiación principal para las áreas de interior y concretamente del turismo en medio rural<sup>7</sup>, sobre todo a partir de la reforma de los Fondos en el año 1988, cuando se fijan en los objetivos nº 1 (Regiones rurales menos desarrolladas) y en el nº 5 b (Regiones rurales fragilizadas), representando ambos objetivos más del 55% del territorio de la Unión Europea.

Estas iniciativas comunitarias cuentan a su vez con el apoyo de los respectivos países de la Unión Europea. En el caso de España tanto la Administración Central, por medio de la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pequeña y Mediana Empresa; como de las Administraciones Autonómicas<sup>8</sup> tienen establecidas medidas concretas de colaboración, lo cual se plasma en la cofinanciación y gestión de las diferentes iniciativas, caso de las LEA-DER, PRODER o LIFE.

Estas acciones comunitarias hacia el medio rural se verán reforzadas con la declaración del año 1990 como «Año Europeo del Turismo», y en España con el I Congreso Nacional de Turismo celebrado en Madrid en noviembre de 1997, en el cual se incidió en aspectos como el turismo sostenible, potenciación de marcos de calidad en programas de formación y apoyo a la pequeña empresa, todos ellos básicos en el desarrollo de acciones en el medio rural.

Pero lo más trascendental para el desarrollo turístico de interior se produce cuando se plantea en el seno de la Unión Europea, qué tipo de desarrollo habría que aplicar en las áreas rurales desfavorecidas. Así, la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa en 1990º entiende con buen criterio que para conseguir la recuperación del equilibrio de las actividades y la conservación de las áreas rurales, o en su caso la creación de un entramado socioeconómico, era necesario aplicar un enfoque de desarrollo rural integrado y de carácter endógeno, para lo cual habría que apoyarse en iniciativas que surgieran del propio mundo rural; y por eso que nacen ciertas iniciativas como las denominadas LEADER que analizaremos en las páginas siguientes.

<sup>6</sup> Los Fondos Estructurales los componen organismos como el FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional); FEOGA (Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agraria); o el FSE (Fondo Social Europeo). Organismos a los que habría que añadir la colaboración del Banco Europeo de Inversiones.

<sup>7</sup> En la distribución de los programas por medidas, en el caso del LEADER I aplicado en España, el 51'8% responde a inversiones en turismo rural (Beltrán Fernández, C. 1995).

<sup>8</sup> En España las competencias turísticas fueron transferidas a las Comunidades Autónomas, inciándose con Cataluña en el año 1983, a la que siguieron el resto en el año 1986, por lo que difícilmente puede hablarse de una política turística común. No obstante, en todas las normativas analizadas (Valdés, L. y Del Valle, E. 1999), se establecen ayudas específicas de las administraciones autonómicas para el desarrollo del turismo rural o de interior.

<sup>9</sup> Parlamentary Assembly of the Council of Europe Recomendations 1133 (1990) on European Tourism Policies Forty-second ordinary session. Cuyo precedente más inmediato se encuentra en la ampliación del documento «Acción Comunitaria en el Sector Turismo» (DOCE nº c 7 de 12-1-1987).

#### 3.1. La iniciativa «leader» y el turismo rural

Con el objetivo de hacer realidad esa tipología de desarrollo endógeno e integral para las áreas rurales nacen en la Unión Europea una serie de iniciativas, siendo las más significativas las denominadas LEADER (*Liaison entre actions de Développement de l'Economie Rurale*), creadas en el marco de las reformas de la Política Agraria Común (PAC) en 1991 como efecto demostración de desarrollo rural (DOCE nº C 73 de 19-3-1991).

Los programas de las iniciativas LEADER se dirigen en su aplicación a zonas rurales con una población de derecho entre 5.000 y 100.000 habitantes con baja densidad y cuyo P.I.B. esté por debajo del 75% de la media comunitaria, todo ello acompañado de desempleo, descenso de la actividad agropecuaria, abandono de espacios, desaparición de determinados servicios y deterioro ambiental entre otros. Áreas en definitiva, incluidas en los Objetivos I y V b de los Fondos Estructurales (Art. 11 del Reglamento de la CEE nº 4253/88 del Consejo 18-12-1988).

La iniciativa LEADER pretende reforzar la identidad de microrregiones, comarcas, valles, etc., implicando en su desarrollo a la población local, tanto a los agentes económicos locales como a la población en general, los cuales deben emprender proyectos coherentes con las características de la zona. El proyecto «LEADER» lo llevan y asisten los «Grupos de Acción Local» formados por organismos locales, empresas y asociaciones, lo que facilita su coordinación con otras instituciones partícipes como las locales, regionales o estatales.

Los «Grupos de Acción Local» deben elaborar una estrategia y su correspondiente plan de desarrollo adaptada a las características del territorio donde se va a implementar, siendo imprescindible que se adopte una óptica global multisectorial con efecto demostración incluido. A su vez una red europea reúne a todas las zonas facilitando el intercambio de información y la transferencia de experiencia aplicadas a cada área<sup>10</sup>.

Dos son las ediciones que se han cumplido en la actualidad:

- el «LEADER I» (1991-1994), el cual puso en funcionamiento 217 grupos de acción<sup>11</sup>, los cuales recibieron como participación comunitaria 442 millones de ecus, a los que sumando las aportaciones de otras administraciones y de la iniciativa privada alcanzaron un total de 1.154 millones de ecus.
- el «LEADER II» (1995-1999), se inicia con una dotación por parte de la Unión Europea de 1.400 millones de ecus, de los que 900 van destinados a las regiones del Objetivo nº1.En base a las aportaciones de otras administraciones y de la iniciativa privada, realizadas en los cuatro primeros años y a la espera de los resultados finales en el año 2000, éstas deberán superar ampliamente los 3.500 millones de ecus.

