

EL PROCESO DE MADURACIÓN DEL TURISMO RURAL EN ANDALUCÍA

Concepción Foronda Robles

Dpto. Geografía Humana

Universidad de Sevilla

Resumen

La ponencia que se presenta es resultado de un periodo amplio de análisis desde que en 1998 y a través de un proyecto con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación trabajamos para la Unidad Española del Observatorio Europeo en España. Esta experiencia de visitar a los grupos LEADER y PRODER de Andalucía y Extremadura, permitió tener una aproximación a la realidad vivida por la sociedad rural. Y parte de este aprendizaje quedó plasmado en la tesis doctoral (2002) “Turismo rural: repercusiones de las políticas de desarrollo en el territorio andaluz”.

El objeto de este estudio es mostrar la clasificación de actuaciones turísticas (formación, alojamiento y restauración, oferta complementaria, planificación y promoción, conservación del patrimonio natural y cultural) efectuadas desde la acción piloto Leader I a la estrategia integral de Leader+, como han ido cambiando porque el propio escenario ha ido madurando a pesar de la juventud del turismo rural.

INTRODUCCION

Debido a la relativa juventud del turismo como actividad socioeconómica y a su complejo carácter multidisciplinar, hay una ausencia de definiciones conceptuales claras que delimitan la actividad turística y la distinguen de otros sectores. En el hecho turístico confluyen muchas disciplinas y materias, tales como el medio ambiente, la legislación, la planificación y el urbanismo, etc., que junto a las propias del acto turístico (económica, geográfica, sociológica, política, etc.) componen un todo integral. No creemos que se deba de enfocar al turismo rural como una finalidad en sí misma, sino como un instrumento para conseguir sus fines (Foronda, 2002).

Existen muchas acepciones para hablar del turismo rural. Por un lado, están los que definen el turismo rural por exclusión a partir de lo que no es, en este sentido, Crosby y Moreda, (1996) entienden por tal “*aquella modalidad de turismo que tiene lugar en áreas no urbanas y que sigue un modelo de desarrollo completamente diferenciado del turismo costero masificado*”. Otros reflexionan sobre el hecho espacial del medio rural. Así, Calatrava Requena (1992) considera fundamental la complementariedad de rentas y el equilibrio con los sistemas socioeconómicos, ambientales, etc.; Galiano (1991) plantea que “*el turismo rural incluiría el agroturismo y todas las actividades deportivas, culturales y cinegéticas que se desarrollen en el medio rural*”; Blanco y Benayas (1994) adoptan que “*el turismo rural comprendería el conjunto de actividades recreativas y turísticas que se realizan en el medio rural y en la naturaleza abarcando todas las formas de turismo de aventura, deportivo, etc.*”. Desde la perspectiva de la oferta, se consideran los elementos situados en zonas agrarias, destinados a satisfacer las exigencias y necesidades de la demanda. Ejemplo de ello son Bardón Fernández (1987) “*conjunto de alojamientos, instalaciones, estructuras de ocio, recursos naturales y arquitectónicos existentes en zonas de economía predominantemente agrícola*”; Troitiño Vinuesa (1992) la valoración del espacio natural y cultural como recurso esencial; Marchena Gómez (1992) o Pulido Fernández (2005) que se centran en los espacios naturales protegidos. Por último, se encuentran las definiciones más integradoras, haciendo patente la relación oferta/demanda,

características de la oferta, motivaciones de la demanda y la presencia y el reconocimiento de la comunidad local receptora. Su principal autor, Fuentes García (1995) lo considera *“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, es decir, naturaleza, gastronomía, arquitectura tradicional, folklore y tradiciones populares, y que presente una interrelación con la sociedad local”*.

Cabría preguntarse las razones que explican o justifican por una parte la disparidad existente y por otra la ausencia de una definición comúnmente aceptada, para Grolleau (1988) la respuesta está en que ninguno de los términos empleados para designar al turismo rural llega a cubrir completamente las distintas realidades que la actividad turística rural engloba. Por ello, es representativa la definición de Izquierdo Vallina (2002) *“modalidades de turismo rural son tantas como seamos capaces de imaginar, crear y movilizar en función de los recursos, la oferta organizada disponible y la demanda. Se formula según la idea de desarrollo local y sostenible, considerando prioritario establecer criterios de calidad que permitan manejar productos turísticos homogéneos”*.

El turismo rural en su origen responde a la necesidad de encontrar instrumentos de desarrollo para las áreas rurales en declive. Se asienta en el periodo comprendido entre 1983 y 1990. La PAC incluyó, por primera vez, una fuerte orientación hacia la diversificación productiva.

Andalucía, en la segunda mitad de los ochenta, era una región con gran singularidad, y según Santos Arrebola (1986) una sola estrategia de comercialización no era el mejor camino para explorar las posibilidades turísticas, por lo que era recomendable establecer varias para dar a conocer diferentes destinos. En el medio rural, destacaba la tradicional oferta de la Andalucía histórica (Ronda, Baeza, Arcos de la Frontera, entre otras) y los pueblos andaluces, que tenían como atractivo *“el bajo nivel de actividad, si es posible con ausencia de extranjeros, con buena comida en restaurantes y mesones típicos”*. La visita a estos pueblos blancos, a Las Alpujarras, a la Sierra de Cazorla y a otros pocos espacios se podía convertir en el único atractivo original para dar a conocer a otra Andalucía, distinta al consolidado litoral o turismo de ciudad.

“La articulación litoral - interior era notablemente deficiente, hecho que condicionaba la escasa promoción de esta tipología” (Marchena M., 1996). La oferta se vertebraba, como se ha comentado, sobre los recursos históricos y artísticos, en los principales ejes de comunicación, y en las zonas serranas cuyos alojamientos eran imposibles de cuantificar.

