

SITUACION ACTUAL DEL TURISMO RURAL EN EUROPA

M.L.A. DERNOI*

1. Introducción

Para redactar el presente estudio, el autor se ha inspirado, por una parte, en la noción general del turismo diferente (140) y, por la otra, en los resultados de los trabajos del Coloquio sobre la agricultura y el turismo que tuvo lugar en Marienham (Francia) en junio de 1982.

Este coloquio, patrocinado por el Gobierno finlandés, fue organizado por iniciativa de la Organización de las Naciones

* Structures Agraires et la Rationalisation des Exploitations. Rapport N° 2. ONU/FAO, New York, 1983.

(140) Se pueden hallar los artículos del autor sobre el turismo diferente en las siguientes publicaciones:

— FIPAD (*Fondation Internationale Pour un Autre Développement*), Dossier n° 25, Nyon, Suiza, septiembre de 1981.

— *International Journal of Tourism Management*. Guilford, Surrey, Reino Unido, diciembre de 1981.

— *Forum du développement*. Universidad de las Naciones Unidas, Ginebra, Suiza, junio de 1982.

Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y por el Comité para los problemas agrícolas de la Comisión Económica para Europa (CEE) de las Naciones Unidas.

Se reunieron más de cincuenta expertos, provenientes de diecisiete países, así como representantes de la Confederación Europea de la Agricultura (CEA), organización no gubernamental (ONG).

El grupo de trabajo mixto FAO/CEE sobre las estructuras agrarias y la racionalización de las explotaciones ha constatado lo siguiente (página 2 del informe del Coloquio):

«En un estudio publicado en 1978, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) concluyó que entre el 40 y el 60% de los agricultores de los países altamente industrializados pueden ser clasificados en la categoría de los **agricultores a tiempo parcial**, ya que más de la mitad de sus **ingresos proviene de actividades no agrícolas**. Además, en estos países, la importancia de los ingresos de las actividades no agrícolas, en el conjunto de los ingresos totales de la agricultura, no deja de crecer. El desarrollo agrícola o rural futuro dependerá cada vez más, en los países altamente industrializados, de la existencia de fuentes de ingresos no agrícolas.

Las estadísticas publicadas anualmente por la OCDE revelan muy claramente el crecimiento continuo del turismo en los países industrializados. Los ingresos más elevados y más tiempo libre han hecho del turismo un elemento importante de la vida cotidiana.

Como cualquier otra industria que se desarrolla, el turismo tiende a diversificarse, especialmente en el plano geográfico. Esta evolución ha llevado recientemente a descubrir que el campo constituye, en numerosos países de Europa central, **un posible recurso turístico**. Esta forma de turismo tiene ya una larga tradición en los países del Norte de Europa».

El objetivo del Coloquio era «estudiar e intercambiar experiencias sobre los efectos positivos y negativos del turismo en la agricultura, y sobre las diversas maneras y posibilidades de integrar el turismo en la agricultura en beneficio, al mismo tiempo, de los agricultores, los turistas y el desarrollo de las zonas rurales».

2. El concepto y las diversas fórmulas del «turismo diferente»

En este tipo de turismo, el «cliente» se aloja en la propia casa del «empresario» o muy cerca, y puede beneficiarse de otros servicios e instalaciones que allí se ofrecen. Esta es posiblemente la diferencia esencial que lo separa del turismo clásico, pero también se diferencia por otras características. Para resumir lo que es la práctica de este turismo particular, sin pretender hacer una exposición científica, lo más sencillo es exponer en paralelo algunas de las características más destacables de ambas formas de turismo:

2.1. *Características del turismo clásico/comercial y del turismo diferente*

<u>Turismo clásico/comercial</u>	<u>Turismo diferente</u>
Empresa comercial (grande o pequeña).	Actividad a domicilio, artesana.
Raramente empresa familiar, normalmente administrada como una sociedad.	Normalmente «negocio» familiar o de tipo similar.
La mayoría de las veces, empresa independiente (todo lo más, vinculada a establecimientos especializados en tiempo libre).	Generalmente fuente secundaria de ingresos familiares.
Siempre ofrece más de una «unidad de alojamiento», raramente menos de seis, generalmente de diez a cien, a menudo algunos centenares.	Generalmente ofrece una o dos unidades, raramente más de seis (excepto en el caso de plazas de camping).
Precisa grandes inversiones y, a menudo, fondos públicos para la infraestructura.	Precisa inversiones más modestas, esencialmente individuales.

Más vulnerable frente a las fluctuaciones de la coyuntura económica, la utilización no se presta generalmente más que a una sola finalidad.

Generalmente ofrece un alojamiento y servicios costosos para un nivel de comodidad más elevado, cosa que no lo hace accesible a los turistas de bajos ingresos.

Los ingresos (excepto en las pequeñas empresas familiares) entran en el circuito comercial normal, y la población en su conjunto no recupera, lentamente, más que unas migajas. Frecuentemente, los beneficios abandonan la localidad, e incluso el país.

Precisa un plan de ocupación de suelos, un esquema de ordenación; a menudo perturba el medio y las costumbres y tradiciones locales; modifica el paisaje.

Por naturaleza, está más bien «centralizado»; las unidades se hallan en proximidad inmediata las unas de las otras.

Por la concentración de sus unidades, tiene tendencia a aislar a los turistas de la población local.

Por el estilo de vida que ofrece, es susceptible de crear tensiones entre los turistas y la población local.

Utilización flexible (mejora de las normas de alojamiento y de ocio en el ámbito local, etc).

Ofrece servicios poco costosos; comprende la mayoría de servicios necesarios, pero, a menudo, sin confort; asequible a los sectores con bajos ingresos.

Los ingresos van a parar directamente a los habitantes, permanecen en el lugar.

Se integra en la estructura existente del hábitat, no comporta modificación alguna del medio, ni del paisaje; por su propia naturaleza, se ha de adaptar mejor a las costumbres locales.

Las unidades generalmente se hallan dispersas en la colectividad o en la región.

Elimina o reduce automáticamente el «apartheid» turístico.

Podría favorecer una mejor comprensión entre los turistas y la población local.

2.2. *Las razones de ser*

Las razones de ser del turismo diferente, como las esperanzas que pueden depositarse en el mismo, son múltiples. Hasta ahora, los que ofrecían este tipo de turismo estaban motivados por el deseo de completar sus ingresos. Sin duda, este deseo sigue siendo la principal motivación en el plano individual, pero la comunidad y el Estado también podrían hallar interés en un esfuerzo de promoción del turismo diferente.

A continuación presentamos un breve repaso de las ventajas que ofrece este tipo de turismo a todos los miembros de la colectividad;

a) *Para el individuo o la familia*

Esta forma particular de turismo, es decir, el alojamiento (de ciertos tipos de) turistas en casa del «empresario», dirige directamente los ingresos a las familias, sin pasar por las empresas especializadas y las cadenas internacionales (cortocircuitando así el factor multiplicador económico).

El alojamiento de los turistas en la vivienda familiar precisará de la mejora de una cierta parte del parque de alojamiento existente.

Los individuos y las familias podrían, al mismo tiempo, adquirir una competencia profesional y un espíritu de empresa, así como conocimientos sobre otras culturas y grupos de población.

