

LA PROMOCIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA A COMIENZOS DE SIGLO XXI¹³⁵

The promotion and management of rural tourism in the province of Córdoba at the beginning of the 21st Century

David Moscoso-Sánchez¹³⁶

RESUMEN

El presente trabajo analiza los resultados del estudio titulado *Situación Actual y Líneas Estratégicas para el Desarrollo del Turismo Rural en la Provincia de Córdoba* (IESA, EC-0408), que realizó el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC) para la Diputación Provincial de Córdoba en 2004. Este estudio trató de analizar las oportunidades del sector como motor de desarrollo local rural en esta provincia, un trabajo que requirió conocer previamente los factores que han servido para su promoción en los últimos años. Además, el estudio ayudó a analizar un amplio elenco de temas relativos a la estructura del turismo rural (organización y gestión del turismo rural, estado de las infraestructuras y los recursos, detección de las preocupaciones entre los profesionales del sector, situación de las empresas de servicios de turismo rural, tales como la hostelería, la restauración, las empresas de turismo activo, etc.) y, muy especialmente, a profundizar en las principales problemáticas que atañen a su implantación, en concreto, las relativas al modo como se estructuran las relaciones entre los diversos actores que intervienen en su promoción, comercialización y/o regulación. Por último, el estudio sirvió para recoger distintas propuestas susceptibles de interés para solventar las debilidades percibidas en la promoción del turismo rural en la provincia de Córdoba.

Palabras Clave: Turismo Rural, Andalucía, Planificación y Gestión, Actores, Territorio.

¹³⁵ Derivado del proyecto de investigación: “Situación Actual y Líneas Estratégicas para el Desarrollo del Turismo Rural en la Provincia de Córdoba”, realizado en el marco de un convenio de colaboración entre la Diputación Provincial de Córdoba y el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC).

¹³⁶ Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología, Universidad de Granada, Doctor en Sociología, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Profesor Titular de Universidad, Universidad de Córdoba, correo electrónico: dmoscoso@uco.es

ABSTRACT

This paper analyzes the results of the study entitled *Current Situation and Strategic Lines for the Development of Rural Tourism in the Province of Córdoba* (IESA, EC-0408), carried out by the Institute of Advanced Social Studies (IESA-CSIC) for the Provincial Council of Córdoba in 2004. This study tried to analyze the opportunities of the sector as an engine of rural local development in this province, a work that required previously knowing the factors that have served for its promotion in recent years. In addition, the study helped to analyze a wide range of issues related to the structure of rural tourism (organization and management of rural tourism, state of infrastructures and resources, detection of concerns among professionals in the sector, situation of rural tourism companies, rural tourism services, such as hotels, restaurants, active tourism companies, etc.) and, especially, to delve into the main problems that concern their implementation, specifically, those related to the way in which the relationships between the various actors involved in its promotion, commercialization and/or regulation. Finally, the study served to collect different proposals susceptible of interest to solve the perceived weaknesses in the promotion of rural tourism in the province of Córdoba.

Keywords: Rural Tourism, Andalusia, Planning and Management, Actors, Territory.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en las últimas décadas en un fenómeno de gran calado para las sociedades modernas avanzadas. Son muchas las circunstancias que han influido al creciente interés alcanzado por esta actividad, cuya naturaleza trasvasa el carácter puramente económico y político, consagrándose, de algún modo, como un nuevo hito de nuestra época, que se acuña a través de la cultura.

En la era de la globalización, los viajes y el turismo se presentan, quizá por primera vez en la historia, en un hábito común para cientos de millones de personas. El incremento de los niveles de ingresos y la capacidad adquisitiva, la disponibilidad de tiempo libre y ofertas de ocio, los avances tecnológicos, la aparición de nuevos canales de acceso a la información, tales como Internet, y otras razones de importancia, explican que el turismo se haya convertido, en tan breve espacio de tiempo, en una actividad de gran trascendencia para nuestras sociedades.

Sin embargo, el turismo entraña una serie de repercusiones (socioculturales, jurídicas, ambientales, políticas, etc.) que van más allá de las cifras estadísticas empleadas ordinariamente para su medición. Esto se explica por la propia naturaleza del fenómeno, una naturaleza difusa y compleja, imbricada por numerosas dimensiones que articulan, directa o indirectamente, su estructura; cualquier indicador socioeconómico de la estructura de una determinada población influye, de alguna forma, en las oportunidades del sector turístico y, por tanto, en sus repercusiones.

