



## COMUNICACIÓN

# **EL TURISMO EN LOS ESPACIOS RURALES: EL CASO DE NAVARRA. PROPUESTAS PARA EL FUTURO**

Pablo Echamendi Lorente.  
Doctor en Geografía. Universidad de Navarra

## **INTRODUCCIÓN**

El turismo se ha convertido en la actividad de servicios más rentable a comienzos del siglo XXI. A sus indudables beneficios económicos sobre las comunidades receptoras se unen otras consideraciones de tipo social y cultural no desdeñables, como el fomento de los intercambios entre los pueblos y el movimiento de las personas. Sin embargo, no faltan detractores que nos avisan de los peligros del turismo cuando se desarrolla a gran escala y sin medidas eficaces de planeamiento.

Todos tenemos en mente numerosos ejemplos de actuaciones urbanísticas incontroladas en algunos espacios de montaña y de litoral que han supuesto alteraciones inaceptables del medio natural. Aunque hoy en día la sensibilización medioambiental de la opinión pública y de las legislaciones vigentes hacen más difícil que se repitan estos hechos, es innegable que el turismo aún presenta una imagen negativa para mucha gente que lo relaciona con aglomeraciones, atascos, ruido, suciedad o contaminación. Esta visión negativa siempre ha estado más arraigada en el medio rural, más receloso a los cambios que el turismo pudiera ocasionar en su entorno.

En los últimos años se están produciendo grandes transformaciones en las estructuras productivas del campo. Las actividades económicas tradicionales, en muchas ocasiones faltas de rentabilidad, tienen que convivir con otras nuevas que complementen los mermados ingresos que produce el campo. Entre ellas destaca el turismo, que se ha consolidado como una actividad productiva esencial para nuestro medio rural. En estas páginas nos detendremos en los orígenes de esta actividad para comprender mejor su naturaleza y revisaremos el papel que desempeña en la actualidad utilizando el ejemplo de la Comunidad Foral de Navarra. Trataremos de

detectar las debilidades y carencias que arrastra el sector con el objetivo de buscar soluciones que permitan armonizar turismo y desarrollo sin menoscabo de la realidad social y cultural del mundo rural.

## **LA APARICIÓN DEL TURISMO EN LOS ESPACIOS RURALES**

Ya en el siglo XIX podemos encontrar antecedentes directos de prácticas turísticas desarrolladas en espacios rurales, como una reacción al estrés y las malas condiciones de vida de las ciudades industriales en plena expansión. Las áreas de montaña como los Alpes o las Montañas Rocosas, fueron los principales destinos elegidos por estos nuevos turistas. Sin embargo, la gran expansión del turismo rural se produce a partir de los años sesenta y setenta del siglo pasado en Europa y Norteamérica. En España, con el traspaso de las competencias en materia de turismo a las Comunidades Autónomas, y con las políticas incentivadoras de la Unión Europea en las zonas rurales, aparecen una gran diversidad de fórmulas de turismo rural, aunque todas coinciden por su acelerada expansión y por su creciente importancia.

Por supuesto, las motivaciones y la naturaleza de sus practicantes han cambiado con el paso del tiempo. De un turismo claramente aristocrático en sus orígenes, se pasó en la segunda mitad del siglo XX a un turismo con una marcada connotación social. Muchas personas vieron en el campo una manera barata de pasar sus vacaciones, utilizando con frecuencia viviendas familiares, a la vez que les servía para el reencuentro con sus raíces perdidas al marchar a las grandes ciudades en busca de trabajo. De este modo, se desarrollaron algunas infraestructuras mínimas y de escasa calidad para atender a estos turistas que, con frecuencia, no efectuaban ningún gasto importante en sus vacaciones. De ahí que la repercusión económica de estas estancias nunca supuso un aporte significativo a las sociedades de acogida. Como dicen Dewailly y Flament (2000), "el conjunto era a menudo sinónimo de bajos precios, pero también de calidad mediocre y de animación limitada, es decir, de aburrimiento en caso de estancia prolongada".

Hoy día la situación es muy distinta y el turismo en el espacio rural se va convirtiendo cada vez más en una práctica en cierto sentido elitista. Los precios suben y la clientela va cambiando, en general hacia un perfil de clase media y media-alta más instruida y exigente con la calidad. Aunque todavía hoy se puede encontrar una buena relación calidad-precio en comparación con otras modalidades turísticas, en nuestro país cada

vez son más frecuentes encontrarnos con casas rurales y con una hotelería rural de lujo que, aprovechando la existencia de una numerosa clientela en la costa, han sabido diversificar su oferta tradicional con gran éxito.

El turismo en el espacio rural, a diferencia de otras modalidades turísticas, no se basa únicamente en polos o ejes muy localizados y definidos, sino que más bien se expande de una manera difusa por territorios más o menos extensos divididos en áreas más o menos coherentes desde diferentes puntos de vista (históricos, culturales, paisajísticos...) hasta formar comarcas, regiones de cierta homogeneidad para su promoción turística (Dewailly y Flament, 2000).

## **LA GENERALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS EN LOS ESPACIOS RURALES**

Hemos vivido en los últimos tiempos un gran crecimiento del llamado turismo rural, a veces no tan importante como nos creemos o nos hacen creer, pero sí es evidente que durante la pasada década se ha producido un significativo impulso a las actividades turísticas en el campo. Detrás de esta tendencia real y palpable se encuentran dos hechos que explican ciertamente esta evolución.

Por una parte nos encontramos con las transformaciones en los valores y estilos de vida que se están produciendo en las sociedades más desarrolladas y que afectan, lógicamente, al comportamiento turístico. Más concretamente podemos citar:

El desarrollo de una cultura ambiental que tiene plasmación en todos los ámbitos de la vida, que se trasluce también en las actividades de ocio

La reacción lógica de la población urbana frente al estrés y los modos de vida en las ciudades que impulsa a muchos a volver a las raíces de las que un día ellos o sus antecesores partieron.