Los miembros de la familia que se encuentren en situación de paro o que estén subempleados podrán, gracias al turismo diferente, aportar por su trabajo una contribución a la empresa familiar.

b) *Para la comunidad local*

— El turismo diferente es una fuente directa de ingresos para sus miembros,

- permite mejorar las condiciones de los alojamientos,
- ayuda a prevenir la degradación del medio ambiente
- y a evitar importantes gastos de fondos públicos para la infraestructura.

c) *Para la región*

El turismo diferente representará un apoyo para los esfuerzos destinados a conservar al máximo en la región los ingresos procedentes del turismo, en lugar de perderlos en provecho de productores e inversores «extranjeros».

El turismo diferente ayuda a prevenir las tensiones sociales (población local contra turistas), así como a preservar y/o reforzar las tradiciones locales (aspectos exteriores y de comportamiento, por ejemplo).

d) *Para las relaciones interregionales*

El turismo diferente podría favorecer la comprensión interregional e intercultural, especialmente.

El turismo diferente podría contribuir, aunque sea en proporciones mínimas, a reducir las desigualdades regionales.

e) *Para la clientela*

Otra razón para estimularlo es que este tipo de turismo se orienta a una cierta clientela, a quien le conviene o que lo busca, que tiene muy en cuenta los precios (estudiantes, etc) o que prefiere tener contactos estrechos con la población local (en lugar de mantenerse en el anonimato de las cadenas de grandes hoteles). Esta práctica permite acceder al turismo a las categorías sociales menos favorecidas.

El turismo diferente ofrece la posibilidad de familiarizarse con la vida cotidiana de los habitantes del campo y participar en la misma.

2.3. *La diversidad de las fórmulas*

No podemos decir que el turismo diferente se halle «muy extendido» actualmente; de todas formas, se practica en numerosos países industrializados (de economía de mercado y de economía planificada), e incluso en el Tercer Mundo.

El alojamiento en la granja — «gites ruraux», «Bauernhof», vacaciones en la granja— se practica mucho, como por otra parte también se ha extendido la práctica de la fórmula «bed and breakfast» (habitación y desayuno). La fórmula «conoce a la gente en su casa», las estancias por motivos lingüísticos «en inmersión total» en una familia, o la estancia en casa de un artesano con cursillo de aprendizaje, no son nada raras.

También en los países socialistas de la Europa Oriental, los turistas son alojados en casas familiares, esencialmente mediante organizaciones centrales. En Bulgaria, abonos para comidas comprados de antemano permiten a los turistas ser recibidos por las familias (para las comidas); en Hungría, la agencia nacional de viajes se ocupa de establecer a los turistas entre las familias dispuestas a acogerles.

El Tercer Mundo también participa de este tipo de turismo. Es aún poco eficaz en las Antillas, con fórmulas como «unos en casa de otros» o «conoce a la población»; este turismo puede ir hasta las fórmulas localizadas en el Senegal, donde los habitantes de los pueblos han organizado el alojamiento de turistas con un mínimo de confort, pero con un máximo de hospitalidad al recibirlos en el seno de la comunidad.

El alcance y la amplitud del turismo diferente son extremadamente variables. Desde la simple plaza de camping en el terreno o en el patio de la explotación, hasta el alquiler de bungalows o de habitaciones, a la habitación y desayuno o la habitación y pensión completa, y al cursillo de aprendizaje e incluso el trabajo regular (remunerado o no) en cualquier marco social. La participación en la vida local puede revestir, según sea más o menos intensa, las formas siguientes:

- a) Alquiler de alojamientos o de habitaciones por días, por semanas o por meses.
- b) Servicios de restauración, de lavandería o de limpieza asegurados en parte o totalmente.
- c) Participación en la vida cotidiana de la familia anfitriona en la medida en que sea posible o deseable (comidas en común, por ejemplo) con posibilidades de cursillos de aprendizaje del trabajo de la familia anfitriona, en su caso.
- d) Participación en la vida social de la colectividad local por medio de actividades creativas, físicas, sociales o culturales.

3. El turismo rural: formas, razón de ser y condiciones previas

3.1.- *Definición simplificada y límites*

Al contrario que las otras formas de turismo diferente y de vacaciones en el campo en general, el «turismo rural» no designa más que las operaciones dentro de las cuales la familia que acoge turistas dispone de ingresos no sólo por esta actividad hotelera, sino también de sus actividades agrícolas. A veces se pueden desarrollar otras actividades «primarias» además de la agricultura y la ganadería, tales como la pesca o la explotación forestal.

Otro elemento que restringe el campo de la definición del turismo rural es el número de las unidades de alojamiento ofrecidas en la vivienda familiar. Los límites más allá de los cuales se convierte en una «empresa comercial» varían generalmente entre las seis y las diez unidades (habitaciones o bungalows).

3.2. *Algunas formas de turismo rural*

Frecuentemente, la familia agrícola alquila una habitación, ya sea en el edificio (principal) donde se aloja la familia, o en otro, separado y transformado en alojamiento. Este sistema está muy extendido en Europa Central.

El alquiler de un bungalow cerca de la casa del agricultor (sobre todo si se prestan otros servicios) o en otro lugar de sus tierras cuando el alquiler no comporta servicios de restauración, es también una forma de alojamiento muy extendida en el Norte de Europa.

Esta última ofrece la ventaja de preservar la intimidad, tanto de la familia del agricultor, como de los turistas; por otra parte, el alquiler de bungalows, que ofrecen al mismo tiempo «todo el confort y la intimidad», es más rentable que el de una habitación.

El camping y el caravanning (fijo) en la explotación, generalmente a una cierta distancia de las instalaciones de la granja, constituyen una fuente de ingresos segura para la casa, sobre todo si tenemos en cuenta que esta forma de acogida no requiere más que bajas inversiones.

Una forma «extrema» de este turismo consiste en el hecho de que empresas comerciales (especializadas) de turismo incorporen granjas y actividades agrícolas a su establecimiento hotelero clásico, siguiendo una fórmula que quiere parecerse a la de los «dude-ranches» (ranchos hoteles) de América del Norte.

La gama de servicios va desde el alquiler de un apartamento amueblado, limpieza y lavandería incluida, pasando por el desayuno, la comida y/o la cena, a la venta de productos de la explotación o del campo, el alquiler de materiales para el tiempo libre o los servicios de guías.

Las formas más corrientes de ocupación de las tierras y de las instalaciones son las siguientes:

- propiedad individual/personal de la familia del agricultor.

- empresa que pertenece a un grupo de habitantes del pueblo y es dirigida por ellos de forma cooperativa.
- empresa que pertenece a la colectividad y/o al municipio, dirigida por este último.

Naturalmente, se ofrecen muchas alternativas al turista en materia de ocio. Siempre se le proponen, bajo una u otra forma, ciertas actividades en una muy extensa gama de deportes, juegos, diversiones, actividades culturales y sociales, y posibilidades de aprendizaje y de trabajo.

3.3. *El establecimiento del turismo rural: condiciones previas y estímulos*

A pesar del crecimiento que está experimentando el turismo en el campo, el número de explotaciones agrarias que practican esta actividad es todavía bastante bajo (véase el capítulo 4). Además de las condiciones naturales «objetivas» (lugar, emplazamiento, clima, etc), son necesarios un cierto número de elementos «subjetivos», por parte de las explotaciones, para facilitar o promover la instalación de una empresa hotelera.