Esta importancia del turismo suscitó la realización de un estudio en el marco de un convenio de colaboración entre la Diputación Provincial de Córdoba y el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC) en la primera década del 2000. El estudio realizado, titulado *Situación Actual y Líneas Estratégicas para el Desarrollo del Turismo Rural en la Provincia de Córdoba* (IESA, EC-0408), permite conocer cuáles han sido las principales fuerzas que han influido en el desarrollo del turismo rural en la provincia de Córdoba. Indagamos, a través de diversos registros estadísticos, en un amplio conjunto de fuentes, cuyas líneas de trabajo tienen una clara relación con el turismo rural. Dicho análisis, junto a un tratamiento de los antecedentes históricos del turismo rural en Europa y España, ocupa la primera parte de nuestro trabajo. En la segunda parte se abordan otro orden de cuestiones, tales como la evolución de la oferta y la demanda turística en la provincia de Córdoba, la opinión de los informantes sobre el estado actual de la infraestructura y los recursos turísticos, la ordenación y/o gestión del turismo, el grado de cualificación de los profesionales, y la actuación de la Diputación Provincial, el Patronato Provincial de Turismo, las mancomunidades y los ayuntamientos, sobre esta cuestión. Finalmente, en la última parte del trabajo se ofrece, fruto de la reflexión del estudio realizado, una serie de propuestas que pueden ayudar a mejorar la situación del turismo rural en la provincia de Córdoba, aunque en ningún caso se presentan con la aspiración a convertirse en fórmulas mágicas para el desarrollo de este sector, sino tan sólo ofrecer posibles orientaciones fundadas en la experiencia de los numerosos profesionales consultados.

En este capítulo no se van a abordar todos los resultados del estudio, debido a las limitaciones de espacio. Así, nos centraremos en exponer y analizar algunas de las evidencias que se alcanzaron sobre la opinión de los informantes cualificados y las recomendaciones para la buena planificación del turismo rural de cara al futuro.

2. CONTEXTO Y PERSPECTIVA DEL ESTUDIO SOBRE EL TURISMO RURAL EN CÓRDOBA EN EL MARCO DEL ESTUDIO

El turismo rural ha adquirido una enorme importancia en Andalucía en las últimas décadas. Para constatarlo, basta resaltar los principales indicadores obtenidos a través de instrumentos de referencia como la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural o el Registro de Alojamientos Turísticos, indicadores que analizan tanto la oferta como de la demanda del turismo en Andalucía desde principios de siglo a nuestros días.

Esta importancia adquirida por el turismo rural en la actualidad se explica básicamente por dos factores. En primer lugar, por el proceso de modernización de la agricultura y la reestructuración del espacio rural. El primero consistió en la implantación de tecnologías y estrategias de mayor rendimiento en el sector agrícola, dando lugar ello a un progresivo abandono de las zonas rurales y a una pérdida de empleo en el sector agrario. Como consecuencia de este proceso de modernización, que había provocado claros desajustes territoriales campo-ciudad y que había alcanzado el tope a su expansión entre los años setenta y ochenta —dado que la OMC presionaba a los países europeos para reducir su producción y sus aranceles, con el fin de favorecer la introducción de los productos agroalimentarios procedentes de otros países—, se llevó a cabo una nueva reconversión del espacio rural, a través de las políticas de desarrollo rural, para poner en valor nuevamente este espacio, mediante acciones dirigidas a favorecer la diversificación de las economías locales, la puesta en valor del patrimonio natural y cultural y la estabilización de la población residente en las zonas rurales.

En segundo lugar, el otro gran factor que ha influido a la difusión del turismo rural es el propio cambio cultural experimentado en la sociedad andaluza. Dicho cambio ha dado lugar igualmente a una doble percepción sobre este espacio y las actividades que en él se desarrollan. Durante el proceso de instauración del paradigma de la modernidad, tuvo lugar la emergencia de representaciones sociales con una cierta carga despectiva hacia estos espacios y las poblaciones que en ellos residían, siendo considerados hasta muy recientemente —con cierto desprecio— como zonas atrasadas. Sin embargo, como resultado de las consecuencias de la modernidad, el espacio rural y natural adquirió un nuevo sentido en el imaginario simbólico de las sociedades modernas avanzadas, convirtiéndose en un espacio de recreo y ocio, de reencuentro existencial, favorable para el desarrollo de nuevas actividades económicas y vínculos sociales. Evidentemente, esto también influyó en la expansión del turismo rural en los países occidentales.