La mercantilización de todo lo relacionado con la naturaleza y lo ecológico que se convierten en auténticos bienes de consumo.

El agotamiento del turismo convencional debido a la saturación y el deterioro consiguiente que se ha traducido en un elevado grado de insatisfacción de la demanda.

Por otra, hay que hablar de la tremenda situación de crisis por todos conocida en la que vive envuelto el mundo rural desde hace bastantes años y que está provocando importantes transformaciones de todo tipo. La decadencia de la mayoría de las actividades económicas tradicionales llevó a la búsqueda de nuevas alternativas que compensaran el descenso de ingresos de los rurales y que sirvieran a la vez de salida y aliciente para la población joven. Ese contexto explica el reciente interés de las diversas administraciones por el turismo rural, entendido por muchos como la mejor solución a esta situación, y que se tradujo en cuantiosas ayudas económicas.

## **SOBRE EL CONCEPTO DE TURISMO EN ESPACIOS RURALES**

El concepto de turismo en espacio rural no es una cuestión baladí dada la confusión y pluralidad de términos que se utilizan habitualmente, a menudo introducidos por la mercadotecnia y la publicidad, para calificar a estas prácticas turísticas. Además, existen profundas diferencias entre las distintas regiones que hacen muy complicada la elaboración de una definición extrapolable a todas ellas de "ruralidad". Por ejemplo, se plantean problemas para distinguir las zonas rurales de las periurbanas en las cercanías de las ciudades o de las áreas de segunda residencia que se presentan en espacio rural que responden, a finales del siglo XX, a un fenómeno ciertamente diferente del turismo.

Existen muchas acepciones para hablar de estas modalidades de turismo: agroturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo deportivo, ecoturismo, etc. La Comisión de las Comunidades Europeas (1990) lo define como la realización de actividades turísticas implantadas en el medio rural, aunque esto se nos antoja poco concreto. En parecidos términos se expresa Corrales Bermejo (1993), que lo define como la prestación de servicios turísticos, por motivos vacacionales y mediante precio, realizados en centros de acogida ubicados en el medio rural-natural. Pero el medio de alojamiento no es suficiente para caracterizar esta práctica turística sino más bien las actividades emprendidas por los turistas. En este sentido, el senderismo, el alpinismo, las excursiones en bicicleta o a caballo, la caza y la pesca, los deportes de aventura, la búsqueda del arte y la historia, el descubrimiento de la cultura rural, la contemplación activa del paisaje, entre otras, son las más destacadas. Por eso, creemos más correcta la concepción de Valdés (1996): "actividad turística que se desarrolla en medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y huida de la masificación".

Como vemos, la motivación es un aspecto tenido en cuenta en muchas definiciones actuales como, por ejemplo, la de Fuentes García (1996): "Aquella actividad turística realizada en el espacio rural compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local". Del mismo modo, la SGT lo define como toda actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local.

Muchas más definiciones, más o menos afortunadas, se podrían citar pero no merece la pena detenerse más en ello. Para sintetizar todas ellas diremos que toda actividad turística en un espacio rural, entre otros aspectos, se debe caracterizar por:

Una correcta utilización de los recursos de cara a lograr su sostenibilidad.

Debe estar orientado a la revitalización de las economías locales.

Integración de la población local en el hecho turístico y su gestión.

Debe apostar por el diseño de una serie de productos turísticos de calidad.

Poseer los instrumentos de planificación y control que impidan la masificación.

Causar un bajo impacto tanto en el medio físico como en el cultural.

## **COSTES Y BENEFICIOS DEL TURISMO EN LOS ESPACIOS RURALES**

Estas modalidades tratan de evitar los efectos que el turismo masivo ha provocado en no pocos lugares; sin embargo, como toda práctica turística, no está exenta de posiciones encontradas con sus defensores y detractores. Enunciaremos los costes y beneficios más evidentes sin entrar a valorarlos, la importancia de los cuales varía mucho de unos modelos de implantación turística a otros. Los más adecuados son aquellos que consiguen maximizar los beneficios y, al mismo tiempo, minimizar los inconvenientes, como ocurre en el modelo tirolés, ejemplo de integración económica y sectorial, de racionalización de la oferta recreativa y de respeto a las sociedades rurales (Callizo soneiro, 1991).

<b>Nivel</b>	<b>Beneficios</b>	<b>Costes</b>
Económico	Creación de empleo	Congestión
	Incremento de ingresos locales	Creación de infraestructura adicional o de servicios
	Mantenimiento y mejora de servicios y actividades locales	Peligro de monoactividad
	Diversificación de las actividades	
Medioambiental	Mantenimiento, conservación, mejora de las zonas naturales	Incremento de riesgos de polución de agua, aire, contaminación visual
		Riesgos de perturbación de la flora y de la vida animal por la excesiva afluencia de visitantes
		Erosión
Antrópico	Intercambios culturales	Riesgo de conflicto comunidad local-visitante, expresado en la mayor competitividad por el alojamiento y otros recursos
	Mantenimiento de costumbres y tradiciones locales	Adulteración y cambio de las tradiciones locales y la cultura
	Aumento del interés de la comunidad por las actividades de ocio y cultura, y mayores facilidades para ello	Excesiva presión de la afluencia de visitantes que provoque conducta antisocial
	Apoyo para las pequeñas empresas locales	