3.3.1. *Condiciones locales y regionales*

Tierras/suelo y/o condiciones de producción mediocres y difíciles de mejorar, o una dimensión de la explotación demasiado reducida como para asegurar la subsistencia de la familia del agricultor.

Es por ésto que en el Reino Unido cerca del 50% de las granjas no se hallan en condiciones de ofrecer suficiente trabajo para un persona ocupada a tiempo completo; por lo tanto se hace necesario encontrar una actividad complementaria a tiempo parcial a fin de asegurar la supervivencia de la explotación. Según las estadísticas, un 16% de las que están situadas en «zonas difíciles» ya practican actividades no agrícolas bajo una forma u otra.

Podemos observar una «feliz coincidencia» en el hecho de

que, en general, las zonas agrícolas marginales son las que más convienen al turismo por los atractivos naturales que, de una manera u otra, ofrecen.

En una región determinada, el precio relativamente elevado de los servicios turísticos, que aportan más beneficios que la agricultura, favorecen la introducción del turismo rural.

Entre las condiciones «objetivas» primordiales figuran:

- la facilidad de acceso a la zona considerada,
- la armonía del paisaje,
- la limpieza del pueblo o del medio rural.

La existencia de atractivos naturales es un importante punto a favor (e incluso una necesidad): panoramas, montañas, colinas, bosques, lagos, etc.

Las instalaciones deportivas, las posibilidades de diversión, los «productos» artísticos e históricos, y las curiosidades étnicas, son igualmente estímulos para el turismo, ya que se venden bien.

Finalmente, una de las grandes condiciones previas es la duración de la/s estación/es turística/s, que se ha de extender como mínimo a tres meses al año (durante los cuales casi todos los alojamientos para alquilar deberían estar ocupados).

3.3.2. *La situación del agricultor (condiciones «subjetivas»)*

El turismo rural encuentra facilidades cuando no todos los miembros de la familia están ocupados a tiempo completo en las tareas agrícolas de la explotación.

Es necesaria una granja (u otro edificio) suficientemente grande y en suficientemente buen estado para poder alojar en parte las habitaciones para turistas sin una gran aportación de capital inicial.

Una de las condiciones previas, y no la menos importante, del turismo rural es la de que el titular interesado haya llegado a hacerse cargo de que:

- la producción propiamente agrícola no siempre puede garantizar la supervivencia de la explotación,
- el turismo rural ayuda al agricultor a sacar mejor partido de todos los recursos de los que dispone, tanto la propia tierra, como de la mano de obra agrícola, los materiales de construcción, las máquinas o simplemente los conocimientos y la experiencia que ha adquirido,
- la interacción de la agricultura y el turismo puede suponer y/o facilitar, concretamente,
 - mejoras en el alojamiento,
 - la instalación de equipos nuevos en la casa o en la explotación,
 - el aprovisionamiento de equipos recreativos y/o culturales,
 - la mejora del acceso y de los caminos que conducen a las parcelas y a sus alrededores,
 - la ampliación de los conocimientos y la profundización de la experiencia de la familia en diversos dominios,
 - el aumento de las ventas de los productos locales.

3.3.3. *¿Existe una clientela?*

La existencia de una clientela efectiva o potencial es una condición elemental para el desarrollo del turismo rural. Es sabido, por ejemplo, que tres millones de ciudadanos de la República Federal Alemana están interesados en pasar las vacaciones en una granja (como lo testimonia una encuesta realizada por la Universidad de Munich): he aquí la respuesta a la pregunta planteada y lo que empuja a los agricultores bien equipados a dedicarse al turismo rural en la República Federal Alemana, en Austria y en Suiza.

Esta clientela es sensible, sobre todo, a los precios moderados y al carácter familiar de las vacaciones en una granja, así como a la calidad de los entretenimientos ofrecidos en la misma, que son muy apreciados.

En el siguiente cuadro exponemos algunas cifras sobre la clientela potencial (que no son muy reveladoras, es cierto, en el caso del turismo rural).

Indice de salida en algunos países europeos

<u>País</u>	<u>Año</u>	<u>Indice de salida</u> (en tantos por cien)
Suecia	1977	80
Noruega	1978	78
Suiza	1978	74
Reino Unido	1977	61
Países Bajos	1978	57
República Federal		
Alemana	1978	56
Francia	1978	54
Dinamarca	1976	50
Bélgica	1976	47

Fuente: OCDE.

Un análisis de los índices de salida según la procedencia de las personas que marchan es particularmente importante para el turismo rural. Cifras globales recientes (1981?) referidas a Francia son suficientemente clarificadoras:

Parisienses	81%
Habitantes de aglomeraciones de 20.000 a 100.000 habitantes	61%
Habitantes de aglomeraciones de menos de 20.000 habitantes	46%
Habitantes de zonas rurales	32%

Estas cifras indican que los habitantes de grandes aglomeraciones buscan (sin duda, y por razones y motivos diversos)

un cambio de ambiente más importante (el turismo rural ofrece excelentes ocasiones) que los de las pequeñas ciudades y las zonas rurales.

Además, la evolución de las actitudes frente a la vida, especialmente en los aspectos del trabajo y del ocio, ha creado condiciones favorables para el turismo rural. El aprendizaje de otro oficio, el cambio de estilo de vida y la ocupación a tiempo parcial son igualmente elementos que incitan a los ciudadanos a explotar, entre otras, las actividades rurales.

El hecho de que los ciudadanos busquen un medio no contaminado y productos naturales (es decir, cultivos biológicos) tampoco es ajeno a esta elección.

3.3.4. *Marco y condiciones a nivel institucional y nacional*

Además de las condiciones previas y estimulantes antes indicadas, es de vital importancia para el turismo rural que los poderes públicos, en los niveles superiores, lo reconozcan y estén dispuestos a apoyarlo a nivel institucional.

Los poderes de decisión nacional en materia de desarrollo toman, según parece, cada vez más conciencia del hecho de que la agricultura, que es una de las actividades humanas más antiguas, podría completarse, y hasta ser preservada, por la que es la más reciente, y está en plena expansión, el turismo y el tiempo libre.

La realidad y la necesidad del turismo rural están actualmente ampliamente reconocidas por un cierto número de razones:

- refuerza la solidaridad social y pone a los ciudadanos en estrecho contacto con la «gente del campo»;
- permite, por medio de una ordenación conveniente, preservar mejor las cualidades del medio ambiente;
- en algunos países (como Francia o Italia), el «turismo verde» equivale prácticamente al «turismo social», es decir, que facilita a las familias con bajos ingresos y/o numerosas las actividades del tiempo libre al aire libre;

- es sinónimo de progreso para las zonas rurales, particularmente gracias a los ingresos complementarios que permite, a la mejora de la infraestructura local que supone, al mantenimiento o restablecimiento del equilibrio demográfico que favorece.