La principal problemática del turismo interior era la falta de ordenación y gestión. *“El turismo rural implicaba una ocupación dispersa, con instalaciones de pequeña escala, no estandarizadas y adaptadas al medio natural y humano”* (Álvarez M. y Bote V., 1985), y eran escasos los estudios sobre dicho sector: Cádiz, en estos tiempos se planteaba el desarrollo armónico entre *“turismo en el litoral y la sierra”* (Esteve R., 1983); la dimensión cinegética como recurso turístico se analizaba en Córdoba (López A., 1980). Posteriormente, el apoyo por los numerosos parques naturales creados desarrolla el turismo en Andalucía (Marchena M., 1992).

Calatrava A. (1983) hace una aproximación a las causas por las cuales se genera el aumento de la demanda en este campo, basada en cuatro razones: la motivación económica, el agotamiento del modelo de turismo litoral masivo, la diversificación del tiempo de ocio en las sociedades urbanas, y el crecimiento del turismo de retorno a las zonas rurales.

Las administraciones públicas tuvieron que dinamizar a la población rural y difundir las ayudas ante un tejido empresarial muy débil y que desconocía el mercado turístico. El



Programa de Desarrollo Integrado de Turismo Rural (PRODINTUR, 1987) según las aportaciones de Buitrago Esquinas (1998) destacaba *“primero, la existencia de importantes recursos turísticos en el interior de la región; segundo, el escaso grado de explotación de tales recursos; y finalmente, las nuevas tendencias de la demanda, más orientadas hacia la diversificación de un turismo más activo e integrado en el entorno, de mayor calidad y más individualizado, que se corresponde plenamente con el tipo de oferta que se puede desarrollar en las áreas interiores de Andalucía”*.

Una nueva andadura se produce cuando las competencias en materia turística pasan a las CC.AA a partir de 1990. De esta forma se pone en marcha el Plan de Desarrollo Integral de Turismo de Andalucía (Plan DIA, 1993), dejando plasmado el Decreto sobre Ordenación de los alojamientos en casas rurales (Decreto 94/95, de 4 de abril). Posteriormente se crea la Ley de Turismo (Ley 12/1999, de 15 de diciembre) con la elaboración de un nuevo diagnóstico del turismo andaluz a través del Plan General de Turismo de Andalucía (2005) y el Plan sobre el desarrollo de un sistema turístico sostenible y competitivo integrado en el espacio rural andaluz (Plan SENDA, 2000).

El sector turístico en el espacio rural andaluz se está constituyendo en los últimos años en una nueva vía de desarrollo económico y social de estos espacios, ayudando a superar el tradicional estancamiento económico que sufren muchos de sus núcleos a través de su influencia positiva en la creación de nuevos empleos, la generación de beneficios económicos, la construcción de infraestructuras, la dinamización de intercambios y de sinergia entre el medio rural y el urbano y, en la importancia que el turismo en el espacio rural va adquiriendo como factor integrador y de superación de localismos. Fuentes, R. (1996) afirma que *“los programas de desarrollo rural LEADER y PRODER han sido impulsores de la actualidad turística en el espacio rural, ya que las actuaciones que se han llevado a cabo han tenido un claro componente local, realizados desde las comarcas y animados por los agentes de desarrollo de la propia localidad, que son los mejores conocedores de las ventajas comparativas y deficiencias de cada zona”*.

METODOLOGIA

Esta ponencia ha sido posible a la trayectoria investigadora llevada a cabo: en el periodo 1998 – 2001 el proyecto *“Antena Regional”* con la Unidad Española del Observatorio Europeo en España para el MAPA. Esta experiencia de visitar a los grupos LEADER y PRODER de Andalucía y Extremadura, permitió tener una aproximación a la realidad vivida por la sociedad rural. El seguimiento de los programas de desarrollo rural se basó en la información recogida a través de las entrevistas con los gerentes y técnicos del CEDER y empresarios de cada comarca. De ahí derivó, la tesis doctoral¹ y posteriormente, hemos trabajado en dos proyectos nacionales I+D financiados por el Ministerio de Educación y Ciencia².

El objeto de este estudio es el análisis de los efectos de las iniciativas de desarrollo rural en materia turística, efectuadas desde la acción piloto Leader I (1990-1994) a la estrategia integral de Leader+ (2000-2006), como han ido cambiando porque el propio escenario ha

¹ *“Turismo rural: repercusiones de las políticas de desarrollo en el territorio andaluz”* (2002).

² *“Cohesión territorial y desarrollo socioproductivos locales en zonas rurales desfavorecidas de España”* (2003-2006) y *“Construcción de una Red de Indicadores de Sostenibilidad para la evaluación dinámica de los procesos de desarrollo rural en áreas Leader y Proder”* (2004-2007).

ido madurando a pesar de la juventud del turismo rural. Los proyectos turísticos analizados han sido 2.175 agrupados de la siguiente forma: en Leader I (1991-1994) 407 proyectos, en Leader II y Proder (1995-1999) 1.155 proyectos, y en Leader+ y Proder-A (2000-2006) 613 proyectos; y se ha hecho una clasificación centrada en cinco tipos de actuaciones turísticas (1. alojamiento y restauración, 2. oferta complementaria, 3. planificación y promoción, 4. formación, 5. conservación del patrimonio natural y cultural), mediante el empleo de 33 variables que de manera directa e indirecta afectaban al sector turístico.

El ámbito de estudio son las unidades territoriales de aplicación de Leader y Proder en Andalucía en sus diferentes fases de actuación. En la tabla 1 se comprueba la tendencia seguida en los últimos años en Andalucía por los proyectos de desarrollo rural acogidos a los dos programas de ayuda analizados. En conjunto, en la última fase se han aplicado en 50 comarcas, en un ámbito tanto de municipios como de superficie cuatro veces mayor que hace diez años, cuando arrancó la primera iniciativa. Lo más significativo es que la población afectada se ha multiplicado por cinco.