*Costes y beneficios del turismo rural (Crosby, 1993)*

## **EL CASO DEL TURISMO EN LOS ESPACIOS RURALES DE NAVARRA**

Ya hemos hecho referencia a la profunda transformación del mundo rural que se ha producido en los últimos 40 años y que explica en parte el reciente interés por el turismo. Dicha transformación fue la consecuencia directa de la revolución tecnológica, que redujo espectacularmente el número de empleos agrícolas y la disminución de las rentas agrarias, y trajo consigo la marcha de muchos de sus habitantes, El Turismo en los Espacios Rurales: El Caso de Navarra.

principalmente los más jóvenes y emprendedores, el progresivo envejecimiento de las zonas rurales y el abandono de muchas tierras y prácticas seculares de escasa rentabilidad en la sociedad moderna. El campo navarro no fue una excepción y se vio inmerso traumáticamente en esta dinámica. En la zona de la Montaña de Navarra, del total de 118 municipios que existen, se observa que entre 1950 y 1996 únicamente 18 de ellos experimentan crecimiento de población mientras que el resto decrece, en la mayor parte de los casos entre un 30 y un 60 % de los habitantes que tenía en la primera fecha. Existen unos problemas de regeneración de las colectividades que están poniendo en peligro su supervivencia. El papel del turismo como factor de revitalización demográfica al ayudar al desarrollo económico, es una de las razones por las que los poderes públicos locales, regionales y centrales han apostado por su incentivación. La presencia del hombre en el territorio montañoso asegura el mantenimiento de los paisajes rurales tal y como hoy los conocemos. Las nuevas tendencias en los viajes turísticos que citamos con anterioridad, han puesto en valor espacios rurales y naturales sin tradición turística como, en este caso, los navarros.

## **LOS ORÍGENES: EL TERMALISMO**

Como en otras regiones españolas, el aprovechamiento de los recursos termales motivó la llegada de los primeros turistas oficiales. El termalismo llegó a ser una actividad de cierta importancia en Navarra a comienzos del siglo XX, siguiendo en cierto modo la moda que se había impuesto entre las altas clases sociales europeas y que tenía su reflejo en las numerosas ciudades balnearios surgidas en los Pirineos franceses como Bagnères de Luchon y Bagnères de Bigorre.

Esta influencia y las buenas posibilidades que ofrecía Navarra, permitieron la instalación de varios centros termales, en general de capacidad modesta, en Betelu, Fitero, Belascoáin, Elgorriaga, Mintxate, Alsasua, Arive, Ibero y Burlada. Hacia 1960 persistían los tres primeros y en la actualidad sólo se explota con fines termales el balneario de Fitero, situado en las estribaciones del Sistema Ibérico.

## **PRIMERAS INICIATIVAS EN MATERIA DE TURISMO**

Los inicios del interés de las autoridades por el turismo pueden encontrarse en los acuerdos sobre turismo del Consejo Económico-sindical de 1954. Aunque con pretensiones modestas, se hicieron ya algunas declaraciones de carácter muy general

acerca de posibles actuaciones que podrían de algún modo dinamizar el sector turístico en la región: mejoras en la red hotelera, arreglo de carreteras, aeropuerto de Noáin, mejores servicios de ferrocarril, sobre todo en las comunicaciones con Madrid, Barcelona e Irún, etc. Todo esto se concretó en la Ordenanza para el Fomento del Turismo en Navarra de 1959, con el objetivo de crear una concienciación y preocupación por el turismo.

De todos es sabido que desde el comienzo de la década de los sesenta, se puede decir que el turismo ya era un sector fundamental en la economía del país. Las tímidas medidas tomadas hasta ese momento en aquel campo, se mostraban claramente insuficientes ante la llegada masiva de visitantes y las nuevas problemáticas que se iban suscitando; es en este contexto en el que se desenvuelve la I Asamblea Nacional de Turismo en España, celebrada en el año 1963.

En Navarra, también se aprecia un creciente interés por este fenómeno y buena prueba de ello, son las numerosas acciones llevadas a cabo por la Administración Foral. En el Consejo Económico-sindical de 1962 ya se había anunciado la irrupción masiva de visitantes en España, analizándose el cumplimiento de las conclusiones del Congreso de 1954 y enunciándose, al mismo tiempo, una serie de propuestas a escala nacional y regional, que se irían cumpliendo en su mayor parte en los años siguientes.

La Diputación Foral de Navarra acordó establecer un Programa de Promoción Hotelera en diciembre de 1964, con una serie de ayudas a la industria hotelera y turística en general. Las Instrucciones Generales de Protección Estética aparecidas el 28 de agosto de 1964, establecían premios anuales para los conjuntos urbanos menores de 7.000 habitantes mejor cuidados. Fruto de esta medida fue la mejoría considerable de numerosas localidades, no sólo en lo referente a la conservación del patrimonio artístico y al embellecimiento de pueblos y conjuntos urbanos, sino también a la conservación y mejora del paisaje. Numerosos premios a escala nacional lograron durante esos años localidades navarras como Alcoz, Almándoiz o Espinal. Se puede apreciar una clara influencia de la V Reunión del Consejo de Europa celebrada en Estrasburgo en enero de 1964 y, en concreto, del informe Weiss del Consejo de Cooperación Cultural, que abogaba por la salvaguardia y puesta en valor de sitios y conjuntos histórico-artísticos.

La Diputación creó en 1966 la Dirección de Turismo, Bibliotecas y Cultura Popular que asumió, entre otras cosas, todas las competencias en materia turística. Ese mismo año aparecen las Comisiones Locales de Protección Estética, Turismo y Cultura Popular, en las que estaban representadas las diferentes actividades que se desarrollaban en la localidad con lo que se trataba de lograr el consenso de todas las partes interesadas en la gestión de los recursos turísticos.