En ambas iniciativas las medidas que podían beneficiarse eran de tres tipos, en función de los objetivos fijados:

<sup>10</sup> Esta red comunitaria la componen Centros de Desarrollo Rural, para cuyas acciones e intercambios de información y experiencias se reservaba hasta el 2% del total de la financiación del LEADER. La coordinación de estos Centros y sus relaciones con la Unión Europea en el caso de España se realizaba a través del IRYDA.

<sup>11</sup> Según datos de la Comisión Europea, Dirección General de Agricultura (GD.G. VI), en el LEADER I el número de personas afectadas ha sido de 11.424.000 distribuidas en una superficie de 364.757 Km², siendo la media de zona Leader de 1.685 Km² y población media de 52.889 hab. por zona Leader.

- a) las que promovieran la innovación en el medio rural.
- b) las de creación de grupos que facilitaran la creación de la red europea de desarrollo
- c) las de realización del proyectos comunes por parte de agentes o grupos locales que pertenecieran al menos a dos Estados miembros. Medida que se denomina de Cooperación Transnacional.

De las tres medidas la de mayor inversión en los dos períodos «LEADER», ha sido la a) con bastante diferencia sobre todo con respecto a la c) o de Cooperación Transnacional. A su vez dentro de las acciones de la medida a), ha sido la de apoyo al turismo rural la que se ha beneficiado más, superando el 50% de las inversiones realizadas.

#### 3.2. Las iniciativas «leader» en España y su aportación a la actividad turística en medio rural

De los proyectos del LEADER I que se aprobaron en la Unión Europea en marzo de 1991, España participó con 52, siendo el país que más se benefició de esta iniciativa comunitaria. Estos proyectos representaban una inversión inicial de 43.737 millones de pesetas<sup>12</sup>, de los que el 35.6% fue financiado por los Fondos Estructurales Europeos; el 34.6% por la iniciativa privada; y el 29.8% por la Administración Central y Autonómica.

Esta iniciativa actuó sobre un territorio de 81.855 Km² con una población de 1.854.305 habitantes, lo que representaba una densidad de 22.6 h./Km².

Respecto a la distribución económica inicial por medidas destaca la aportación a, la medida nº 3 (Fig.1), la de «apoyo al turismo rural» sobre el resto<sup>13</sup>, ya que representaba el 51.8% de total inicial. Porcentaje que se vio superado cuando el 31 de abril de 1994, finalizado el plazo de adjudicación de subvenciones, la inversión comprometida era de 33.408 millones de pesetas<sup>14</sup>. No obstante, las aportaciones al turismo rural varió según zonas y proyectos; así mientras en el LEADER de la Sierra Norte de Sevilla fue del 35.5% del valor ejecutado, sobre un porcentaje inicial del 70.4% (Foronda Robles, C. 1997), en el de la Montaña de Alicante fue del 87.7% (Candela Hidalgo, A. y otros. 1997).

Estas aportaciones económicas al turismo en medio rural, siguiendo a Beltrán Fernández, C. (1995) se destinaron principalmente a:

- análisis y diagnóstico de los recursos y de las potencialidades turísticas.
- la mejora de infraestructuras y equipamientos.
- la ayuda de proyectos turísticos privados y públicos.
- la mejora de las comunicaciones y la información turística.

<sup>12</sup> De los 43.767 millones de pesetas, 15.600 fueron aportados por los Fondos Estructurales de la Unión Europea; 15.112 por la inversión privada y 13.055 por las administraciones Estatal y de las Comunidades Autónomas.

<sup>13</sup> La distribución económica por medidas del LEADER I según la Secretaría General de Estructuras Agrarias (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación) fue (en millones de pesetas): 1- Apoyo técnico al desarrollo rural 1913.73 (4.4%); 2- Formación profesional y empleo 2494.57 (5.7%); 3- Apoyo al turismo rural 22.687.99 (51.8%); 4- Apoyo a las pequeñas empresas 6.872.06 (15.7%); 5- Valoración «in situ» y comercialización 6.443.97 (14.7%); otras medidas 3.355.30 (7.7%).

<sup>14</sup> El desglose financiero: el 52.6% fue generado por el sector privado; el 26.8% por los Fondos Estructurales Europeos; y el 20.6% por la Administración Central y Autonómica.

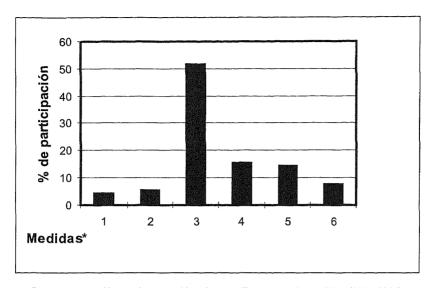


Figura 1. Inversión prevista por el Leader y en España según medidas (1991-1994).

- \* 1. Apoyo técnico al desarrollo rural
- 2. Formación profesional y empleo
- 3. Apoyo al turismo rural
- 4. Apoyo a las pequeñas empresas
- 5. Valoración «in situ» y comercialización de la producción agrícola y forestal local
- 6. Otras medidas (Asociacionismo, cultura, medio ambiente, etc.)

Fuente: Secretaría General de Estructuras Agrarias. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Elaboración propia.

- la organización de la oferta turística local.
- la creación de itinerarios en medio rural.
- los aspectos formativos de la actividad turística.

Podemos afirmar que esta iniciativa LEADER representó hasta ese momento la aportación económica más importante al «Turismo rural».