Tabla nº 1. Datos generales de los programas de desarrollo rural en Andalucía..

	Número de grupos	Inversión (Mill.euros)	Número de municipios	Superficie (km ²)	Población
Fase 1 (1991-94) LEADER I	9	8,7	184 (23,8%)	13.436 (13,3%)	650.000 (8,9%)
Fase 2 (1994-99) LEADER II/ PRODER	22 27	365,2 194,6 170,6	664 360 296	77.803 43.275 34.142	3.220.016 1.126.446 1.945.299
Fase 3 (2000-2006) LEADER+ / PRODER II	22 50	570 182,6 387,4	693 (89,9%)	78.854 (90%)	3.626.144 (50%)

Fuente: Elaboración propia.

En concreto, los Grupos acogidos a los programas de desarrollo territorial han conseguido articular el 90% del territorio andaluz. Las zonas rurales de Andalucía se han beneficiado de una inversión de casi 570 millones de euros tras la puesta en marcha durante el periodo 2000- 2006 de 6.922 proyectos Leader+ y Proder, incluidos en el programa comunitario de desarrollo rural. Estas actuaciones han servido para impulsar la diversificación económica y promover el desarrollo de estos territorios a partir de la optimización de sus propios recursos, y han contribuido al fortalecimiento del tejido empresarial, a la creación de riqueza, la potenciación de la identidad territorial y, en definitiva, a la mejora de la calidad de vida de la población. Igualmente, durante el pasado periodo se crearon 18.000 empleos, de los cuales el 46 por ciento fueron ocupados por mujeres y un 40 por ciento, por jóvenes.

El gobierno andaluz ha reforzado con 1.045 millones de euros de fondos propios la política de desarrollo rural para el marco 2007-2013, con lo que la cifra total de gasto público que la Comunidad Autónoma gestionará para la puesta en marcha de actuaciones en esta materia durante dicho período asciende a 3.570 millones, el 22,6% del total de gasto público que destinarán las comunidades autónomas a estas actuaciones. De esta forma, Andalucía se convierte en la región que más fondos europeos para el desarrollo rural gestionará durante los próximos años. La estrategia andaluza de desarrollo rural persigue, desde una perspectiva integradora, la consecución de un medio rural sostenible donde convivan la singularidad e identidad de nuestro territorio con el creciente empuje hacia un entorno rural

fuerte, competitivo y cada vez más autosuficiente, con especial atención al papel desempeñado en el mundo rural por mujeres y jóvenes.

Las medidas de actuación fueron variando en cada programa, de ahí que aparezcan en la tabla 2 su relación con la clasificación que efectuamos en materia turística.

Tabla nº 2. Variables empleadas y medidas de actuación

VARIABLES	LEADER I	LEADER II	PRODER	LEADER+	PRODER A
Formación turística	Medida 2. Formación profesional y ayuda al empleo	Medida B2. Formación	Medida 8. Mejora de la extensión agraria y forestal.	1.5. Formación y Ayudas a la Contratación	Línea 1: Dinamización socioeconómica
Oferta alojativa	Medida 3. Promoción del turismo rural	Medida B3. Turismo rural	Medida 3 y 4. Fomento de las inversiones turísticas en el medio rural	1.2 Mejora de las Estructuras Productivas	Línea 6: Fomento, mejora y diversificación económica: sector agrario, artesanía y turismo rural.
Oferta complementaria					
Planificación, gestión y promoción					
Renovación y apoyo al patrimonio cultural		Medida B6. Conservación y mejora del medio ambiente	Medida 1 y 2. Valorización del patrimonio rural. Renovación y desarrollo de pueblos	1.3 Valorización del Patrimonio y del Medio Ambiente	Línea 3: Protección y mejora del Patrimonio y del Medio Ambiente,
Protección y recuperación del patrimonio natural					

RESULTADOS

Leader I era una **acción piloto** para buscar nuevas vías o soluciones innovadoras que propiciara el desarrollo del medio rural, complementaria a las políticas nacionales diseñadas a través de los Marcos Comunitarios de Apoyo. Su puesta en marcha se realizó mediante programas de desarrollo, gestionados por entidades locales, a través de la movilización de la población y el aprovechamiento de los recursos endógenos infrautilizados. A pesar del éxito falló a la hora de aplicar soluciones diversificadas, pues la mayoría de las acciones estaban encaminadas a fomentar el turismo rural. Las actividades de promoción del turismo rural en Andalucía tuvieron un claro antecedente en el programa PRODINTUR (Programas de Desarrollo Integrado del Turismo Rural), puesto en marcha en 1987 por la Consejería de Turismo y Deporte. Cinco de los programas LEADER coinciden con los PRODINTUR, lo que permitió continuar y reforzar la labor iniciada por el programa de la administración andaluza. Según Blanco R. y Benayas, J (1994) *“la diversidad de los proyectos obedece a la heterogeneidad de las áreas sobre las que actúa la iniciativa, pero también es fruto de la confusión existente en el término de nuevos productos turísticos. Esto se debe al rápido crecimiento de la iniciativa y a las expectativas de estas nuevas actividades en el medio rural, junto a la inexperiencia de los promotores en el sector”*. En algunas comarcas no existían prácticamente infraestructuras turísticas y el LEADER I contribuyó a fomentarlas. La escasa diversidad de proyectos evidencia el incipiente desarrollo turístico y la deficiente formación de los promotores