En el apartado de promoción turística, hay que destacar la inauguración de oficinas de información turística en 1965, concretamente en Valcarlos, Tudela, Sangüesa y Estella, aunque en seguida cerraron las de Estella y Valcarlos. En 1967, se abren siete oficinas más a lo largo de las principales rutas de comunicación en Alsasua, Atallo, Cortes, Puente de Rincón de Soto, Viana y Yesa más la de Beloso Alto en Pamplona.

Por otra parte, en el año 1966 se aprobó la nomenclatura de aquellas localidades, lugares naturales y actividades susceptibles de ser promocionadas:

**Edificio de interés turístico:** para los edificios representativos de la arquitectura regional.

**Ciudad, villa o pueblo de interés turístico:** para los conjuntos urbanos o rurales que constituyan un centro de atracción que justifique la defensa de su carácter tradicional.

**Sitio de interés turístico:** para un paraje geográfico natural o humanizado de reconocido interés artístico o paisajístico que merezca una protección legal.

**Conjunto de interés turístico:** un valle o un itinerario con suficientes servicios

**Artesanía típica de interés turístico:** aquella susceptible por su tipismo y calidad de medidas que favorezcan su conservación.

**Agrupación folclórica de interés turístico:** para los grupos que cultiven las diversas especialidades del folclore regional.

Se podrían citar otras iniciativas como el proyecto de señalización turística en las carreteras navarras que incluía el Camino de Santiago, pueblos y lugares de interés turístico, las ayudas a los complejos turísticos de 1972 o el proyecto de construir una estación de esquí alpino en el valle de Belagua, pero no nos detendremos más en este punto. La crisis económica internacional se hizo notar también en el turismo como lo demuestra el descenso en el número de entradas en España a partir de mediados de los setenta. Entre 1977 y 1979, se produce una apreciable disminución en el número de visitantes alojados en la oferta hotelera y que, en el caso de Navarra, supuso una reducción del 34,8 % (de 337.312 a 220.070).

En los siguientes años, no se producen transformaciones importantes en el sector turístico. Entre 1978 y 1988, la oferta de alojamientos permanece estancada e incluso decrece un poco. Lo mismo ocurre con las llegadas de visitantes y la utilización de las infraestructuras. Son años en los que aún está de moda el turismo del litoral, de sol y playa y no existe un decidido apoyo por parte del sector público y privado a Navarra como destino turístico.

## **EL TURISMO RURAL EN NAVARRA**

En 1990, aunque no era una idea nueva, el Departamento de Turismo del Gobierno de Navarra, se planteó la explotación turística del patrimonio paisajístico y cultural con dos objetivos: Dar a conocer en el exterior una forma diferente de pasar las vacaciones a aquellas personas ya cansadas de las costas congestionadas y deseosas de tranquilidad y contacto con la naturaleza y al mismo tiempo utilizar el turismo como factor de revitalización demográfica y como ayuda al desarrollo económico.

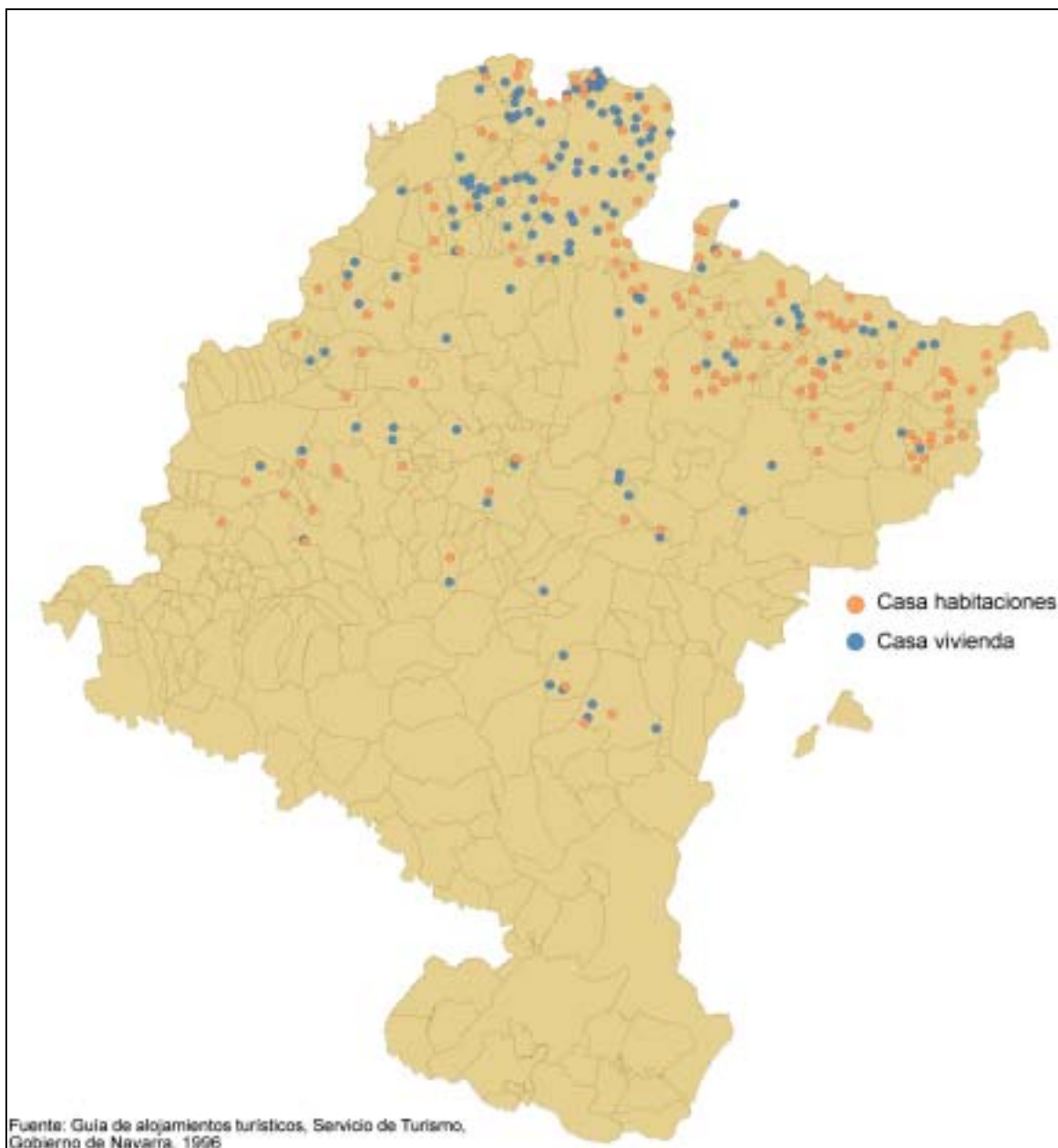
Enseguida se empezó a trabajar con la vista puesta en ampliar la oferta de alojamiento en estas zonas rurales, tradicionalmente carentes de este tipo de servicios. El interés del Servicio de Turismo del Gobierno de Navarra por la difusión de los alojamientos de tipo rural y el asesoramiento de la empresa pública SERVITUR, condujo al diseño de una estrategia en 1990 conducente a la creación de una red organizada de alojamientos turísticos ubicados en casas rurales.