Al estar más y menor definidas las diversas funciones del turismo rural, en la economía en general y en la industria hotelera en particular, éste se beneficia de ayudas crecientes. Las instituciones y las organizaciones están ahora más abiertas, reconociéndole los méritos siguientes:

- cumple una función complementaria en el mercado del alojamiento de turistas (contrariamente a la actitud hostil con la que se encontraba anteriormente);
- aporta posibilidades suplementarias al asegurar el alojamiento del «excedente» de la clientela, mediante inversiones mínimas;
- en el caso de Irlanda, donde nuevas formas de turismo han sido estimuladas y organizadas a nivel central, satisface una demanda en rápida expansión, que no habría sido posible de afrontar a causa de la insuficiencia de los servicios hoteleros clásicos;
- el turismo rural satisface las nuevas exigencias de diversificación de las formas de vacaciones, así se adapta suficientemente bien a una fórmula tan reciente como son las vacaciones cortas (de una semana).

El turismo rural se beneficia de un apoyo particular en algunos países porque contribuye a preservar la pequeña agricultura. Turismo a pequeña escala (Bygdeturism o Gardsbruksturism en Suecia) y política de la pequeña explotación.

Los gobiernos y las instituciones deberían de intervenir en el turismo rural (o al menos facilitarlo) bajo otras formas;

- fijando los mecanismos de selección (normas) y los procedimientos de registro de los agricultores interesados,
- suministrando servicios de asesoramiento técnicos, administrativos y jurídicos a los agricultores y asegurándoles una formación,

- asegurándoles su promoción por medio de la publicidad y otras técnicas comerciales,
- tomando todo tipo de medidas de ayuda financiera en favor de los agricultores que se interesen por el turismo rural.

...

9.3. *El turismo rural, factor de dinamismo para la comunidad local*

Las actividades rurales tradicionales (principalmente agrícolas) ayudan en gran manera a preservar el medio natural, su belleza original y su tranquilidad. Al mismo tiempo, aseguran una infraestructura de base (caminos, agua, fuentes de energía), posibilidades de acceso y (generalmente) productos sanos, gracias en gran parte a la reserva local (autorenovable) de mano de obra.

Estos elementos constituyen al mismo tiempo las condiciones previas «sine qua non» y las ventajas básicas del turismo rural. Mediante un apoyo conveniente, el turismo rural es la actividad que mejor puede valorizar este capital y estos servicios.

Algunos equipos suplementarios de infraestructura (desarrollo de la red de carreteras, drenaje, canalización de aguas, electricidad y teléfono) instalados para las necesidades del turismo pueden ejercer una influencia positiva sobre toda la economía al difundir los servicios y los ingresos a través de toda la región.

Más allá de las mejoras aportadas al conjunto de la infraestructura regional, el turismo contribuirá muy probablemente también a desarrollar los equipos recreativos locales y a embellecer el entorno. En las fases de crecimiento económico lento (como la actual), esta forma de turismo que no plantea demasiadas exigencias permite mejorar progresivamente la calidad de los bienes existentes.

Si se desarrolla con suficiente extensión o está suficientemente concentrado, el turismo rural se manifiesta como un

estímulo eficaz para todos los sectores de la actividad local: agricultura, industrias manufactureras y servicios (tiendas, artesanado, albergues).

Por otra parte, debido a la variedad de demandas que comporta a nivel de consumo, favorece la diversificación de la economía local, cosa que la hace menos vulnerable a las fluctuaciones del mercado.

Un buen ejemplo de la flexibilidad y del papel de apoyo que juega el turismo rural es una tendencia a extender las posibilidades de acogida de los establecimientos hoteleros clásicos o a sustituirlos en períodos punta a fin de alojar el exceso de turistas. En algunos lugares (estaciones balnearias) no ha sido recibido por las empresas comerciales de turismo como competencia, sino más bien como un elemento de apoyo (o una solución de recambio) para el mercado local.

Las ventajas del turismo rural para la colectividad receptora se traducen en una valorización de los recursos locales (vendidos a mejor precio en su lugar de origen, sin gastos de transporte, ni de manutención); al mismo tiempo, hace una cierta publicidad de los productos locales y crea una demanda de mano de obra local, eventual o permanente.

El último argumento, pero no el menos importante, es que esta forma «blanda» de turismo puede ser un instrumento útil para los «partidarios de la salvaguardia de las culturas locales». La preservación de los sectores tradicionales (agricultura, pesca), complementada por actividades manufactureras locales y servicios locales (como el turismo rural), proporciona a la comunidad autóctona más oportunidades de sobrevivir y conservar así su identidad y una cultura endógenas (141).

Al contribuir, por su presencia «inspiradora», a revivir festividades, tradiciones y actividades de arte y de artesanado a

(141) La ayuda acordada para la agricultura por los gobiernos miembros de la Comunidad Económica Europea tiene, sobre todo, como principales objetivos el impedir el aumento del paro y preservar los campos (*The Economist*, 23 de octubre de 1982, p. 52).

punto de perderse, el turismo rural significa, en un mundo cada vez más uniforme, la preservación de la comunidad, con sus tradiciones y su carácter propios.

9.4. *Beneficios sociales*

Podemos advertir que el turismo y, especialmente, en una parte muy importante, sus variantes rurales, juegan un papel positivo en la economía nacional. La inyección directa de fondos exteriores (los gastos de los turistas) a través de la venta o del alquiler de bienes y de servicios, y la «exportación interior» de productos locales, agrícolas y de otro tipo, es un elemento valioso para la actividad económica.

Siguiendo ciertas indicaciones, el turismo permite concebir nuevos modelos agrarios revolucionarios, constituye un factor de dinamización socio-económica y contribuye al desarrollo de ciertas zonas rurales. Partiendo de este hecho, debería influir en la estabilidad (el equilibrio) de la región, permitiendo así proteger, mantener y hacer volver la población de origen (en oposición a la población estacional fluctuante).

Además, la conciencia de la complementariedad y de la reciprocidad que hay entre las ciudades y los pueblos favorece el mantenimiento de las poblaciones rurales y de la agricultura, y al mismo tiempo salvaguarda la tierra para las generaciones presentes y futuras.

Gracias a la apertura, a la mezcla de categorías sociales que comporta, el turismo rural generalmente da a los ciudadanos una visión de unas condiciones de vida y de trabajo que han olvidado desde hace mucho tiempo, y tiende así a hacer progresar la comprensión más allá de las diferencias culturales.

10. Problemas, dificultades e insuficiencias

En este apartado plantearemos una simple enumeración de los problemas señalados por diferentes organizaciones de

diversos países, agrupados por materias según los sectores en los que se han observado.

10.1. *Problemas para el agricultor y su actividad agrícola*

- Disminución (real o percibida) de la libertad de movimientos personal y de la actividad agrícola.
- Pérdida de la intimidad familiar.
- Los hijos del agricultor pueden sentirse vejados y/o marginados.
- La familia puede verse obligada a ceder las habitaciones que ocupa (para alojar a los turistas).
- El propietario ha de modificar en cierta medida su forma de vivir para adaptarse a las exigencias de la convivencia.
- El alojamiento de turistas en la explotación representa una pesada carga de trabajo cotidiano para el propietario y, en particular, para su mujer: cuatro horas diarias de trabajo para seis turistas, por ejemplo; para ocho y hasta diez turistas, ya es necesario un miembro de la familia de agricultores ocupado a tiempo completo.

Esta situación podría suscitar considerables dificultades en Austria, por ejemplo, donde el 81 % de las mujeres de los agricultores colaboran en las tareas agrícolas.