LEADER II acentúa la importancia que tiene la **innovación**, introduciendo la submedida dedicada a la mejora del medio ambiente y cooperación transnacional. El turismo rural como estrategia de desarrollo rural no tiene en LEADER II la misma importancia que en la

primera etapa (51,04%), en la que se dedicaron más de la mitad de los recursos financieros a esta medida. En esta segunda fase se reduce a una tercera parte la inversión total prevista en Andalucía (un 31,1% de los fondos movilizados por la iniciativa LEADER fueron a la potenciación del desarrollo turístico de estas zonas rurales, mientras que en PRODER supone el 14%). No obstante, se debe remarcar que, en términos absolutos, LEADER II dedicó 60 millones de euros al turismo rural, mientras que LEADER I dedicó 44,5 millones de euros (Foronda, 2002). El número de proyectos turísticos aprobados fue de 975 (24%). El motivo por el que se redujeron las inversiones en la medida de turismo rural, según Cortés R. (1996) *“es que aumentó artificialmente la oferta y el protagonismo que éste había adquirido, impidiendo su integración en la economía local y entrando en contradicción con el objetivo comunitario de promover iniciativas sostenibles que fueran sensibles a las estructuras sociales locales”*. PRODER era un programa que reproducía el enfoque, e incluso las estructuras de LEADER.

LEADER+ no es la simple continuación de Leader II, sino que es más ambiciosa, y está dirigida al diseño y aplicación de una estrategia de desarrollo temática, integral y sostenible en la que prime la **cooperación, la innovación y la calidad**. Tal como establece la comunicación de la Comisión³. Las diferencias de LEADER+ y PRODER A (Tabla 3) son que en la primera las acciones deben ser innovadoras, transferibles y con efectos demostrativos, mientras en la segunda no tienen porque cumplir estos requisitos, ya que son acciones generales a desarrollar en la comarca. De ahí que los dos programas hayan sido complementarios. En el periodo 2000-2006, el PRODER-Andalucía quedó integrado dentro del Programa Operativo Integrado de Andalucía (POIA). En este programa intervenían los 50 GDR de Andalucía, y algunos de ellos también gestionaban los fondos LEADER+.

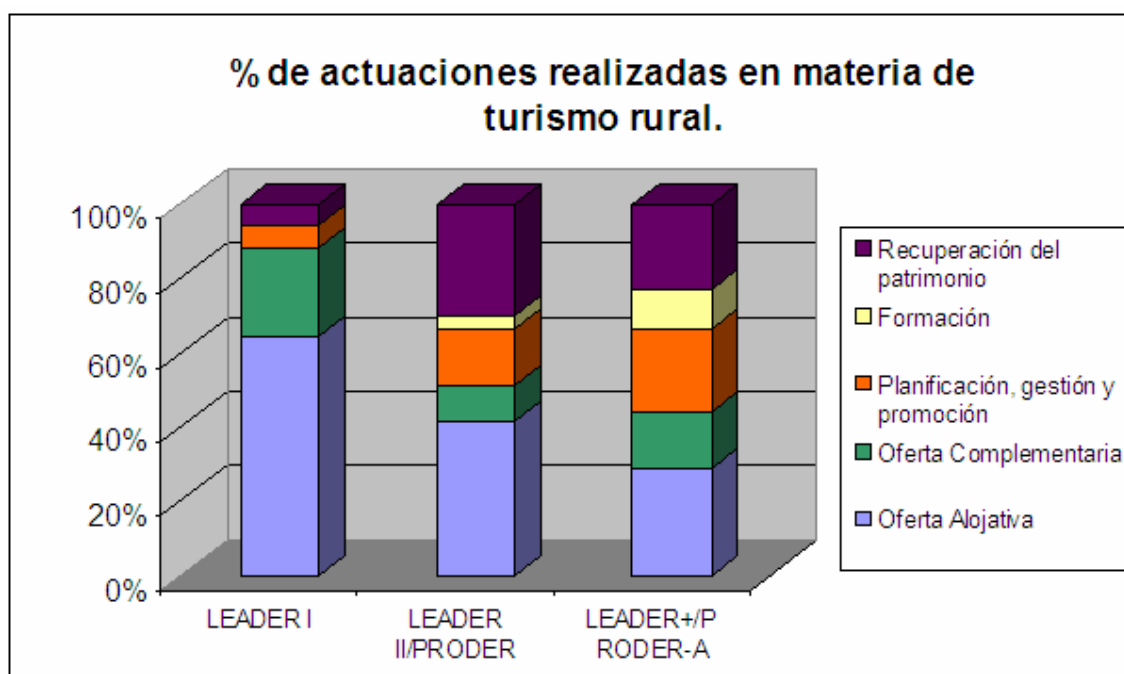
Tabla nº 3. Comparación del LEADER + y PRODER 2.

	LEADER+	PRODER-2
Tipo	Iniciativa Comunitaria	Programa Operativo
Ámbito de Aplicación	En todas las comarcas andaluzas	En todas las comarcas andaluzas
Umbral de población	De 10.000 - 100.000 hab	Sin límite
Financiación	FEOGA-O	FEOGA-O (medida 7.5) FEDER (medida 7.9)
Campo de Acción	Amplio	Según art. 33 (turismo, artesanía, diversificación)
Características de las Acciones	Innovadoras Transferibles Con efecto demostrativo	Acciones generales
Tipo de Estrategia	Carácter piloto	General
Adquisición de Competencias	Para territorios nuevos	No existe
Empleo	Creación	Creación y consolidación
Contabilidad	Separada	Separada

Fuente: Elaboración propia.

³ El propósito de LEADER+ (art. 8) *“es concienciar a los agentes rurales para que sean capaces de fomentar la aplicación de estrategias de desarrollo sostenible, pensando a largo plazo, especialmente dirigidas a la valorización del patrimonio natural y cultural, la creación de empleo y la mejora de la capacidad organizativa de las comunidades locales”*.