Primero se trabajó en el diseño de la figura de casa rural como alojamiento turístico dado el vacío normativo y legislativo existente, no sólo en Navarra, sino a nivel de todo el país. A continuación se eligió una zona piloto, los valles de Roncal y Salazar, y se procedió a la divulgación de esta iniciativa en forma de reuniones y charlas a los habitantes de dicha zona. El resultado fue muy bueno y en poco tiempo comenzaron a funcionar un total de 35 casas (225 plazas) con una oficina de información y reservas situada en el mismo pueblo de Roncal. A finales de ese mismo año, se amplió la red de alojamientos a toda la zona norte de la comunidad mediante una campaña de información y divulgación semejante. El rápido crecimiento de la oferta y la gran dispersión de los establecimientos, llevaron a la necesidad de trasladar la oficina de información y reservas a Pamplona.

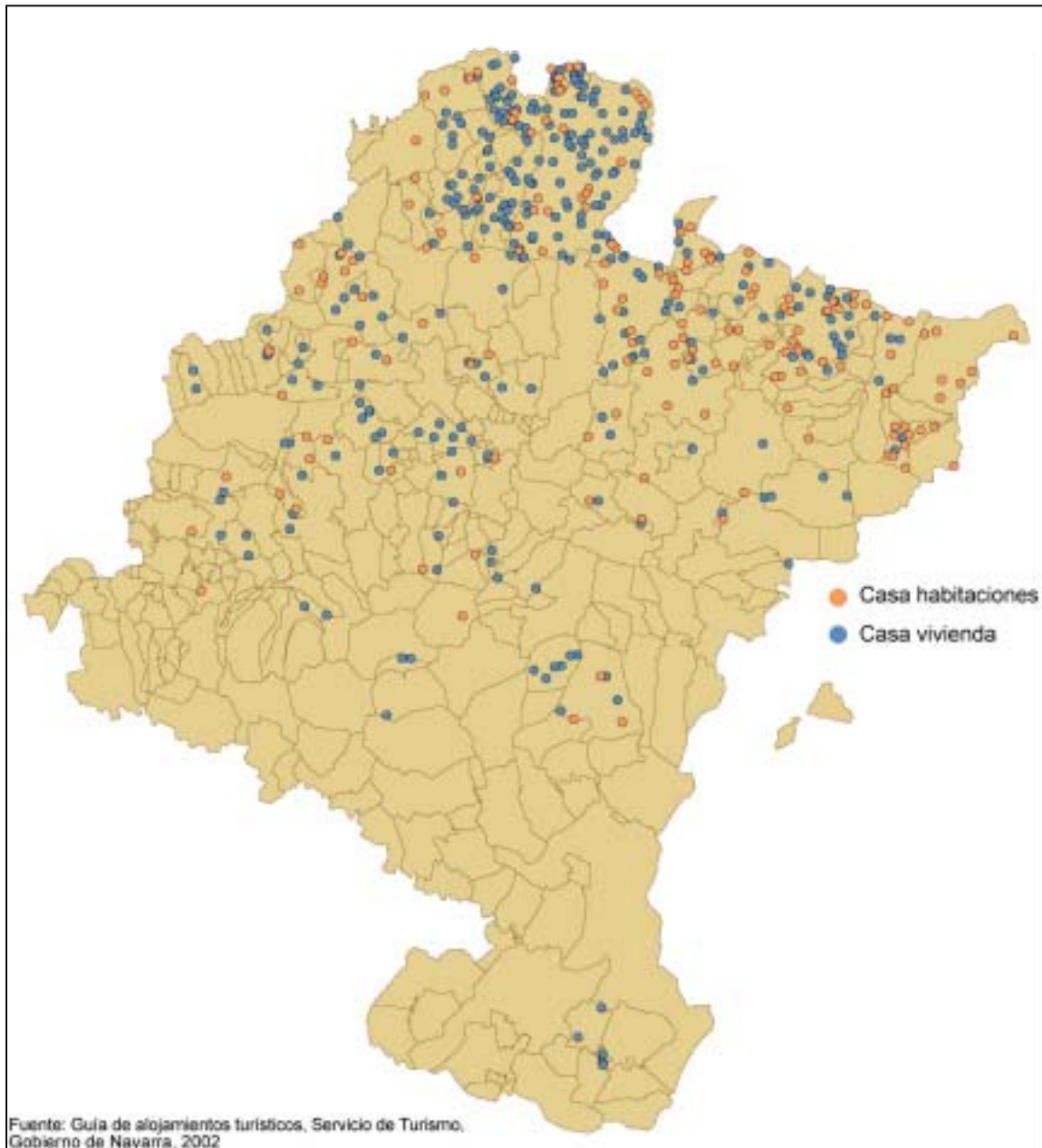
La siguiente campaña turística destacó por la ampliación de la oferta de alojamiento en cámpings. En 1992, se lanzaron dos productos turísticos consolidados: Turismo rural en Navarra y Pamplona, ciudad de congresos. Aunque el balance de las Casas Rurales fue bastante positivo, no se puede decir lo mismo de los datos globales de Navarra. Los grandes acontecimientos de la Expo de Sevilla y de las Olimpiadas en Barcelona, modificaron en gran medida los comportamientos de muchas personas que alteraron sus tradicionales planes de vacaciones por asistir a estos eventos. Del mismo modo parece ser que el Año Santo Jacobeo en 1993 influyó también, pero esta vez positivamente, con un aumento apreciable del número de visitantes que escogieron Navarra como destino final de sus vacaciones.