Además, el problema se agrava por el hecho de que la temporada turística coincide con la época en que los trabajos agrícolas exigen más mano de obra, el período estival de las cosechas. Entonces se produce una competencia entre ambas actividades por la mano de obra disponible en la explotación, que generalmente es muy poco numerosa.

El turismo, actividad de servicios particularmente lucrativa (y apasionante) compite peligrosamente con todas las otras ramas de actividad rurales (comerciales) en materia de contratación de personal.

Desde el punto de vista de la agricultura, lo que más se puede recriminar a los turistas es que dejen las basuras en cualquier parte, espanten los rebaños, dejen las vallas abiertas,

aparquen coches, coman y acampen sin ninguna consideración y, en fin, que dañen los cultivos.

El turismo agrícola puede tener ciertos efectos directamente nefastos para la actividad agrícola:

- al fomentar la parcelación de la finca (para la construcción de bungalows y chalets) podría perjudicar el cultivo,
- al competir en la utilización del agua, que a veces es un recurso escaso (el turismo es un gran consumidor de agua).

10.2. *Problemas para la localidad*

- El turismo (pero no necesariamente el turismo rural) tiene grandes necesidades territoriales (terrenos para edificar, transportes, deportes, actividades recreativas); la satisfacción de estas necesidades podría comportar una pérdida considerable de tierras agrícolas.
- Cuando hay poca tierra agrícola, es normal que los precios en el mercado fundiario se eleven, y la especulación que de ello se deriva no hace sino agravar aún más la escasez.
- El elevado precio de los terrenos lleva a los agricultores propietarios de la región a realizar grandes beneficios vendiéndolas, lo que contribuye a reducir aún más la superficie de tierra agraria.
- Las tierras agrícolas, así reducidas, pueden sostener menos gente: los agricultores y los obreros agrícolas han de marchar o disponerse a cambiar de empleo. Esta situación somete a la población local a fuertes tensiones.
- El turismo y sus actividades anejas (distracciones al aire libre o equipamientos de infraestructuras, por ejemplo) corre el riesgo de contribuir a la degradación de los suelos, que a su vez lleva al abandono de su cultivo.
- La industria hotelera, que ofrece salarios más elevados que otras industrias y que está «hambienta» de mano de obra, desvía la población activa de la región (de la agricultura).

- El turismo (con todas las actividades que lo acompañan) impone una (sobre) población «forastera», que absorbe o se distancia de los habitantes de origen.
- Las actividades turísticas y el crecimiento excesivo (en temporada) de la población, con el crecimiento de beneficios estacionales que se derivan, podrían conducir a una casi-desaparición de las viviendas alquiladas para uso permanente.

10.3. *Peligros para el medio natural*

El fuerte consumo de terreno que se produce por el turismo (142) se agrava aún más por dos fenómenos:

- Una utilización más intensa. Las masas atraídas por el turismo representan peligros manifiestos para la naturaleza. Cuando aumenta la densidad turística (143), es necesario tomar las máximas medidas para salvaguardar el medio ambiente.
- En el otro extremo, la dispersión en el campo de enclaves de uso residencial y recreativo de escasa densidad («parcelación» del terreno, grandes urbanizaciones, áreas de ocio). Tal evolución (estilo de vida) divide el entorno natural en parcelas artificiales.

10.4. *Obstáculos a la expansión*

La agricultura muy intensiva (como es la de los Países Bajos), realización ejemplar en sí misma, no es propicia generalmente al turismo rural, y sí que lo son, en cambio, otras zonas

(142) Según cálculos de fuente francesa, en Europa cada turista necesita 750 metros cuadrados de terreno.

(143) La densidad turística se mide en número de turistas por habitante o bien en número de turistas por kilómetro cuadrado. La provincia austriaca del Tirol es la que detenta el record mundial, con 5.000 turistas por kilómetro cuadrado o 500 turistas por habitante.

con formas de agricultura de peores resultados, como es Polonia.

Uno de los inconvenientes más importantes del turismo rural es el de ser tributario, en el límite, de las condiciones atmosféricas y de las fluctuaciones estacionales (las estaciones cortas pueden, además, acortarse por los caprichos del tiempo).

Es difícil reunir en una sola estación los ochenta o cien días de ocupación que constituyen los umbrales de la rentabilidad, pero todavía resulta más difícil el organizarse para recibir o tener clientes «fuera de estación».

Por lo que se refiere a los servicios que puede ofrecer el propietario, pueden manifestarse muchos problemas e insuficiencias:

- con frecuencia, el alojamiento no dispone de comodidad y de espacio,
- si el número de unidades sobrepasa la medida aconsejada de ocho a diez, el servicio puede volverse demasiado mecanizado, demasiado comercializado,
- suele haber poca elección en lo que se refiere a las distracciones, cuando las hay,
- un obstáculo principal ya citado para el establecimiento del turismo rural, es la falta de formación cultural de los potenciales anfitriones,
- la especulación a corto plazo (venta de parcelas) todavía parece atraer a numerosos agricultores que sacrifican así las ventajas que pueden obtener a medio o largo plazo (hospedaje de turistas),
- los turistas entorpecen, efectivamente, la buena marcha de las tareas agrícolas, pero ellos también se quejan de ciertos inconvenientes desagradables relacionados con la agricultura, tales como el ruido, los olores o el polvo,
- a veces, la alimentación constituye motivo de queja: algunos productos (que podrían ser suministrados a nivel local) son «importados» de otras regiones, y algunos productores locales no siempre tienen la calidad deseada,
- en el extremo contrario, algunos turistas no quieren ser

alojados en edificios demasiado nuevos, demasiado modernos, provistos de un confort excesivo que hace que se sientan desplazados.

10.5. *Defectos de organización*

Muy a menudo, los agricultores no son conscientes de las ventajas que puede representar el hecho de organizarse y cooperar para acoger a los turistas, y continúan alquilando habitaciones aisladamente (sin ninguna ayuda exterior).

De todas formas, también se puede llegar a que el propietario se de cuenta de estas posibilidades, pero con demasiada frecuencia falta el apoyo institucional. No hay prevista ayuda alguna, ni asistencia financiera, ni asesoramiento, o bien es el cuadro normativo (normas, registros, etc) lo que falta, y no se promueve lo suficiente la coordinación.

Por lo que se refiere a las ayudas financieras, la concesión de subvenciones y de préstamos (a largo plazo y con un interés bajo) no es la regla general. Además, los agricultores que reciben turistas se quejan a menudo de que no se benefician de exenciones fiscales: los impuestos sobre la renta y las contribuciones territoriales son demasiado elevados o les perjudican, y la amortización de las inversiones puede ser excesivamente larga.

Por parte de la clientela, la publicidad es frecuentemente defectuosa. Parece que la educación de los turistas sobre la manera de utilizar el espacio rural y natural, la manera de ser y de comportarse en tanto que consumidores individuales de ocio (en oposición a los consumidores de masa), prácticamente no existe.