Atendiendo los proyectos examinados y la clasificación efectuada de la primera fase (1990-1994), segunda (1995-1999) y tercera (2000-2006), se observa en el gráfico el papel tan trascendental que han tenido los alojamientos rurales y la restauración, aunque ha ido reduciéndose en otras etapas gracias a la consolidación de la existente. La oferta complementaria fue reveladora en la primera fase pero desestructurada, hecho que mejora en las siguientes, a ello hay que unir que si al principio se concentró en actividades de turismo de naturaleza, ha pasado al turismo deportivo en todas sus vertientes y centrado en la diferenciación de los productos turísticos. Si los inventarios de los recursos y la divulgación y promoción turística eran los ejes del primer periodo en planificación, gestión y promoción, han sido sustanciales los cambios posteriores: empleo de SIG turísticos, planes y proyectos turísticos, comercialización de la oferta o implantación de sistemas de calidad. La formación turística y la conservación del patrimonio eran líneas transversales en LEADER I, que tuvieron su peso en los otros periodos de programación.



Fuente: elaboración propia basada en los datos de la Consejería de Agricultura y Pesca.

El impulso que recibió el turismo rural con el programa Leader I fue encaminado a la creación de oferta alojativa (64% de los proyectos ejecutados y 73% de la inversión), promoviendo la financiación de instalaciones y acondicionamiento principalmente de casas particulares, así como de otros alojamientos (hoteles, camping, albergues, etc.). La oferta complementaria se centró en la recuperación del medio y el consumo de recursos naturales para asentar empresas deportivas (organizando visitas a pie, a caballo, en 4x4 o en bicicleta), rehabilitando el patrimonio para crear rutas, museos o recuperar fiestas tradicionales, construyendo Centros de Iniciativas Turísticas (CIT) que unificaron la oferta para la promoción y comercialización. En algunas comarcas no existían prácticamente infraestructuras turísticas y el LEADER I contribuyó a fomentarlas. La escasa diversidad de proyectos evidencia el incipiente desarrollo turístico y la deficiente formación de los

promotores. En cuanto a la conservación del entorno se consideraba una línea transversal y no contaba con una línea directa de financiación, de ahí el escaso papel que juegan.

Si en Leader I fueron beneficiadas 9 comarcas andaluzas, en el caso de LEADER II que se ejecutó paralelo a PRODER I aumenta a 22 y 28 respectivamente. Según Calderón Vázquez (2005) *“fue el detonante de la explosión turística rural en Andalucía, dado el volumen de recursos financieros movilizados por ambos programas”*.

Las comarcas, que por primera vez son subvencionadas en LEADER II, suelen invertir en infraestructuras turísticas y servicios de alojamiento, siendo su inversión más costosa ante la inexistencia de las mismas o escasez para ofrecer al visitante un buen producto. Mientras, que aquellas que ya tienen las bases turísticas (LEADER I), se especializan en la segunda convocatoria, en la diversificación de actividades complementarias y/o mejorar la calidad turística (Márquez, D; Foronda, C.; Galindo, L; Garcia, A, 2006).

Estos se enfocaron de nuevo en la generación de oferta de alojamiento (41%), siguiendo esquemas de acumulación de capital físico (Calderón Vázquez, 2005). Mayoritariamente, primó la rehabilitación de edificios rurales existentes frente a la nueva construcción, hecho que significa, a priori, un cambio positivo con respecto a las formas tradicionales de turismo, en LEADER II destacaron más casas rurales frente a los establecimientos hoteleros en PRODER. La restauración recibió ayudas considerables, mejorando la calidad de los establecimientos, ampliando los mismos o rehabilitando edificios de tradición agrícola para convertirlos en restaurantes (almazaras, castillos, cortijos, etc.).

Existía un tejido alojativo amplio, pero sin conexión con la oferta de actividades complementarias (10%) y que aún se encontraba desarticulada en las redes turísticas. En este segundo periodo, se consolidaron las clásicas actividades deportivas de naturaleza, y surgen los referidos productos turísticos cinegéticos, fluviales, náuticos y aéreos, que en la actualidad, se están fortaleciendo. Se siguen creando museos temáticos teniendo en cuenta los productos locales de cada comarca (Museo del aguardiente en Serranía de Ronda, Museo de la Memoria y de Jorge Manrique en El Condado, Museo del Agua en Sierra Mágina, Museo del Vino en Sierra de las Nieves, Galería- mina en el museo de Riotinto, etc.) (Foronda y García, 2000).

Las actuaciones emprendidas respecto a la planificación, gestión y divulgación del turismo, (15%) se centraron esencialmente en las acciones para la divulgación, promoción y publicidad (campañas de promoción, edición de material promocional, asistencia a ferias u organización de encuentros); inventarios de los recursos, estudios de mercado y creación de sistemas de reserva.

Los cursos formativos desarrollados (4%) se han centrado en el sistema de gestión y planificación de las empresas turísticas o en el diseño y desarrollo de nuevos productos turísticos, que han despuntado (turismo de embalses, bandolerismo, turismo minero o turismo termal).

La línea de conservación del patrimonio (30%) tuvo su efecto por la conexión que suponía el fortalecimiento de la identidad territorial/cultural, afectando indirectamente al turismo. La recuperación de edificios singulares, su señalización, la mejora de la arquitectura y el entorno urbano de los pueblos, y la dotación de equipamientos constituyen las actuaciones más características acometidas, las cuales han estado en mayor medida promovidas por los ayuntamientos. Esta línea ha destacado esencialmente por ser de carácter no productivo.