En junio del año 1994 se aprobó el LEADER II (DOCE de 1 de julio de 1994), concediendo a España 138 programas con un total de 332 millones de ecus de inversión prevista; es decir unos 53.000 millones de pesetas, de los que el 83.1% se destinaron a las regiones objetivo nº 1, mientras que el 16.9% a las de objetivo 5b. Este LEADER II tiene la vocación de agregar la innovación, la cooperación transnacional y el conciliar los intercambios y experiencias, dentro de la red europea de desarrollo rural. En noviembre del año 1999 se ha cerrado el plazo de adjudicación de subvenciones calculándose que las inversiones superarán los 180.000 millones de pesetas, de los que aproximadamente la mitad se destinen a la medida 3 de «Turismo rural».

Como adelanto a los resultados finales en la Comunidad Valenciana los seis programas LEADER II, a treinta de junio de 1999, tenían comprometido un total de 16.316 millones, cantidad que supera ampliamente los 12.967 millones previstos inicialmente, con aportaciones cuya distribución es el 33.7% por parte de los Fondos Comunitarios; el 24.0% de las administraciones nacionales; y el 42.3% del sector privado. No obstante, en la referida fecha la inversión comprometida por el sector privado representaba ya el 66.6%, es decir 10.860 millones de pesetas, sobrepasando con mucho el capital previsto al inicio de los programas.

Respecto al «Turismo rural» (Cuadro 1. Fig. 2) en concepto de inversión comprometida representa el 29.1% superando la prevista en principio; únicamente superada por las de «Apoyo a las pequeñas empresas, artesanía...», medida que está íntimamente ligada al desarrollo turístico de carácter integral. Es de significar que las inversiones comprometidas en la «Valorización y comercialización de productos» pasan de representar en la inversión inicial el 9.9% y a ser en el capital comprometido del 20.3% del total. Igualmente, pero en sentido

Cuadro 1
INVERSIÓN PREVISTA E INVERSIÓN COMPROMETIDA EN LA INICIATIVA COMUNITARIA «LEADER II»
EN LA COMUNIDAD VALENCIANA A 30-06-1999

Medidas (inversiones)	Millones de pesetas * Inversión inicial ■ Inversión comprometida	%
1. Apoyo técnico al desarrollo rural	* 1.210	9.4
	512	3.1
2. Formación profesional y empleo	* 912	7.0
	513	3.1
3. Turismo rural	* 3.426	26.4
	4.737	29.1
4. Apoyo a las pepueñas empresas,	* 3.768	29.0
artesanía	5.256	32.2
5. Valoración y comercializacion de	* 1.281	9.9
productos agrícolas, forestal	3.312	20.3
6. Conservación y mejora del medio	* 2.370	18.3
ambiente	■ 1.986	12.2
TOTAL	* 12.967	100.0
Programa de Innovación Rural	<b>16.316</b>	100.0

Fuente: Conselleria de Agricultura y Medio Ambiente. Dirección General de Política de Estructuras, Regadíos y Desarrollo Rural. Elaboración propia.

negativo, son las medidas de «apoyo técnico»; «Formación»; y «Conservación y mejora del medio ambiente» las que bajan en sus porcentajes de inversión prevista respecto a inversión comprometida, si es que no se ha recuperado en el segundo semestre del año 1999.

El número de acciones aprobadas (Fig. 3) han sido de 1.504, representando el «Turismo rural» el 17.9% del total. Por su parte, los beneficiarios finales de los proyectos han sido 465 personas privadas; 353 empresas; 288 colectividades locales/Administración; 208 asociaciones o grupos; y 153 cooperativas.

Esta iniciativa LEADER II, ha sido durante este período (1995-1999), completada por otras entre ellas, la denominada PRODER II. (Programa de desarrollo y diversificación económica en las zonas rurales) aplicado en el marco de apoyo comunitario a las áreas calificadas como de objetivo 1. En la Comunidad Valenciana la inversión prevista por los Fondos FEDER y FEOGA, fue de 10.524 millones, aunque a 30 de junio de 1999, el capital comprometido estaba por debajo con 8.905 millones de pesetas.

En definitiva, que como mínimo con las dos iniciativas, LEADER II y PRODER II, la Comunidad Valenciana se encontraba a 30 de junio de 1999 con una inversión comprome-

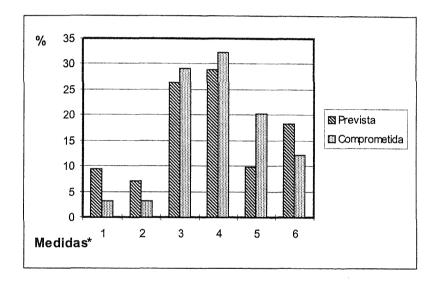


Figura 2. Iniciativa comunitaria Leader II. Comunidad Valenciana. Inversión prevista y comprometida a 30-06-99.

- \* 1. Apoyo técnico al desarrollo rural
- 2. Formación profesional y empleo
- 3. Apoyo al turismo rural
- 4. Apoyo a las pequeñas empresas
- 5. Valoración «in situ» y comercialización de la producción agraria y forestal local
- 6. Otras medidas (Asociacionismo, cultura, medio ambiente, etc.)

Fuente: Conselleria de Agricultura y Medio Ambiente.

Dirección General de Política de Estructuras, Regadíos y Desarrollo Rural.

Elaboración propia.

tida para las áreas rurales de unos 25.223 millones de pesetas, de las que un porcentaje muy importante tanto de forma directa como indirecta va destinado al turismo en medio rural.