11. **Clientela (motivación, satisfacción y relaciones entre el turista y su anfitrión)**

En los informes sobre el turismo, el análisis de la clientela está fuertemente centrado en la nacionalidad (el origen) de

los viajeros. El presente estudio, en cambio, analiza esencialmente la composición de la clientela desde el punto de vista sociológico, sin tocar prácticamente la distinción entre turistas locales y extranjeros; en una visión tan general, una diferenciación de los turistas por su nacionalidad no presentaría más que, en el mejor de los casos, un interés muy secundario.

En Austria se ha constatado que si los adeptos a las vacaciones en la granja «difieren un poco de los otros turistas desde el punto de vista sociológico, muestran las mismas exigencias en cuanto a la calidad del alojamiento».

La observación es válida, sobre todo, para los extranjeros, que representan el 76% del mercado turístico de este país.

Las encuestas efectuadas por la República Federal alemana y Austria sobre el turismo rural en Austria (144) han revelado que el 99% de las personas interrogadas estaban muy o bastante satisfechas del «producto» y desearían repetir la experiencia. Los precios moderados, una fórmula que conviene a las vacaciones familiares y el alto valor de las distracciones ofrecidas constituyen los principales factores que han decidido su elección: «El grupo que más se interesa por este tipo de vacaciones es el de los padres de 30 a 39 años con niños».

Otra encuesta realizada por la República Federal Alemana ha revelado que los turistas alemanes que practican esta fórmula «suelen ser adultos casados con niños de menos de 12 años, seguidos por la tercera edad y por personas que se pueden permitir un segundo o un tercer viaje de vacaciones». Entre las explotaciones que han acogido a turistas llegados de la República Federal Alemana, sólo el 40% estaban situadas en un país extranjero.

Estas indicaciones son corroboradas, además, por la promoción del turismo rural, que se dirige a la clientela compuesta por «familias con niños en edad preescolar y (...) de personas de la tercera edad».

(144) La proporción de turistas que provienen de la República Federal Alemana es muy numerosa.

En España, los principales usuarios del programa (145) también son, de lejos, familias de la ciudad de clase media con niños. Descubrir la naturaleza, la vida de los animales y las plantas, comer de forma sana y vivir en un medio en el que hay un mínimo de limitaciones, son para éstas los principales atractivos de las vacaciones en la granja.

12. El futuro del turismo rural: perspectivas, posibilidades, consejos

Los temas estudiados en esta sección han sido agrupados en cuatro apartados: 1) consideraciones macroeconómicas generales (indicaciones sobre las grandes orientaciones); 2) cuestiones de expansión física (naturaleza, geografía, entorno artificial); 3) funciones «logísticas»: particularmente, organización, administración, formación, normalización y promoción; 4) nuevas direcciones e incidencias.

12.1. *Consideraciones macroeconómicas generales (grandes orientaciones)*

Parece que actualmente todo el mundo está de acuerdo: el turismo rural exige una planificación de conjunto. Concretamente, hace falta, como ya se ha recomendado, «integrar las actividades turísticas y sus objetivos en el plan de desarrollo comunitario». La planificación del turismo rural parece que se debe inscribir en un marco ampliado a numerosos niveles: familia, colectividad local, región (146). Los programas con-

(145) Prácticamente no hay extranjeros que practiquen el turismo rural.

(146) Tanto es así que en Bulgaria comporta la creación de pequeños centros de servicios en los polos turísticos regionales (rurales).

cebidos desde esta óptica de integración podrían englobar múltiples elementos: formación, promoción y administración, infraestructura y política de desarrollo regional (147). En la República Federal Alemana, las políticas de desarrollo regional que tienden a una «estabilización descentralizada» movilizan los recursos locales (humanos y naturales) y juegan fuerte sobre el turismo para alcanzar esta meta.

Otro objetivo importante de la planificación en el caso de las zonas rurales, en absoluto incompatible con el anterior: se trata de crear una «estructura socio-económica diversificada». Esta diversificación, además de reducir la vulnerabilidad económica de las comunidades locales (debido al hecho de que tienen una sola actividad, la agricultura), aporta ingresos suplementarios a los agricultores.

La inserción de los proyectos turísticos en un marco más amplio (plan de desarrollo regional) es uno de los principios de la planificación en Francia, así como la «complementariedad de las actividades», cuyo objetivo es el de asegurar un uso más racional de los recursos locales. La práctica de «formas de turismo menos perjudiciales para la agricultura, particularmente el alojamiento en casa del agricultor», favorece el equilibrio ecológico (natural y humano).

Un buen método para velar que un proyecto se adecue al entorno o se integre en el mismo es el principio de la proporcionalidad entre la importancia del proyecto y la de la localidad, considerando cada proyecto por separado para poder saber si este principio es respetado o no, ya que hay que evitar que el fenómeno y las actividades turísticas sean una carga tan pesada para el medio natural o humano (social y psicológico) como para abrumarlo. Se trata, por tanto, de «contener» los nuevos proyectos en sus justas proporciones, en función de las características de la situación local.

(147) O, más simplemente, siguiendo el ejemplo holandés de utilización conjunta de las zonas rurales, procurar la interacción de las funciones.

12.2. *Expansión física*

Si se desea que el turismo rural se desarrolle, es necesario ofrecer una mayor variedad de ambientes. Todavía esta por estudiar como se podría ampliar a nuevos ámbitos, además de los tres tipos de entorno tradicionales (campo, montaña y mar): regiones de media montaña, zonas históricas, explotaciones situadas en lugares a los que el acceso y la utilización están reglamentados (parques nacionales, reservas diversas), zonas desérticas o de otro tipo.

Las zonas rurales que tienen un potencial turístico particular podrían delimitarse en el plan nacional o regional, y ser reconocidas como tales. A escala más reducida, para lograr un mejor uso del espacio, se podría instaurar un zonaje detallado, así como una «política local de edificaciones de uso turístico».

Por lo que respecta al material, los servicios y las instalaciones, las posibilidades son muy grandes: entre otras, red de comunicaciones, organización de circuitos locales, gastronomía, folklore, pesca, caza, deporte, parques naturales, artesanado y pequeñas industrias locales compatibles con el turismo.

Se podrían ofrecer posibilidades de distracciones educativas en los parques y reservas naturales, particularmente para los más jóvenes, destinadas a una iniciación en los proyectos de conservación y de repoblación forestal, así como en las explotaciones especializadas en la ganadería o en actividades agrícolas.

12.3. *Organización, formación y promoción*

Una de las formas de ayuda más útiles para los agricultores, recomendada generalmente en los documentos del Coloquio, es la de organizarse ellos mismos, a fin de disponer de un marco dentro del cual aseguren en común la promoción de su «producto». Esto presupone la existencia de algún siste-

ma de registro, de clasificación según normas comunes a partir de los servicios ofrecidos. En una fase posterior será necesario prever una formación de base continua para los agricultores que acojan a turistas.

Una parte de esta formación debería centrarse en la difusión de la información sobre las diversas iniciativas que han podido llevarse a cabo con éxito en el ámbito del turismo rural. Esta difusión podría, de hecho, convertirse en una función permanente de la asociación.

Uno de los principales objetivos de la asociación local o regional de las familias que acojan a turistas podría ser la realización de cursos específicos, dirigidos en gran parte a las mujeres.

Se necesitarían sistemas de información (igualmente bien diversificados) para orientar a la eventual clientela acerca de toda la gama de posibilidades que se ofrecen, tanto en los mercados nacionales e internacionales, como en los mercados locales y regionales.