Los Consorcios Turísticos, que a partir de 1992 se crean en Navarra, poco a poco se convirtieron en los interlocutores de todas las personas, instituciones públicas y privadas, asociaciones, sindicatos, etc. que puedan estar interesados en esta cuestión, con lo que se evita, al menos teóricamente, que las decisiones de las autoridades en cada zona se hagan al margen de los intereses particulares de sus habitantes.

Mientras tanto, persiste el crecimiento constante de la modalidad de alojamiento en casas rurales, que provoca que en diciembre del año 1996 se contabilicen ya más de 300 Casas Rurales con casi 2.000 plazas, repartidas por toda la Montaña de Navarra y en algunas localidades de Zona Media. La oferta de Casas Rurales en 1999 era de 344, 134 en régimen de alquiler de habitaciones y 210 que se alquilaban completas. La tendencia no ha cambiado y en el 2002 nos encontramos ya con 442 establecimientos de turismo en casas rurales, 153 de alquiler por habitaciones y 289 que se alquilan completas. La proliferación de Casas Rurales de esta última modalidad, como vemos, se está produciendo a costa de las primeras pues son más rentables y exigen menos dependencia y trabajo por parte del propietario, aunque probablemente se alejen un poco de la filosofía que animó en principio a las Casas Rurales. Se observa además que crece notablemente el número de propietarios que poseen más de una casa rural. En los mapas que mostramos a continuación se pueden observar perfectamente estas tendencias.



*Casas rurales en el año 1996*

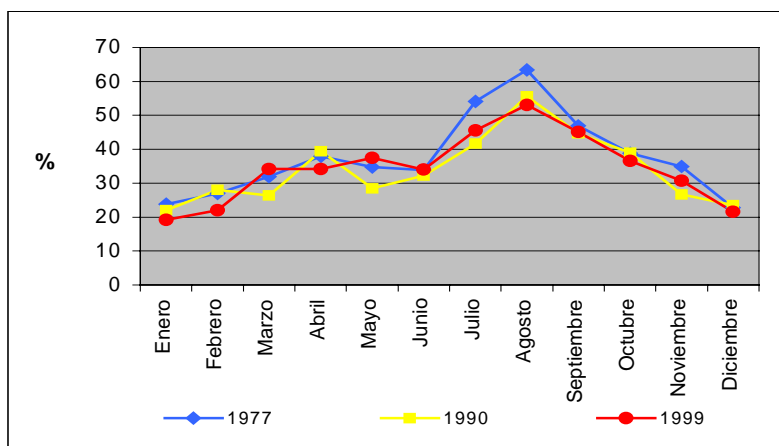


*Casas rurales en el año 2002*

Modalidad	1990		1996		2002	
	Casas	Plazas	Casas	Plazas	Casas	Plazas
Habitaciones	<b>35</b>	<b>225</b>	<b>136</b>	<b>933</b>	<b>153</b>	<b>1080</b>
Vivienda	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>124</b>	<b>746</b>	<b>289</b>	<b>1777</b>

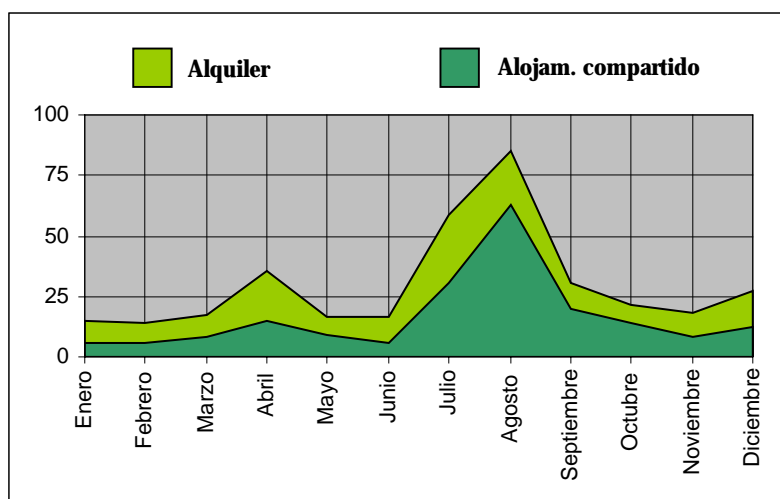
*Resumen de la evolución de las casas rurales*

En cuanto a la evolución de la demanda de turismo rural en Navarra hay que decir que ésta se ha incrementado ligeramente en los últimos años. Este crecimiento se ha compensado con el de la oferta por lo que las cifras de ocupación de los establecimientos apenas han variado en los últimos años. La ocupación media anual de todos los tipos de alojamiento es bastante baja, sobre todo en el caso de las modalidades extrahoteleras como las casas rurales o los cámpings. Los periodos de mayor demanda son el verano (sobre todo agosto), y la Semana Santa y se aprecian notables diferencias entre la ocupación del fin de semana y la del resto de la misma, principalmente en las Casas Rurales. Los gráficos que mostramos a continuación lo indican claramente.