#### 3.2.1. Análisis y evaluación de las iniciativas «leader» con respecto a la actividad turística

Las iniciativas «LEADER I y II» han supuesto en general, el introducir una serie de ayudas económicas en el medio rural que han posibilitado en cierta medida y en procesos desiguales, la dinamización de esos espacios, aunque no se han solucionado ciertos planteamientos de fondo, para los cuales fueron creados.

Por lo que respecta a la actividad turística cabe destacar como aspectos más beneficiosos:

 el interés despertado por la población local y los agentes locales por este tipo de ayudas, lo cual ha supuesto cierto dinamismo.

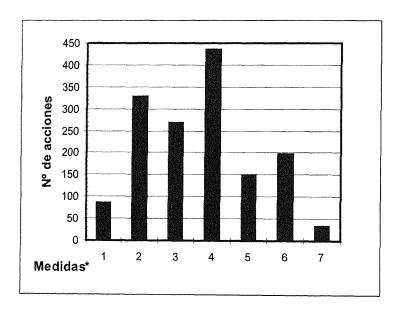


Figura 3. Iniciativa comunitaria Leader II. Comunidad Valenciana. Nº de acciones por medidas aprobadas a 30-06-99.

- \* 1. Apoyo técnico al desarrollo rural
- 2. Formación profesional y empleo
- 3. Apoyo al turismo rural
- 4. Apoyo a las pequeñas empresas
- 5. Valoración «in situ» y comercialización de la producción agraria y forestal local
- 6. Otras medidas (asociacionismo, cultura, medio ambiente, etc.)
- 7. Cooperación transnacional

Fuente: Conselleria de Agricultura y Medio Ambiente.

Dirección General de Política de Estructuras, Regadíos y Desarrollo Rural. Elaboración propia.

- la puesta en valor de recursos tanto naturales como histórico-monumentales; artesanales; gastronómicos; o festivos.
- la creación de alojamiento turístico y el apoyo a la restauración.
- mejora en la transformación de los productos aunque con deficiencias en los canales de comercialización y de información.
- la cercanía física y social de los agentes gestores de los programas: LEADER, gerencias.
- la creación de puestos de trabajo, aunque en muchos casos en precario. Es de significar el incremento del trabajo remunerado de la mujer a pesar de que muchas veces aparece como ingreso familiar.

Sin embargo, a pesar del esfuerzo realizado se han dejado sentir importantes carencias que se han manifestado de manera global en la inadecuada relación entre la oferta y la demanda, reflejándose de forma específica en:

- el escaso carácter innovador de los proyectos, en muchos casos con la ausencia de estrategias; o si han existido han presentado importantes lagunas como la ausencia de estudios de mercado, condición básica para que un proyecto sea competitivo. Ello origina cierto grado de incoherencia en algunos programas.
- la falta de imagen diferenciada, la que ha originado una carencia de «submarcas» provocando en muchos programas una estandarización de los productos.
- problemas de formación, una de las asignaturas pendientes, y que se ha manifestado sobre todo en la calidad de los alojamientos turísticos.
- pobres iniciativas en oferta complementaria, la cual incide claramente en la especificidad de los espacios turísticos.
- escasez y falta de definición en la oferta de productos reglados.
- carencia de infraestructuras, generando, ante el incremento de la demanda y la fuerte estacionalización de algunas áreas, problemas de capacidad de carga no sólo ambiental, sino también económica y social.
- ausencia de una articulación territorial adecuada al desarrollo de programas, originando una excesiva concentración de acciones.
- la deficiencia en la conexión de las actividades turísticas con las del resto del medio rural.
- escaso éxito de acciones en cuanto a proyectos transnacionales, debido a problemas de formación y de experiencia en la colaboración de programas transregionales.

Como resultado de todo ello y ante la falta de respuesta a los objetivos marcados por las iniciativas LEADER, algunos analistas concluyen que con ello se ha cuestionado el propio espíritu de la iniciativa (López Monné, R. y Anton Clavé, S. 1998); en otros esta situación ha generado un cierto escepticismo (Xosé Santos, 1998); mientras que para otros ha generado un cierto grado de frustración o desencanto (Andrés Sarasa, J.L. 1997).

En este sentido y aún reconociendo todas esas disfunciones que han presentado las iniciativas LEADER I y II, entendemos que bien enfocadas, con modelos de desarrollo adecuados, son instrumentos importantes de consenso, cohesión económica y social para el mundo rural. Sin embargo, en estos años pasados ha jugado en contra de todo ello la falta

de experiencia, la cual se ha manifestado en: la descoordinación entre las administraciones, con una falta de experiencia en aplicaciones de programas integrales en áreas supramunicipales; la precipitación en la adjudicación de los proyectos sin el asesoramiento técnico adecuado; la deficitaria comunicación con la población; los problemas en la dinámica de los grupos de acción local, con un excesivo peso de voluntarismo en la dinamización de los programas; la falta de homogeneización de las normativas, etc. No obstante, y dado que todo desarrollo lleva un proceso lento y complejo, con el paso del tiempo, aún con todos estos problemas, se verá que estas iniciativas han servido en muchas Comunidades Autónomas para propiciar un cierto despegue del medio rural y en especial de su actividad turística.

Esperemos que en la nueva iniciativa planteada LEADER PLUS (2000-2006) sean corregidos los errores de las anteriores y se aborde definitivamente la modernización de los espacios rurales y consecuentemente se consolide un nuevo tejido socio-económico que revitalice al mundo rural. La referida iniciativa se presenta en el contexto de los grandes cambios que se están recogiendo en el contexto de la Organización Mundial del Comercio, y de la ampliación de la Unión Europea. Todo ello va a exigir abordar definitivamente aspectos no superados como la innovación; la cooperación transnacional; la cohesión económica y social, aplicando instrumentos financieros adecuados para reducir las disparidades en el mundo rural y para transmitir la idea a la sociedad que el desarrollo en medio rural pasa por la sostenibilidad para lo cual hay que tomar las medidas técnicas y legales adecuadas.