En materia de publicidad, los agricultores deberían concertar y apoyarse en las agencias de viajes y las organizaciones sociales a fin de asegurar la distribución de prospectos, folletos y guías concebidas para una aproximación personalizada.

Es absolutamente necesario llegar a fijar una serie de normas específicas «oficializadas», si se desea que los clientes se vayan satisfechos y vuelvan la temporada siguiente.

• ¿Cuáles son las recomendaciones importantes para la financiación de los proyectos de turismo rural? Ciertamente, los capitales invertidos deberían comprender fondos (subvenciones o préstamos) facilitados por el Estado (central o federal), pero también hace falta buscar otras fuentes de financiación y hacerlas participar en la realización del proyecto.

Entre ellas, están sobre todo las administraciones provinciales, regionales y locales, diversas fundaciones, las cajas de ahorro y los bancos. No hace falta añadir que las economías personales del agricultor y el ahorro de la explotación, su equi-

pamiento y su mano de obra propios, constituyen un elemento decisivo en la composición de los bloques de inversión.

12.4.- *Nuevas direcciones, incidencias*

Según la opinión generalizada, el turismo rural debería de privilegiar la calidad en relación a la cantidad, es decir, intentar mejorar el alojamiento y alcanzar normas más elevadas, por una parte, y ofrecer nuevos tipos y una gama más completa de servicios y/o instalaciones, por la otra.

Las necesidades en materia de vacaciones, además de desplegarse en todas direcciones, parece que se distancian cada vez más de las costumbres del «dolce far niente» en beneficio de actividades de todo tipo. Las excursiones a través del campo (con o sin paradas), la iniciación a la cocina local, en oficios manuales, hasta en diversos aspectos de los trabajos agrícolas, constituyen igualmente posibilidades muy apreciadas por parte del turista, y la última de ellas también puede presentar un cierto interés para el propietario durante los meses de verano, cuando las necesidades de mano de obra son considerables.

Rechazando totalmente el estilo «exterior» del turismo a la manera tradicional, ahora el turista busca todo tipo de formas nuevas de «inmersión». En lugar de considerar «el medio rural como un simple lugar geográfico», hoy en día desea participar de la vida social, política y económica de la localidad o de la región.

Estas ambiciones también confirman una conclusión que ya habíamos alcanzado, en el sentido que subrayan las ventajas de los pequeños proyectos, más a escala humana, que facilitan más los contactos personales entre los turistas y la población local que lo que permitirían los proyectos turísticos de gran alcance.

A pesar de todos los recursos potenciales todavía no explotados (las explotaciones que todavía no están presentes en el mercado), el turismo rural probablemente no estaría en situa-

ción de hacer frente al éxodo masivo de los ciudadanos en los períodos de vacaciones, ya que, en general (y afortunadamente), el alojamiento en la explotación está limitado, no sólo por el espacio disponible (de seis a diez unidades de alojamiento como máximo), sino también por la disminución constante y espectacular del número de explotaciones, a consecuencia de los progresos de la tecnología.

La creación de pueblos artificiales (los «pueblos de vacaciones») en el campo es una solución parcial para el problema que acabamos de plantear. Estos pueblos, al contrario que los grandes hoteles, presentan la ventaja de confundirse, tanto por sus dimensiones, como por sus condiciones, en el campo que les circunda (sobre todo en el plano geográfico, un poco menos en el plano humano).

Es para designar esta nueva forma de turismo integrado en el entorno local que los finlandeses han acuñado la expresión «turismo ecológico» o «ecoturismo». En este tipo de turismo, «el visitante entra realmente en contacto con el medio natural y cultural, hecho positivo tanto para el turismo, como para el campo circundante de donde la población obtiene su subsistencia. En realidad, el turismo ecológico está centrado en la agricultura y en las vacaciones en la granja».

Es absolutamente necesario que la integración a nivel local o regional sea acompañada y estimulada por la acción de los poderes públicos al más alto nivel. Además de los de Turismo y Agricultura, un cierto número de ministerios deberían cooperar desde los niveles más altos y llevar a cabo una acción y unos programas comunes; se podría pensar, entre otros, en los de Juventud, Educación, Asuntos Sociales o Municipales, Vivienda, Obras Públicas e Industria y Comercio.

La presencia en el medio local (rural) de numerosos «extranjeros» podría, a pesar de los esfuerzos de los partidarios del ecoturismo, comportar ciertas degradaciones. Para cortar el mal de raíz y prevenir cualquier perjuicio para la sociedad y el entorno, lo mejor que se podría hacer sería educar e informar previamente a los «candidatos», informándoles acerca

de las consecuencias de sus actos y de su comportamiento, tanto para la naturaleza, como para la población local, antes de que intenten la experiencia del turismo rural.

12.5. *La calidad del alojamiento. ¿Se debe elevar o disminuir?*

A continuación expondremos una visión general de las tendencias y de las necesidades que se desprenden de las múltiples formas de turismo diferente y que pueden ser válidas para las vacaciones rurales.

La necesidad de mejorar la calidad de los servicios del turismo rural es un tema que se replantea con frecuencia en los documentos del Coloquio. Es también un consejo que se da frecuentemente a la mayoría de las ramas turísticas cuyas instalaciones son rudimentarias.

Además, ha sido repetidamente señalado durante los recientes debates sobre la industria turística que se han edificado en todo el mundo demasiados hoteles de lujo y de primera clase, sobre todo en nuestra época de dificultades económicas. Ahora nos damos cuenta que la demanda se orienta hacia un hospedaje de precio más moderado o más barato.

Parece que este último factor justifica y exige expresamente un cambio en las normas del turismo rural que las haga casi comparables a las de la «hostelería» clásica, por medio del cual el turismo rural podría responder convenientemente a las necesidades de al menos una parte de la clientela preocupada por su presupuesto.

Por legítimos que sean estos argumentos, se podría hacer el mismo razonamiento, complementario en la perspectiva de un cambio cualitativo, en un sentido inverso.

Sin menospreciar las ventajas que supondría el mejorar los alojamientos en el sector del turismo rural, también se hace necesario responder a la **nueva necesidad de un hospedaje rudimentario (sencillo y discreto) y barato.**

¿Porqué se busca este tipo de alojamiento sin pretensiones y qué representa realmente para el cliente?

- El deterioro de las perspectivas y de la situación económica orientará (necesariamente) la demanda hacia un hospedaje turístico de menos calidad (y menos costoso).
- Esta evolución bien podría no sólo comportar un aumento de la demanda de alojamientos de vacaciones de calidad media (tres estrellas, dos estrellas, una estrella), sino que también podría conducir a las categorías inferiores hasta los límites de lo razonable: mínimo confort (pero todavía con garantías de seguridad) a un bajo precio.
- La evolución de los objetivos de los viajeros tiende igualmente en dirección a estas «nuevas fronteras». Una nueva categoría de turistas desea cada vez más el intentar vivir la experiencia de condiciones de vida y de trabajo diferentes y entrar en estrecho contacto con culturas que no le son familiares.
- Bajo la presión constante de los medios de comunicación y siguiendo el ejemplo de sus vecinos y amigos, los miembros de las categorías sociales menos favorecidas podrían viajar cada vez más, en un futuro muy próximo; esta nueva clientela turística, que no conocía hasta ahora más que formas de turismo social muy organizadas, también podría preferir fórmulas de vacaciones más individualizadas: justamente lo que les ofrece el turismo «de alpargata».