Con lo cual, ambos factores han tenido un peso importante en el creciente interés por el turismo rural en las últimas décadas. Obviamente, detrás de estos dos importantes factores hay otros aspectos que han jugado un papel decisivo en la difusión del turismo rural, como el desarrollo de las nuevas tecnologías, la mejora en las vías y los medios de comunicación con los pueblos y las zonas más aisladas, el incremento en el nivel de las rentas de la población, la reducción de la jornada laboral y el aumento del tiempo libre, etc.

En el presente estudio se parte de una concepción abierta, cambiante y diversa, de lo que significa el turismo rural. Dicha concepción la fundamos en dos razones. La primera razón estriba en que consideramos que el turismo, en cualquiera de sus modalidades, no es un fenómeno ajeno a los procesos de cambio social que afectan a las sociedades modernas. Esto significa que el turismo, como cualquier otro fenómeno social, está en continuo proceso de transformación; de transformación de sus significados, sus funciones, sus estrategias... La segunda razón es que los espacios donde se desarrolla el turismo, en este caso el turismo rural, también cambian, lo que repercute directamente sobre las actividades que se desarrollan en ellos.

Precisamente, en un estudio realizado por el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía (*Opinión Pública, Agricultura y Mundo Rural en Andalucía*, E-0304) casi nueve de cada diez andaluces opinaban que la situación de sus pueblos ha cambiado (y mejorado) algo o mucho en la última década. Cuando se les consultaba a la población en el marco de dicho estudio qué cosas asociaría a la expresión “mundo rural”, la mayoría opinaba que la agricultura y el campo (70%), y otro porcentaje representativo de personas relacionaba a éste con los pueblos andaluces (18%), el paisaje (18%), una forma de vida y sociabilidad particular (15%), y el ocio, el turismo, el descanso, el aire libre y la caza (12%). Por lo tanto, confirmamos que existen concepciones diferentes sobre lo que significa “mundo rural”, que da lugar, a su vez, a usos dispares de este espacio, ya sea para el turismo, el ocio, las actividades tradicionales, etc.

Por todo ello, compartimos la opinión de otros expertos (Bote Gómez, 1988; Blanco y Benayas, 1994; Ruiz Avilés, 1995; Manero de Miguel, 1996), para los que turismo rural es toda actividad que pueda desarrollarse fuera de los entornos urbanos, o en entornos definidos propiamente como rurales y naturales. Así, para J.B. Lanaspeze (1993), «el producto no es homogéneo y el término de turismo rural se refiere al turismo en dicho espacio». Siguiendo esto, consideramos aquí por turismo rural toda actividad de descanso y esparcimiento, recreación y gozo, que implique para su desarrollo desplazamientos desde los lugares de origen a pueblos o zonas rurales, con el fin de visitar espacios naturales, practicar deportes al aire libre y de naturaleza, alojarse en casas y hoteles de tipo rural, visitar yacimientos arqueológicos y museos etnográficos, practicar visitas gastronómicas, participar en encuentros y jornadas micológicas, cazar o pescar, etc.

3. METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO

Aunque en este estudio se han empleado diferentes técnicas con propósitos distintos, para dar respuesta a los objetivos de la investigación, en este trabajo se presentan los resultados procedentes de la administración de una encuesta Delphi y entrevistas individuales a informantes cualificados, desde la perspectiva sociológica.

La encuesta DELPHI consiste en un método empleado habitualmente para el análisis prospectivo, sobre todo en el ámbito empresarial, y la evaluación de programas y políticas, preferentemente en el ámbito de la Administración Pública. El modelo de cuestionario Delphi empleado en este estudio ha sido el de expertos, que es el que se utiliza para consultar a profesionales cualificados sobre el funcionamiento de una determinada actividad, por encontrarse en una posición privilegiada (de experiencia y conocimiento) sobre la materia estudiada. Es un método habitual cuando no existen datos históricos con los que trabajar, el impacto de los factores externos tiene más influencia que la propia evolución de los elementos internos y predomina un interés por la percepción de tipo cualitativo.

En cuanto a la entrevista individual, en este estudio se optó por entrevistas no estructuradas, realizándose a una muestra de los profesionales que conforman, de distintas maneras, el sector turístico y, en concreto, el del turismo rural, en la provincia de Córdoba.