#### 4. APROXIMACIÓN AL DESARROLLO TURÍSTICO INTEGRADO EN EL MEDIO RURAL

Como hemos adelantado las disfunciones apreciadas entre las tendencias de la demanda y la oferta turística en los espacios rurales vienen originadas por la ausencia de modelos de desarrollo que respondan a las idoneidades de esos espacios que se encuentran en proceso de modernización; donde el «mundo rural» y «urbano» están dejando de ser sociológicamente antagónicos, aunque sigan identificándose como «subsistemas» dentro de la misma sociedad (Manero Miguel, F. 1997), y continúen organizándose en consecuencia de forma diferente. En este sentido la Comisión Europea responsable de la ordenación del territorio, en base al necesario desarrollo regional más equilibrado y sostenible del espacio de la Unión Europea, viene insistiendo (Comité de Desarrollo Territorial E.U. 1999) en la necesaria intensificación de esa nueva relación entre el campo y la ciudad, en la cual el turismo, como actividad socioeconómica en alza, aparece como un medio que debe ayudar a articular los nuevos desarrollos en el espacio rural.

En este sentido, el turismo en aquellas áreas donde éste no tenga un carácter intensivo, dadas las características de fragilidad que presentan los espacios rurales, no debe interpretarse como motor exclusivo sino integrarse en el resto de actividades propias del medio rural, el cual ha de entenderse como una realidad global. En definitiva los diversos productos turísticos que convergen en el mundo rural representan un «producto territorial» (Vera Rebollo, F. y Marchena Gómez, M. 1998), de manera que la gestión del territorio no es sólo la prestación de servicios turísticos y las medidas de fomento de cada área, sino que el concepto abarca la gestión integral del espacio rural, con claras implicaciones en la planificación del territorio, disciplina urbanística, y conservación y gestión ambiental.

Por lo tanto el desarrollo de productos debe atender a los principios de complementariedad, convirtiéndose ésta en un instrumento decisivo para la organización coherente del territorio rural, tanto desde el punto de vista social, como económico y medioambiental.

Así pues, podemos significar ante todas estas implicaciones del turismo y su peso real en el espacio rural, aunque no exentas de valoraciones contrapuestas en la sociedad rural (López Palomeque, F. 1997), que la actividad turística en el espacio rural no debe considerarse como excluyente de otras pero tampoco como marginal o paralela, sino integrada en las estructuras rurales; de ese modo el turismo, junto a los sectores económicos más tradicionales puede ayudar a revitalizar los espacios de interior.

En consecuencia, en esta nueva relación entre campo y ciudad creemos conveniente, para subsanar errores pasados, aplicar en las áreas rurales modelos de desarrollo turístico de carácter integrado, endógeno y sostenible, que permita a los diferentes sectores y subsectores económicos avanzar en un mismo sentido contemplando a su vez las relaciones con la estructura social junto a políticas que aboguen por el mantenimiento y conservación tanto del medio natural como cultural.

Para aplicar este tipo de modelo integrado previamente tenemos que fijar las bases conceptuales generales que nos permitan sustentar la metodología a desarrollar, entre las que destacamos:

- a) el considerar como finalidad última de la estrategia turística integrada el aumento de la rentabilidad social, económica y ambiental a través de la cualificación productiva.
- b) considerar el proceso de cualificación productiva como la diferencia existente entre las expectativas previas y la realidad percibida en el consumo de los servicios turísticos por parte de las visitantes.
- c) sustentar toda programación sobre una consideración integral y endógena de la actividad turística, dada su capacidad para generar sinérgias en muy diferentes sectores económicos y basar su competitividad en actuaciones a realizar en diversos
  campos.
- d) asumir el producto turístico como la suma de infraestructuras, servicios, empresas, tecnologías y recursos humanos que produzcan bienes susceptibles de ser consumidos por el turista, superando una posible limitación de estrategias dirigidas exclusivamente a las tradicionalmente empresas turísticas.
- e) enfocar las estrategias y programas turísticos derivados del desarrollo metodológico sobre la base de la coordinación de las diferentes actuaciones que en materia turística estén realizando los diferentes niveles de la Administración.

#### 4.1. Aproximación al análisis metodológico de carácter turístico integrado

Para la revitalización de los espacios rurales y dadas las nuevas formas de regulación, negociación y gestión que requiere la actividad turística en la actualidad, previamente al cualquier tipo de intervención, hay que recurrir para ser competitivos al conocimiento del estado actual de todos aquellos elementos que intervienen en la actividad turística del espacio rural que deseamos desarrollar. Ello representa sistematizar todos sus componentes, desde los de carácter general (infraestructuras y servicios) a los recursos; la demanda; y los subsectores económicos relacionados de manera jerarquizada con la actividad turística

(López Olivares, D. 1999). A su vez la concurrencia de todos estos componentes debe realizarse de forma interrelacionada (Cuadro 2.) cuyas sinergias pueden garantizar la sostenibilidad del desarrollo turístico integrado. Es por ello que el turismo en medio rural debe estar inmerso en esos modelos integrados, preferentemente a diferentes escalas, para no caer en el desarrollo de la actividad turística indiscriminada la cual casi siempre se asienta en un deficiente conocimiento de la demanda y generalmente en una sobrevaloración de los recursos; cuando éstos por sí solos no pueden ser el único referente para incentivar un proceso de desarrollo turístico en medio rural. Por este motivo las variables de localización a las que el turismo en medio rural se ve sometido imponen unos criterios de zonificación de carácter supramunicipal que afectan en mayor o menor medida al modelo de desarrollo generado en el medio rural.