En los programas territoriales LEADER+ y PRODER-A, a pesar de seguir con el fomento de inversiones turísticas, se han promovido iniciativas colectivas, que fueran más allá de la generación de oferta. En esta última etapa se reduce la creación de alojamientos al 29%. Son numerosos los proyectos de recuperación de la arquitectura popular con este fin. Con ellos, los propietarios han asegurado, al menos, el mantenimiento de la arquitectura tradicional local. Haciendas, molinos y cortijos, han adquirido una relevancia inusitada en el contexto cultural, en el que mucho tiene que ver el factor moda y donde la industria del ocio, sirviéndose de técnicas de marketing ha sabido crear una demanda de actividades turístico-recreativas en los espacios rurales. Sus edificaciones populares asociadas a los tipos de cultivos, explotaciones y de hábitat, constituyen el más actual y activo recurso cultural y turístico. (Foronda y García, 2000).

La importancia de este patrimonio radica en que posee la cualidad de caracterizar el paisaje y singularizar cada uno de los pueblos, y en él se pueden leer las antiguas formas de vivir y trabajar unidas a las características económicas y sociopolíticas del devenir histórico del pueblo andaluz. Es crucial su revalorización en los momentos actuales para no perder la identidad como pueblo, ante la gran colonización de otras culturas y de la denominada “globalización cultural” (Foronda, 2006).

En lo relativo a la diversificación de la oferta complementaria (15% de los proyectos ejecutados) hemos de destacar el esfuerzo que se ha llevado por crear servicios turísticos diferenciados, con lo que se ha demostrado cómo el turismo rural no debe quedarse en la oferta de alojamiento, sino que se pueden introducir exitosamente actividades tales como la oferta cultural y deportiva en la naturaleza. Los grupos LEADER+ y PRODER-A han desarrollado proyectos relacionados con:

- La gestión del patrimonio cultural como producto turístico, centrado en rutas, parques y museos temáticos de distinta naturaleza (turísticos, culturales, históricos o patrimoniales) y la gestión integral. Así pues la gran mayoría de recursos e infraestructuras culturales se han puesto en marcha en las fases anteriores, han servido para crear una estrategia de destino, más que una formulación de producto cultural.

- El desarrollo de acciones deportivas de calidad, dirigidas a colectivos específicos, las actividades terrestres (equitación, caza, golf, aventura, juego de orientación, etc.), actividades acuáticas (esquí náutico, embarcaciones de recreo, visitas de explotaciones salinas y pesca deportiva) y actividades aéreas (parapente y ala delta). Así como la creación de áreas de esparcimiento fuera de los núcleos urbanos (áreas recreativas, mirador, merenderos, aulas medioambientales, etc.).

- La conservación del medio natural ha adquirido un protagonismo esencial, especialmente en relación con la Red Natural 2000 y la conservación de la biodiversidad en los espacios naturales. Destacando la conservación de flora y fauna; el mantenimiento y conservación de espacios y parques naturales; el apoyo a la creación de parques fluviales, geológicos o culturales; o la señalización de vías pecuarias.

Las actuaciones emprendidas respecto a la planificación, gestión y divulgación del turismo se encuentran por encima de la oferta complementaria, con un 22%, primando la divulgación, promoción y publicidad. Con ella se han dado a conocer numerosas comarcas y se han incorporado a las redes turísticas con el objeto de alcanzar un nivel de demanda estable que permita el funcionamiento óptimo de las empresas turísticas. Por ello, las actividades que se han desarrollado son:



- El diseño y ejecución de campañas de publicidad.
- La edición de material promocional en formato analógico y digital. Hay que diferenciar aquellos que tienen por objeto una descripción general del espacio geográfico y aquellos que se centran en aspectos temáticos (Guías del patrimonio histórico artístico, artesanía, gastronomía, fauna, etc.), que están teniendo mayor éxito, debido a la especialización de las últimas tendencias.

Un hecho novedoso ha sido la implantación de sistemas de calidad en empresas turísticas de alojamientos y deportivas, así como animación, dinamización y seguimiento para promover la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), poderosa herramienta que pretende orientar y refrendar el desarrollo turístico sostenible en espacios naturales protegidos, de forma participada entre la población local, empresariado turístico, gestores y administración pública.

El compromiso con la formación turística ha aumentado en este periodo, pasando de 4% en la fase II a un 11% en ésta, en ella se inscriben la asistencia a cursos, la celebración de jornadas y la participación en ferias. Los Grupos, a través de los responsables de las políticas de desarrollo local, han tenido en cuenta a la población directamente implicada, valorando sus conocimientos, aptitudes, necesidades según los grupos de edad, y todos aquellos aspectos que puedan afectar al proyecto de formación en cuestión.

Al igual que ocurría en las dos fases anteriores, es muy difícil deslindar qué medidas tienen incidencia directa e indirecta en la conservación y puesta en valor del patrimonio. Estos proyectos son esencialmente de carácter no productivo, realizados mayoritariamente por los Ayuntamientos y algunas asociaciones sin ánimo de lucro. Ha primado la renovación del patrimonio arquitectónico y su difusión cultural para una mayor sensibilización de la población (celebración de certámenes, concursos, muestra, encuentros, festivales, exposiciones), y en menor medida, la protección del patrimonio natural y su paisaje así como la reducción de impacto ambiental. Como manifiesta Cejudo y Maroto (2007) *“su volumen ha sido muy reducido si se lo compara con las diferentes medidas del Desarrollo Rural. Además, en demasiadas ocasiones bajo esta medida se han ocultado inversiones en infraestructuras básicas para el desarrollo de los pueblos ante la escasez de los presupuestos municipales para hacerles frente. Las repercusiones socioeconómicas han sido más importantes en términos cualitativos, de favorecer el dinamismo interno y elevar la autoestima de sus pobladores, que cuantitativos a pesar de los discutibles datos oficiales ofrecidos”*.