*Evolución del grado de ocupación en establecimientos hoteleros de Navarra*

*Fuente: IET, Anuario de Estadísticas de Turismo (varias fechas)*



*Evolución del grado de ocupación en casas rurales (1998)*

*Fuente: Servicio de Turismo del Gobierno de Navarra*

Otro aspecto interesante es que la mayor parte de las personas que hacen turismo rural en Navarra se preparan ellos mismos el viaje y acuden a la zona de destino en su vehículo particular. Los viajes organizados por los touroperadores tienen un peso muy pequeño en el total de la demanda. Las encuestas nos revelan que la principal motivación de los turistas es la visita a los parajes naturales de la Montaña, seguido a gran distancia por el conocimiento del arte y de la historia del lugar. El grado de satisfacción de los turistas en las últimas temporadas ha sido elevado. Las principales quejas se refieren al horario de los monumentos y a la señalización de carreteras, senderos y lugares de interés en general.

## **DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

La situación actual del sector del turismo rural en Navarra presenta las siguientes características positivas y negativas:

Entre las primeras encontramos

Navarra disfruta de una situación geográfica próxima a focos emisores de turistas (País Vasco, Aragón, Cataluña) y buenas comunicaciones por carretera.

En esta región existen gran variedad y calidad de los recursos turísticos (naturales, culturales y paisajísticos). Están bien establecidas las normas de urbanismo y construcción, las reglas de protección de los espacios naturales

Vemos que cuenta con una oferta de alojamiento y restauración importante y bien desarrollada, ajustada a la demanda potencial.

Recursos humanos suficientes.

Existencia de unos adecuados marcos de diálogo y gestión en los que están representados los agentes más destacados del sector.

Entre las segundas destacaremos:

La acusada estacionalidad que hace que la temporada turística sea excesivamente corta y muy dependiente de la meteorología.

Falta de actividades de agroturismo.

Insuficiente implicación por parte de los municipios.

Reducida iniciativa empresarial ante la falta de grandes perspectivas.

Limitada promoción y comercialización de los productos turísticos.

Falta de algunas infraestructuras y servicios complementarios.

Mayor profesionalización del sector.

## PROPUESTAS PARA EL FUTURO

En un futuro cercano, las zonas rurales deberán realizar un nuevo esfuerzo, una vez más, de adaptación de sus estructuras económicas a los cambios derivados de una serie de tendencias y políticas que marcarán los próximos años. Entre ellas:

Los cambios que vendrán como consecuencia de las políticas agrarias de la Unión Europea.

La toma de conciencia generalizada de los problemas medioambientales.

La integración cada vez mayor de la economía mundial.

La aceleración en el empleo y la difusión de las nuevas tecnologías.

En este sentido es necesario reafirmar que se debe apostar por el turismo por su gran potencial como generador de empleo y como pieza importante dentro de las estrategias de desarrollo rural integrado.

Apuntamos a continuación algunas líneas generales que en estos momentos es preciso seguir en materia de desarrollo rural, en lo que hace referencia al turismo, algunas de las cuales ya se están poniendo en práctica por parte de algunas administraciones autonómicas. Del mismo modo, incluimos algunas propuestas que, a nuestro juicio, se deberían poner en práctica para ahondar en el conocimiento de los efectos y consecuencias de esta actividad, aún no muy investigados en nuestro país ante la falta de una mayor perspectiva temporal.

Cualquier estrategia integral de apoyo al turismo en los espacios rurales debe empezar por encontrar los cauces adecuados para lograr una mayor cooperación entre los territorios rurales, creando redes entre regiones y Comunidades Autónomas que dispongan de productos similares. La simplificación y la transparencia de los procedimientos administrativos debe ser otro objetivo a perseguir. Es importante realizar un esfuerzo en la configuración del producto luchando contra una oferta excesivamente dispersa, no sólo en el territorio sino también desde el punto de vista comercial, de marca y de imagen. El mercado ofrece demasiados productos y la mayoría de ellos están aún muy poco consolidados.

Otro aspecto a tener en cuenta y que ya se viene teniendo en cuenta es que el turismo en los espacios rurales debe servir para la valorización de los productos locales facilitando el acceso al mercado de las pequeñas estructuras de producción. Debe

servir de incentivo para la mayor valoración por parte de la población de sus recursos naturales y culturales.

Uno de los aspectos en los que es preciso poner el acento en una política de desarrollo rural es el componente formativo. Es importante poner los medios para conseguir una adecuada formación de las personas que van a trabajar en el sector turístico para que sepan, no sólo dar un servicio correcto a sus clientes, sino también que conozcan otros aspectos muy importantes que contribuyan a mejorar la experiencia del turista. Entre ellos podríamos citar la gastronomía, la utilización de productos locales, el conocimiento de la historia y costumbres locales, el asesoramiento acerca de las actividades que se pueden realizar en la zona, la artesanía, etc. El cliente de turismo rural es curioso, quiere conocer otros modos de vida y por ello exige un trato más directo y cordial que en otras modalidades turísticas y, por el tipo de actividades que suele realizar, necesita una información y un asesoramiento.