La finalidad de proceso de sistematización turística integrado debe ser el definir unas estrategias que por medio de la aplicación de unos instrumentos incidan en la calidad de la oferta, de la demanda, y hagan posible una eficaz comercialización y promoción integral del producto turístico diferenciado.

A su vez el producto turístico diferenciado nos vendrá dado por los propios recursos, la oferta de alojamiento y turística complementaria, pero también por los servicios generales, la formación del personal en contacto, las tipologías edificatorias, las infraestructuras, los transportes, etc. Por lo tanto el producto turístico participa en su construcción, de los diferentes aspectos territoriales y socioeconómicos desembocando en un producto heterogéneo de manera que se presenta como una pequeña dinámica socio-económica en el ámbito de un sistema socio-económico más general.

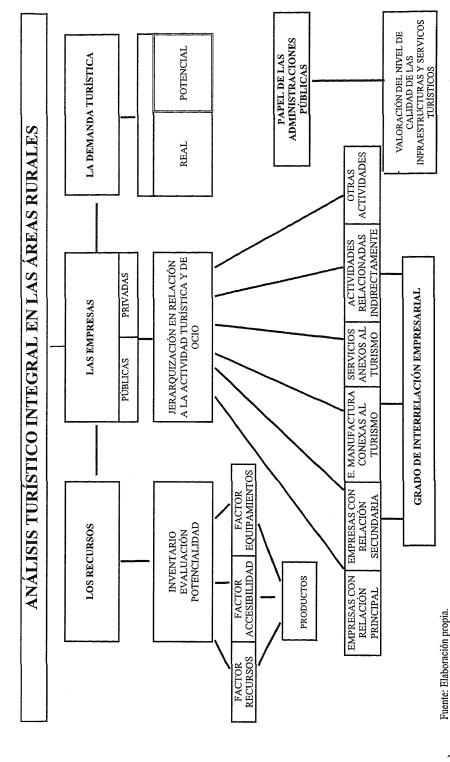
Ello supone en consecuencia realizar un proceso en el que se tengan como objetivos específicos:

- la transformación de los recursos en productos activándolos en términos de renta.
- el plantear diseños territoriales concretos, generando escenarios atractivos incluyendo el paisaje.
- identificar y priorizar proyectos singulares que sean la clave del desarrollo.
- el facilitar las bases para la comercialización desde el espacio turístico.

Para la consecución de estos objetivos se debe aplicar una metodología de carácter integrado, a los contenidos tanto de carácter general como los específicamente turísticos, la cual se plasmaría en una serie de fases o etapas que se pueden sintetizar en:

- 1. Exploraciones básicas territoriales, socio-económicas y medioambientales.
- 2. Análisis y diagnóstico del entorno turístico. Análisis DAFO.
- 3. Inventario, evaluación y potencialidad de los recursos turísticos por medio de su: Cuantificación y distribución de los recursos; jerarquización de los recursos; ponderación de los recursos; índice de potencialidad turística.
- 4. Análisis de los factores que inciden en el estado del desarrollo de los recursos, entre ellos: Ordenación urbana y tipología de asentamientos; comunicación y accesibilidad; gestión turística, etc.
- 5. Exploraciones socio-turísticas sobre la demanda tanto en destino como en origen, con aplicación metodológica de carácter tanto directo como indirecto.

ANÁLISIS TURÍSTICO INTEGRAL EN LAS ÁREAS RURALES. ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO INTEGRAL Cuadro 2



- 6. Análisis y diagnóstico sobre las empresas turísticas y sobre las que generan sinergias al desarrollo turístico integrado. Diagnóstico de los turismos temáticos sobre los que sustentan las referidas empresas.
- 7. Diagnóstico global sobre: Recursos turísticos; infraestructuras generales; infraestructuras de alojamiento; la oferta complementaria y los recursos humanos.
- 8. Diseño de las estrategias que contemplen los programas y acciones prioritarias que requiere el destino analizado.

En definitiva que para alcanzar un desarrollo equilibrado, sostenido, sostenible, y a su vez competitivo, de un espacio rural en la actividad turística, es necesario, previamente a la realización de cualquier tipo de intervención o actuación, conocer su realidad y potencialidad. En consecuencia hemos de alcanzar un diagnóstico que a modo de instrumento facilite a los organismos implicados el ser más eficaces en los procesos de desarrollo y cuyas actuaciones repercutan al máximo tanto a nivel social y económico como medioambiental y cultural. No obstante, es preciso, dada la complejidad de este proceso, y para poder alcanzar con éxito los objetivos señalados que éste vaya acompañado de dinámicas de consenso que impliquen a la población en general y en particular a los agentes públicos y privados, siendo de gran importancia la capacidad de negociación que posean las administraciones públicas implicadas en el proceso.

#### 5. CONCLUSIONES

Las crisis en los espacios rurales con modelos agropecuarios tradicionales han coincidido en los últimos lustros con un incremento de la demanda turística de los mismos. Sin embargo, si bien la tendencia cuantitativamente ha sido importante, lo más relevante se ha detectado en los cambios cualitativos que ha ido generando esa evolución ya que se han incrementado, proporcionalmente, más el número de visitantes que se han desplazado al medio rural por motivos estrictamente turísticos. Ello ha supuesto el aumento de los alojados en establecimientos comerciales, lo cual es de enorme trascendencia para el medio rural ya que se estima que estos triplican el gasto medio de los que lo hacen en «segunda residencia» o en casas de familiares o amigos.