Por su parte, el agricultor podría tener razones igualmente buenas para adoptar esta fórmula:

- El abanico de la clientela potencial podría ampliarse considerablemente, puesto que los servicios, reducidos a su mínima expresión, no exigirán más que un mínimo de inversiones (así las explotaciones más pobres no quedarían excluidas del mercado).
- La simplicidad del material le permitirá aumentar su aportación en alojamiento, muebles y servicios.
- Los contactos deberían tener un gran valor educativo y

serle particularmente útiles al abrirle nuevos horizontes y al ampliar el abanico de sus posibilidades.

- El dinero que podrá ahorrar (además de sus ingresos principales, de los cuales tiene probablemente gran necesidad para lo estrictamente necesario) le permitirá mejorar las condiciones de su casa y de las instalaciones que pone a disposición de los turistas, lo que se traducirá en un avance en su nivel y calidad de vida.
- Las comunidades locales, e incluso los titulares aislados y/o pobres, excluidos hasta ahora de la industria turística por falta de ciertas instalaciones y de ciertos servicios (canalización de agua, alcantarillado, electricidad), podrían hallar su lugar en un turismo extremadamente sencillo, por medio de la organización y del control deseados.

Evitar una «llamarada» es todavía más importante a este nivel que en otros superiores. Tendrían que cumplirse un cierto número de condiciones esenciales por parte de este tipo de turismo «desclasado», especialmente:

- protección del entorno y medidas de prevención,
- establecimiento y control de normas (realmente) mínimas, prestando una atención particular a la seguridad y a la salud (el agua, por ejemplo),
- formación e información particulares destinadas a los eventuales anfitriones («instrucciones»),
- existencia de una asistencia técnica y de ayudas financieras para que estas normas básicas sean respetadas en las unidades de alojamiento,
- promoción de tecnologías «locales» (a la escala de la población) o «intermediarias» para los agricultores que recibían turistas (148),
- información completa facilitada a los turistas antes de la experiencia y por ellos después de la misma («informe»).

(148) Técnicas sencillas para el aprovisionamiento de agua, la evacuación de las aguas residuales, la producción de energía o las reparaciones, por ejemplo.

13. Conclusión

El alto porcentaje de titulares a tiempo parcial (del 40 al 60%) observado en los países muy industrializados hace patente al mismo tiempo la necesidad en que se hallan de complementar sus ingresos, así como el ingenio que ponen en ello.

Es cierto que las necesidades, así como las maneras de actuar, varían mucho según las preferencias de los titulares y de la clientela, la situación y las costumbres locales, pero se pueden distinguir claramente ciertas tendencias.

Los agricultores (y los turistas) de los países del Norte de Europa, incluidos los Países Bajos, parecen dar mucha importancia a la intimidad y a la independencia. Sus preferencias se centran en los bungalows o chalets y en las áreas de camping situadas en la explotación, a diferencia de las del resto del continente (comprendidos el Reino Unido e Irlanda), donde no es raro que agricultores y turistas se alojen bajo el mismo techo.

El caso de los Países Bajos revela claramente que estas preferencias obedecen mucho más a modelos de comportamiento que a consideraciones agrarias. Lógicamente, se hubiera podido pensar que en este país de tierras escasas y de agricultura muy intensiva, los turistas serían acogidos en la vivienda del agricultor en lugar de ocupar tierras agrícolas de alto valor en el camping y el caravaning. No obstante, es esto último lo que sucede en la actualidad.

Pero también hay otro factor, más «objetivo», que interviene en el caso de la agricultura intensiva y/o rentable, que es que ésta casi no deja locales vacíos y miembros de la familia desocupados para acoger a la clientela en el hogar (como lo testimonian los ejemplos escandinavos y holandeses, en oposición a lo que sucede en España o en Irlanda).

Otra razón para esta diferencia es que es bastante fácil el construir chalets para la clientela en el Norte, donde la materia prima (la madera) y/o la financiación son más fáciles de obtener que en los países mediterráneos. En el Sur, donde es

más complicado construir casas porque están hechas de ladrillo o de piedra (y donde hay menos fondos para la construcción y el equipamiento), los agricultores tenderán más a recibir a los huéspedes en casas ya construidas.

Hay que evaluar con una cierta prudencia las dos grandes formas de turismo rural (edificios agrícolas frente a chalets y acampada) para hacerse una opinión de esta actividad parahotelera. En efecto, si por ejemplo nos limitamos a ciertos aspectos de la rentabilidad del turismo rural, medida en cifras globales, nos arriesgamos a tener una visión de la situación bastante alejada de la realidad.

Ni las variaciones extremas, entre el 4 y el 40%, que representa la parte del turismo en los ingresos del campesino, ni el débil porcentaje del producto total de las ventas agrícolas que representa (el 0,8%, por ejemplo, en la República Federal Alemana), parecen reflejar con precisión el importante papel del turismo rural en ciertas regiones.

Se ha señalado en el informe (resumido) del Coloquio que las zonas agrícolas marginales son las que generalmente se adecuan mejor al turismo, ya que presentan ciertos atractivos naturales. Es justamente en estas regiones donde los ingresos adicionales aportados por el turismo pueden ser indispensables para permitir a los campesinos el subsistir y permanecer en su tierra.

Encontramos un ejemplo extremo de esta situación en España, donde en determinadas condiciones, los ingresos aportados por el turismo (es decir, el conjunto de productos y de servicios que aporta una familia) pueden suponer hasta cinco veces los de la actividad agrícola.

La mayoría de los gobiernos europeos tienen como política declarada el salvar las explotaciones amenazadas de desaparición (y todavía hay muchas que mueren día tras día en el mundo industrializado). Además de contribuir a reducir la vulnerabilidad económica y social del país, la agricultura puede suministrar bastantes puestos de trabajo, ofrecer otras formas de vida, preservar el patrimonio nacional y el entorno natu-

ral. El turismo rural se presenta como un aliado extremadamente útil en la batalla por la supervivencia de la agricultura.

Es en consideración de estos datos que numerosos países de Europa han adoptado políticas regionales de desarrollo agrícola que comprenden verdaderas medidas de estímulo hacia el turismo rural. Este apoyo va, según los casos, desde la ayuda del Estado a la financiación, a la formación y a la promoción a través de la realización de infraestructuras (sobre todo, carreteras, agua y comunicaciones), hasta planes completos de ordenación rural, comportando a veces estos últimos la instalación de redes de servicios sociales y de protección de la naturaleza (almacenes, servicios personales, esparcimientos o reservas, por ejemplo).

Para acabar con las conclusiones del Coloquio, «... es indispensable el planificar cuidadosamente..., especialmente en el plano ecológico y social...».

La complejidad de los problemas del turismo en las regiones rurales y los crecientes movimientos de turistas a través de las fronteras hacen que sea deseable, en materia de planificación, el llegar a la cooperación internacional de todos los organismos y de todos los actores que intervienen en el turismo local. El Coloquio de Marienham de 1982 ha abierto el camino al mostrar en qué direcciones es necesario proseguir la reflexión.