La cooperación ha sido clave en Andalucía ya que ha elevado esta exigencia comunitaria a un objetivo general en su planificación estratégica. Todos los territorios andaluces han colaborado en la gestión de programas de desarrollo endógeno entre sí, según afinidades, en las orientaciones temáticas de desarrollo de su territorio. Todo ello ha permitido la creación de redes en torno a la conservación y puesta en valor de los bienes patrimoniales a través de la orientación turística en gran parte de los proyectos: grupo “@cerca” con el proyecto Andarural (rutas guiadas por GPS), grupo “Patrimonio de tu territorio” con la implantación de la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS), grupo “Natures” con el proyecto de mejora de la calidad turística y obtención de certificaciones de calidad (Marca Parque Natural y Marca Q de Calidad).



CONCLUSIONES

El turismo rural, inexistente hace apenas unos quince años, es ya una realidad. La oferta de alojamientos, mayoritariamente, se ha configurado en el elemento emblemático del sector. No sólo se ha desarrollado dicho segmento, también ha mejorado notablemente la oferta de la restauración y se ha recuperado la gastronomía tradicional. En los últimos años ha aumentado la oferta de actividades complementarias centradas en el turismo cultural y deportivo, y ha mejorado la planificación y gestión de dichos productos turísticos.

Se ha incrementado la capacidad de la oferta alojativa y mejorado su calidad, apoyándose especialmente en nuevos modelos de oferta que estuvieran en consonancia con el medio rural y la instalación en establecimientos singulares y la implantación de sistemas de calidad.

La contribución del deporte al desarrollo del mundo rural (deportes de naturaleza y aventura) se plantea como actividad complementaria al turismo rural⁴. En ese marco, se han “puesto en valor” las propiedades paisajísticas y patrimoniales del espacio rural, y se han promocionado distintos tipos de actividades de ocio y tiempo libre, entre ellas, la práctica de los deportes de naturaleza, principalmente en los espacios naturales, deportes náuticos y aéreos.

Hay una tendencia por revalorizar el patrimonio de diversa naturaleza, donde se observa el paso del recurso a la tematización y a la interpretación como factores para mejorar su capacidad de atracción. Ha sido esencial la importancia de la tematización de rutas y recursos turísticos para dar contenido y significado a todos y cada uno de los elementos del territorio. Con ello se ha despertado nuevos intereses del público sobre temas culturales y rurales; sinergias entre diferentes servicios y recursos de la oferta; facilitar el mercado; mejoras de los destinos con recursos individuales de moderado atractivo. También ha sido fundamental la planificación de las rutas temáticas e itinerarios culturales (interterritoriales). Asimismo, la variedad de técnicas y sistemas de presentación del patrimonio (exposiciones permanentes y temporales, señalización, paneles de interpretación, etc.). Es muy importante la adaptación de estos instrumentos a los conceptos y temas de la interpretación.

La comercialización de los productos turísticos rurales ha experimentado mejoras con una mayor presencia en los canales de intermediación, más receptivos ante el interés demostrado por los consumidores, el establecimiento de centrales de reserva propias y el recurso a internet.

Las iniciativas turísticas en el medio rural han gozado de un considerable apoyo público, patente en Leader/Proder, así como las diferentes líneas de incentivos de la Junta de Andalucía. Se han conseguido resultados importantes en los flujos de inversiones generadas en zonas caracterizadas por una atonía inversora derivada de ausencia de dinámica empresarial o de procesos de ajustes de políticas sectoriales. Tanto el efecto demostración creado como las inversiones inducidas generadas han contribuido decisivamente al incremento del turismo rural, sin embargo, el mantenimiento de los incentivos públicos, apropiados desde el punto de vista de la rentabilidad social y del reequilibrio territorial, no

⁴ Turismo activo, como manifiesta el Decreto 20/2002, sobre Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo de Andalucía, “se consideran actividades propias del turismo activo las relacionadas con los deportes que se practiquen sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la naturaleza, y a las cuales les es inherente el factor riesgo, o cierto grado de esfuerzo físico o destreza”.



debe viciar la consecución de una oferta turística rural competitiva en un mercado de elevada concurrencia.

El nuevo reglamento de desarrollo rural aspira a clarificar la situación creada tras quince años de experiencias Leader. El FEADER supone un avance de consolidación de una verdadera política de desarrollo rural en la UE, dejando en manos de los gobiernos nacionales un amplio margen de maniobra para su aprobación en cada territorio (aumentar la competitividad del sector agrario, mejorar el medio ambiente, la calidad de vida de las zonas rurales y fomentar la diversificación económica). En este caso, el eje Leader tiene un carácter más bien metodológico.

Por todo ello, la intervención de los Grupos de Desarrollo de Andalucía ya no tiene carácter experimental ni piloto, sino que responde a una política consolidada y fruto de la aplicación de una planificación estratégica diseñada por la población del territorio. Y no debe confundirse la innovación y la creatividad con la experimentación.

BIBLIOGRAFIA

ALVAREZ, R.; BOTE, V (1985): "Turismo rural en Andalucía: importancia actual y recomendaciones para el diseño de una política integral sobre turismo en espacio rural". *Revista de Estudios Regionales* nº 6. vol. VI (extraordinario). Pp. 209-238.

BARDÓN FERNAN DEZ, E. (1987): "Turismo rural en España: algunas iniciativas públicas" en *Revista Estudios Turísticos* nº 94. Pp. 63-76.

BLANCO PORTILLO, R.; BENAYAS DEL ALAMO, J (1994): "El turismo como motor del desarrollo rural. Análisis de los proyectos de turismo subvencionadas por Leader I". *Revista de Estudios Agrosociales* nº169. Pp. 119-147.

BOTE GÓMEZ, V. (1978): "La estrategia del turismo rural en España" *Coloquio Nacional sobre ordenación del territorio*.

BUITRAGO ESQUINAS, E. (1998): "El turismo en Andalucía". *I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía. Andalucía en el umbral del siglo XXI*. (Cdrom). Pp.683-716.