No obstante, este incremento de la demanda no se ha visto correspondido proporcionalmente por la oferta de alojamientos propiamente rurales, ya que ha predominado la oferta de plazas de hoteles en áreas de influencia de espacio rural en detrimento de las específicamente rurales; todo ello acompañado de una débil, deficiente y escasamente articulada oferta complementaria. Significar que ambos aspectos es imprescindible subsanarlos para que se puedan desarrollar actuaciones de forma adecuada en torno al turismo rural, caso de los Planes de Dinamización Turística previstos por la Secretaría General de Turismo para el medio rural.

Este aumento de la demanda turística de espacios rurales se ha producido básicamente por parte de las ciudades de más de 100.000 habitantes, los cuales se han desplazado motivados por la búsqueda de nuevas sensaciones y percepciones que compensen los problemas que genera la vida cotidiana de la ciudad. Esta tendencia viene facilitada por la disponibilidad de mayor tiempo libre, por una favorable actitud de viajar; y por la mejora en las infraestructuras de transporte y servicios; y en general por los adelantos en los medios técnicos de comunicaciones.

Así, el turismo en espacio rural se presenta como una nueva forma de entender el desarrollo incidiendo, por la dinámica que genera, tanto en los aspectos territoriales, socio-económicos, como medio-ambientales y culturales. Dinámica que como hemos señalado,
desde las diferentes perspectivas, puede aportar interesantes aspectos positivos, pero
igualmente, sino se ponen medios adecuados, puede acarrear aspectos negativos, sobretodo cuando en sus diferentes ámbitos se sobrepasen las capacidades de carga adecuadas
al medio rural.

Paralelamente al incremento cuantitativo y cualitativo de la demanda turística en medio rural las administraciones públicas, sobretodo la Unión Europea conscientes de los problemas que detentan estos espacios rurales, han apoyado con iniciativas y programas socio-económicos, las nuevas dinámicas de desarrollo para el medio rural, entendiendo que uno de los aspectos a potenciar es el del turismo ya que puede suponer un elemento motriz para las regiones menos favorecidas. Estas iniciativas se plasman en los Fondos Estructurales Europeos, sobretodo a partir de su reforma en el año 1988, cuando se fijan objetivos para las zonas rurales menos desarrolladas contando con las administraciones de los diferentes estados de la Unión y sus administraciones autonómicas; ello se reflejará en la cofinanciación y gestión de las diferentes iniciativas, caso de los LEADER, PRODER o LIFE.

Sin embargo en el caso de España, analizando las tendencias de la demanda en espacio rural y haciendo un seguimiento de las experiencias en los diferentes espacios rurales cuando se han aplicado programas europeos, caso de los referidos «LEADER I y II», los resultados no han respondido en su totalidad a las expectativas generadas por la Unión Europea, la cual tenía entre sus objetivos prioritarios, facilitar una dinámica para el medio rural basada en el desarrollo de carácter integral endógeno y sostenible; donde el desarrollo turístico tiene un indudable protagonismo; no en vano más del 50% de las acciones promovidas por los diferentes programas han estado relacionadas directamente con la actividad turística. No obstante, también podemos afirmar que las ayudas económicas que han facilitado, en alguna medida, la dinamización de los espacios rurales han tenido procesos desiguales; si bien el denominador común para todas ellos ha sido la falta de integración y ordenación de las acciones con el resto de actividades del medio rural.

Esa falta de respuesta a los objetivos planteados por la Unión Europea delata la ausencia de modelos de desarrollo que a modo de instrumentos sean capaces de articular las diferentes realidades rurales acomodando los programas a los objetivos de vertebración de sus espacios; y de ese modo se aborde definitivamente la modernización de los espacios rurales consolidando un nuevo tejido socio-económico que revitalice el mundo rural.

Para conseguir este objetivo general, visto el desarrollo de los programas, las conclusiones del Grupo de Alto Nivel de la Comisión Europea, y la de algunos autores (Feito Castellano, R. y Pernas Riaño, S. 1999) creo que toma fuerza la idea de trabajar más sobre la definición de métodos que sobre programas y acciones.

En este sentido es necesario aplicar métodos que faciliten esos modelos de desarrollo en los cuales la actividad turística debe aparecer integrada en las nuevas estructuras del medio rural, siendo más que una alternativa un instrumento que facilite esos modelos de desarrollo en el marco de esa nueva relación planteada entre el campo y la ciudad. Por lo tanto el desarrollo turístico en medio rural más que un objetivo en sí mismo debe ser un medio que favorezca la vertebración y cohesión socio-económica de los espacio rurales de interior en ese contexto de desarrollo endógeno, sostenido y sostenible.

Así, para subsanar las deficiencias y errores pasados es preciso, antes de realizar o aplicar cualquier tipo de programa, conocer la realidad del medio rural en el que se va actuar para lo cual es necesario a su vez alcanzar diagnósticos que a modo de herramientas nos garanticen en cierta medida el éxito de las actuaciones. Estos diagnósticos a nuestro entender se deben realizar por medio de análisis integrados, en donde intervengan, aunque de forma jerarquizada, todos aquellos elementos y factores que se encuentren inmersos en la realidad del medio rural.

En definitiva, consideramos que habría que aprovechar más las tendencias de la demanda turística y las sensibilidades de las administraciones hacia el medio rural, por medio de metodologías que nos condujeran a modelos de desarrollo turístico más acertados.