La calidad es un punto sobre el que conviene hacer hincapié en cualquier iniciativa que tenga que ver con el turismo rural. Aunque en la actualidad ya comienza a prestarse atención al tema de la calidad a nivel autonómico, se hace evidente la necesidad de establecer marcas de calidad a nivel nacional e internacional, suficientemente conocidas por los clientes.

Existe una necesidad objetiva de regular el ejercicio y actuación a nivel de todo el país de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo en el medio natural. Puede ser un medio eficaz de ayudar a la conservación del entorno natural, la disminución de riesgos en la práctica de deportes de aventura y de favorecer al mismo tiempo la actividad empresarial.

Resultaría conveniente la creación de un "Observatorio del Turismo Rural" a nivel nacional. Un centro experimental destinado a prestar una serie de servicios de gran interés, entre ellos:

Recopilar, elaborar y difundir información de todo tipo sobre el turismo en los espacios rurales

Dar Asistencia a personas interesadas en poner en práctica iniciativas de turismo rural (por ejemplo, sobre legislación, ayudas, medidas y acciones de interés)

Informar a los empresarios sobre las grandes tendencias de evolución de la situación de los mercados turísticos y consejos para hacer frente a sus posibles variaciones.

Organización de encuentros a nivel nacional o incluso internacional de empresarios de turismo rural para facilitar el intercambio de experiencias, el fomento de la cooperación, etc.

Promover la investigación desde el punto de vista científico de una actividad aún poco conocida y crear un centro de recursos de turismo rural.

Elaboración de estadísticas específicamente de turismo rural.

Finalmente, es preciso poner en marcha un programa de ayudas destinadas a la introducción de las nuevas tecnologías derivadas de la aparición de Internet en el turismo rural

## **CONCLUSIONES**

El turismo, uno de los fenómenos más importantes de nuestro tiempo, es una práctica de naturaleza espacial generadora de actividades económicas. Una región turística, según Lozato-Giotart (1990), equivale a un área con cierta densidad de frecuentación turística y con una imagen que la caracteriza, en este caso, un medio natural bien conservado de alta calidad ecológica y la pervivencia de unos modos de vida, costumbres y tradiciones de gran atractivo y autenticidad.

El turismo rural no cobra importancia hasta fechas relativamente recientes, en cuanto se descubre su papel de agente revitalizador de las zonas rurales en declive. Las buenas posibilidades que brindan muchas de estas áreas para el desarrollo del turismo, no pasaron desapercibidas para las distintas administraciones (estatal, autonómica y municipal) ni para los verdaderos interesados en su promoción, los habitantes de esas comarcas. En consecuencia, en el transcurso de los últimos años, se produce una gran transformación en este campo, que va cobrando cada vez más protagonismo. La población joven ve en el turismo una salida, una alternativa real a la emigración o a las tareas agrarias, en franco retroceso. Al mismo tiempo se produce la llegada de fondos procedentes de los programas comunitarios de desarrollo rural y de las administraciones implicadas. Todo esto impulsa la rápida creación de una serie de infraestructuras turísticas destinadas a mejorar el servicio ofrecido.

Debemos tener presente, tal y como se dijo en la Conferencia de Cork (1996), que la agricultura y la silvicultura siempre deben ocupar el lugar principal puesto que su importancia supera su aspecto sectorial. Se trata de dos actividades plurifuncionales puesto que configuran el espacio rural contribuyendo a conservar un espacio de vida económico y social intactos, a proteger un entorno paisajístico atractivo y a diversificar las actividades. De ese modo, el turismo nunca debería constituirse en la única fuente de ingresos de la población local puesto que nos encaminaríamos a un mundo rural vacío, convertido en un museo de actividades y modos de vida desaparecidos que perdería totalmente interés para el turista pese a encontrarse en un entorno natural atractivo.

El turismo es sólo una pieza más del engranaje. El desarrollo rural sólo se podrá alcanzar mediante la valorización de los recursos endógenos, a través de la elaboración de estrategias territoriales integradas y adecuadas a los contextos locales, y dentro de unas políticas europeas y nacionales capaces de brindar el marco, los medios y el impulso necesario.

El turismo, como lo demuestra el ejemplo de Navarra, es una ayuda al desarrollo de nuevas actividades y fuentes de empleo en el medio rural a fin de que el tejido económico y social de estos espacios se conserve dinámico y saneado. En esta región, el turismo nunca podrá llegar a ser uno de los principales sectores de su economía pero no por ello deja de ser un sector estratégico vital.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CALLIZO SONEIRO, J. (1991): *Aproximación a la Geografía del Turismo*, Síntesis, Madrid.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1990): *Medidas comunitarias para el fomento del turismo rural*. Bruselas (29-X-1990), COM (90), 438 final.

CORRALES BERMEJO, L. (1993): *Apuntes para la definición y concepto de Turismo rural*. Avila, Fundación Cultural Sta. Teresa.

CROSBY, A. (dir.) (1993): *El desarrollo turístico sostenible en el medio rural*. Madrid, CEFAT/NATOUR y Plan Futures.

DEWAILLY, J.-M. y FLAMENT, E. (2000): *Le tourisme*. Sedes, Saint-Germain-du-Puy.

ECHAMENDI LORENTE, P.(1999): *El turismo en la Montaña de Navarra: Análisis geográfico*. Tesis Doctoral inédita. Universidad de Alcalá.

LOZATO-GIOTART, J.-P. (1990): *Geografía del Turismo: Del espacio contemplado al espacio consumido*, Masson, Barcelona.

VALDÉS PELÁEZ, L. Y RUIZ VEGA, A. V. (Coords.) (1996): *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Oviedo, Universidad de Oviedo.

VERA REBOLLO, J.F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. J.; ANTÓN CLAVÉ, S. (1997): *Análisis territorial del turismo*, Ariel, Barcelona.