CALATRAVA REQUENA, J. (1992): "El turismo rural como recurso endógeno en el desarrollo local: Consideraciones teóricas y complementarios sobre Las Alpujarras altas occidentales" en *Desarrollo Local. Experiencias Europeas*. MAPA. Pp. 67-92.

CALDERON VÁZQUEZ, F.J. (2007): *Distrito turístico rural un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta*, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/tesis/2007/fjcv/

CEJUDO GARCÍA, E.; MAROTO MARTOS, J.C. (2007): "La importancia del patrimonio en la política de desarrollo rural de Andalucía". *Boletín e-rph* nº1. <http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero1/legislacion/estudios/articulo.php>

CÉLULA DE PROMOCIÓN Y ANIMACIÓN DEL DESARROLLO RURAL (2005): Jornadas Técnicas: "La Gestión del Patrimonio Cultural y Turismo".

CONSEJERIA DE TURISMO Y DEPORTE (2000): *Plan Senda. Desarrollo de un sistema turístico sostenible y competitivo integrado en el espacio rural andaluz*. Junta de Andalucía.

CONSEJERIA DE TURISMO Y DEPORTE (2001): *Plan General de Turismo*. Junta de Andalucía.

CORTES MACIAS, R. (1996): "Iniciativas comunitarias de desarrollo rural en Andalucía". *VIII Coloquio de Geografía Rural*. Universidad de Zaragoza. Pp. 45-52.

CROSBY, A.; MOREDA, A. (1996): *Desarrollo y Gestión del Turismo en áreas rurales y naturales*. CEFAT. Madrid, pp 20-30

- ELIAS, L. V. (1993): "Patrimonio etnográfico y turismo rural". *Desarrollo local, turismo y medio ambiente*. Diputación de Cuenca. Pp. 105-120.
- ESTEVE SECALL, R. (1983): "El turismo en el litoral y la sierra. Posibilidades y expectativas". Estudio económico de la provincia de Cádiz. Diputación de Cádiz. Pp. 203-220.
- FORONDA ROBLES, C (2002): *Turismo rural: repercusiones de las políticas de desarrollo rural en el territorio andaluz* (Tesis inédita).
- FORONDA ROBLES, C. (2002): "La capacidad del turismo como elemento dinamizador en el medio rural". *Nuevos horizontes en el desarrollo rural. La innovación en la articulación del territorio*. Cap. 2 Universidad Internacional de Andalucía. Ediciones Akal. Pgs. 29-57.
- FORONDA ROBLES, C. (2006): "Repercusiones de los programas de desarrollo rural en el turismo andaluz". *Turismo y cambio territorial ¿eclosión, aceleración, desbordamiento?*. Prensas Universidad de Zaragoza. Pp. 119-130.
- FORONDA, C.; GARCIA, A. (2000): "La intervención del programa LEADER en el patrimonio rural andaluz". *Evolució turística de la darrera década i disseny de futur*. Institut d'Estudis Ecològics (INESE). Palma. Pp. 343-348
- FUENTE, R. y SORET, P. (1998) "El turismo rural" en *La actividad turística española en 1996*. AECT.
- FUENTES GARCIA, R. (1995): *Turismo rural en España. Especial referencia a la demanda*. Madrid, Ministerio de Comercio y Turismo, Instituto Estudios Turísticos. Ministerio de Comercio y Turismo.
- GALIANO, E. (1991): "El turismo rural en España". *Estudios Turísticos*, n 110. Pp. 39-46.
- GRANDE IBARRA, J. (2004). "La cultura, valor en alza". *Revista Actualidad Leader* nº 24. Pp. 34-35
- GROLLEAU, H., (1988): *Patrimonio rural y turismo en la CEE*. Bruselas
- IZQUIERDO VALLINA, J. (2002): *Manual para agentes de desarrollo rural*. Ed. Mundi Prensa. Gobierno del Principado de Asturias.
- LÓPEZ ONTIVEROS A. (1980): "El desarrollo reciente de la caza en España". *Actas del coloquio hispano francés sobre las áreas de montaña*. Ministerio de Agricultura. Pp. 271-297.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1987): *Territorio y turismo en Andalucía. Análisis a diferentes escalas espaciales*. Consejería de Economía y Fomento.
- MARCHENA GÓMEZ, M. (1996): "Escala intermedia y ordenación del turismo en espacio rural. El caso de Andalucía". *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. Palma de Mallorca. Pp. 215-224.
- MARCHENA GÓMEZ, M. y otros (1992): *Ocio y turismo en los parques naturales andaluces*. Serie Documentos nº 1. Junta de Andalucía.
- MARQUEZ, D.; FORONDA, C.; GARCIA, A.; GALINDO, L. (2006): "El precio de la sostenibilidad rural en Andalucía: El valor de LEADER II" *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* Nº 41. Pgs. 295-313.
- MOSCOSO, D.; MOYANO, E. (coord..) (2006): *Deporte y desarrollo rural*. Instituto Andaluz del Deporte (IAD)
- PULIDO FERNANDEZ, J.I. (1997): *Situación y problemática de la explotación turística en los parques naturales en la provincia de Jaén*. Junta de Andalucía.

PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. (2005): *Criterios para una política turística sostenible en los parques naturales de Andalucía*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

SANTOS ARREBOLA, J. L. (1986): “La definición de una estrategia comercial en las empresas turísticas andaluzas”. *Estudios Regionales, Extraordinario vol. VI*. Pp. 119-140.

SECRETARIA GENERAL DEL TURISMO (1990): *El libro blanco del turismo español*. MAPA.

TROITIÑO VINUESA, M. A. (1992): “Turismo y medio ambiente en zonas de montaña” en *Desarrollo local y medio ambiente en zonas desfavorecidas*. MOPT. Pp. 79-99.

TURISMO DE ANDALUCIA (1993): Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía (Plan DIA). Junta de Andalucía.