#### **BIBLIOGRAFÍA**

- ANDRÉS SARASA, J.L. (1997): «Turismo y desarrollo rural: entre el deseo y la realidad» en *Los Turismos de interior*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid. pp. 611-616.
- BELTRÁN FERNÁNDEZ, C. (1995): La experiencia española en la promoción turística a través de la Unión Europea: El programa LEADER en *Papers de Turisme*, 17. ITVA. Generalitat Valenciana. Valencia. pp. 25-31.
- BLANCO PORTILLO, R.C. (1999): «La situación del Turismo rural en España» en *Forumed'97*. Ayuntamiento de Torredembarra. pp. 77-83.
- BOTE GÓMEZ, V. (1990): Planificación económica del turismo: de una estrategia masiva a una estrategia artesanal. Edit. Trillas. México D.F. 373 pp.
- BOTE GÓMEZ, V. (1995): «Nuevas formas de turismo para la revitalización de espacios de interior en España» en *Rassegna di Etudi Turistici*. Associazione Nazionale Italiana Esperti Scientifici del Turismo. Anno XXVII, 3. 199 pp.
- CANDELA HIDALGO, A.R.; GARCÍA CARRETERO, Mª M.; y SUCH CLIMENT, Mª. P. (1997): «Expectativas del turismo rural en la provincia de Alicante: valoración del programa Leader» en *Los Turismos de interior*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid. pp. 643-662.
- COMITÉ DE DESARROLLO TERRITORIAL U.E. (1999): *Estrategia Territorial Europea*. Postdam, mayo 1999. Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Luxemburgo. 89 pp.
- ELLIOT-SPIVARCK, S. (1990): «Turismo y medio ambiente, dos realidades sinérgicas» en *Pepers de Turisme*, 3. ITVA. Generalitat Valenciana. Valencia. pp. 26-43.
- ESTEBAN TALAYA, A. (1998): «La demanda turística nacional» en *La actividad turística española*. AECIT. Madrid.
- FEITO CASTELLANO, R. y PERNAS RIAÑO, S. (1999): «La administración turística española en el contexto internacional» en *La actividad turística española en 1998*. AECIT. Madrid. pp. 193-188.
- FORONDA ROBLES, C. (1997): «La experiencia de desarrollo endógeno en la Sierra Norte de Sevilla» en *Los Turismos de interior*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid. pp. 413-421.
- FUENTES GARCÍA, R. (1995): El Turismo Rural en España. Especial referencia al Análisis de la Demanda. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Madrid.
- FUENTES Y SORET (1997): «El turismo rural» en *La actividad turística española en 1996*. AECIT. Madrid. pp. 473-490.

- GONZÁLEZ BERNÁLDEZ, F. (1992): «Turismo y medio ambiente» en *Revista Valenciana d'Estudis Autonòmics*, 13. Segunda época. Generalitat Valenciana. Valencia. pp. 138-165.
- IVARS BAIDAL, J. (1999): «La relació entre el turisme de litoral i el rerepaís interior» en Forumed'97. Torredembarra. pp. 47-54.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. Y SABATÉS Y GUIXES, J.M. (1997): «Aportación al balance de les Residències-Casa de Pagés como modalidad de turismo rural en Cataluña» en *Los turismos de interior*. Universidad Autónoma de Madrid. Col. de Estudios, 52. Madrid. pp. 493-503.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (1998): La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Universidad Jaume I. Col. Manuals, 11. Madrid. 302 pp.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (1998): «Características del desarrollo turístico castellonense y el proceso metodológico en la planificación de los espacios turísticos» en *Rev. Valenciana de Estudios Autonómicos*, 22. Generalitat Valenciana. pp. 103-128.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (1999): «La sistematización de la actividad turística como base de desarrollo de los espacios turísticos» en *Turismo: organización administrativa*, calidad de servicios y competitividad empresarial. Tirant lo Blanch. Valencia. pp. 189-202.
- LÓPEZ MONNÉ, R. Y ANTON CLAVÉ, S. (1998): «Estrategias para la dinamización de los agentes locales en los procesos de planificación y desarrollo turístico en zonas rurales desfavorecidas» en *Turismo y planificación del Territorio en la España del fin de siglo*. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona. pp. 57-71.
- MANERO MIGUEL, F. (1997): «Experiencias de Turismo Interior: logros y procesos desde la perspectiva del desarrollo local» en *Los turismos de interior*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid. pp. 307-329.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1992): Ocio y turismo en los Parques Naturales Andaluces. Serie Documentos Turismo,1. Dirección General de Turismo. Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía. Sevilla. 216 pp.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1995): «Escala intermedia y ordenación del turismo en espacio rural. El caso de Andalucía» en *La formació*, *la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. Universitat de les Illes Balears. Palma.
- PRIESTLEY, G. (1997): «El turismo de interior en el conjunto del turismo español» en *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*. Universidad Autónoma de Madrid. Colección de Estudios, 52. pp. 261-270.
- SANTOS. X. (1998): «Políticas de desarrollo turístico. El ejemplo del Baixo Miño» en *Turismo y Planificación del Territorio en la España del fin de siglo*. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona. pp. 224-232.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (1996): Análisis de la oferta del turismo rural en España. Ministerio de Comercio y Turismo. 3 Tomos. Madrid.
- VALDÉS PELÁEZ, L. Y DEL VALLE TUERO, E.A. (1999): «El turismo rural. Balance global» en *La actividad turística española en 1998*. AECIT. pp. 525-534.
- VERA REBOLLO, F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F. MARCHENA GÓMEZ, M.; y ANTON CLAVÉ, S. (1997): Análisis territorial del turismo. Ariel Geografía. Barcelona.
- VERA REBOLLO, J.F. Y MARCHENA GÓMEZ, M. (1998): «Efectos del turismo en las estructuras regionales periféricas: una aproximación analítica». en *Rev. Millars*, XXI. Dossier coordinado por López Olivares, D. Universitat Jaume I. Castellón. pp. 109-144.