Los perfiles que definían la muestra tanto de los participantes en la Encuesta Delphi como de los que lo hicieron en las entrevistas son los siguientes:

- Gerentes y técnicos de mancomunidades de municipios (25%).
- Gerentes y empleados de empresas de servicios turísticos (20%).
- Gerentes y empleados de alojamientos y restaurantes rurales (15%).
- Gerentes y técnicos de Grupos de Desarrollo Rural (10%).
- Representantes de la Administración Pública (10%).
- Otros perfiles (20%).

En la definición de la muestra participante tuvimos en cuenta que hubiera una representación lo más amplia posible de comarcas de municipios cordobeses. En total, se han entrevistado a 60 personas de 27 municipios cordobeses. Según sus características sociodemográficas, éstos se distribuyen de la siguiente

forma: aproximadamente, el 70% han sido hombres y el 30% mujeres, siendo el 40% jóvenes (25-35 años) y el 60% adultos (35-55 años). El perfil formativo de los mismos es también irregular: en torno al 50% posee estudios universitarios de grado medio y superior (fundamentalmente, de agrónomos, empresariales y educación primaria) y la otra mitad posee estudios de grado medio no universitarios, es decir, de formación profesional ocupacional (técnicos de distintas materias).

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Opiniones y creencias sobre el turismo rural

Entre los resultados que se desprenden de esta investigación, merece reseñarse que la mayor parte de los informantes comparten que, para que la promoción del turismo rural sea exitosa en la provincia de Córdoba, deben darse una serie de criterios y condiciones previas:

- En primer lugar, ven en el elemento “**territorio**” la clave de toda estrategia a seguir. Consideran que en cada territorio predomina un patrimonio singular, distinto al que se da en otros lugares; que en cada territorio existen unos recursos naturales, paisajísticos, culturales, gastronómicos, agroalimentarios, etc., que le distinguen del resto. Con lo cual, creen que hay que jugar con el elemento “territorio” en el sentido de “distinción”. Así, en la Campiña Sur y Este se ofrecerían, como elementos distintivos, el paisaje de olivares y viñedos, los atardeceres que se contemplan en esta zona, las festividades de Semana Santa y las ferias reales, la producción de aceite, vino y carne de membrillo, el trabajo en la alfarería, etc. En la Subbética, los elementos distintivos serían diferentes, más asociados a la Sierra, que ofrece una arquitectura rústica muy singular (de casas blancas), con un gran potencial de actividades recreativas y deportivas, con numerosos yacimientos arqueológicos y edificios históricos, con productos particulares como el anís y el aceite de oliva. En Sierra Morena y Pedroches los elementos distintivos serían otros, asociados a la dehesa y la serranía, a los productos cárnicos, a las construcciones de grandes muros de piedra granítica, a los recursos naturales, al paisaje remoto y a los relajados ritmos de vida del lugar. En el Valle del Guadalquivir el elemento distintivo se concretaría en el valor asociado al agua, al río Guadalquivir, a su historia, a su patrimonio, a las actividades agroalimentarias generadas

en torno a éste y a las oportunidades de ocio que ofrecen los distintos embalses y demás infraestructuras recreativas del lugar.

- En segundo lugar, también ven en el “**enfoque integrado**” un elemento estratégico en el desarrollo del turismo rural. La mayoría de las personas entrevistadas opina que el turismo rural es una actividad económica que lo abarca todo, por lo que debería implicarse en su ordenación el mayor número posible de actores y agentes económicos, políticos y sociales. Desde el punto de vista inter-administrativo y político, entienden que debe haber una cooperación constante entre Junta de Andalucía, Diputación, mancomunidades y ayuntamientos. A su vez, ven necesario el diálogo entre administraciones con competencias en medio ambiente, turismo, comercio y deporte, fomento, agricultura, empleo y desarrollo tecnológico. Desde el punto de vista económico, piensan que debería haber una mayor interlocución entre hosteleros, agricultores y ganaderos, empresarios del sector agroalimentario, asociaciones empresariales y sindicatos, asociaciones deportivas, etc. Desde el punto de vista sociocultural, piensan que estas actividades deben beneficiar al mayor número de sectores de la población y al mayor número de pueblos dentro de cada comarca. Por todas estas razones, los informantes valoran positivamente la creación de organizaciones cuyo fin sea establecer espacios de encuentro y referencias comunes para actuar sobre esta materia.
- En tercer lugar, identifican en la “**sostenibilidad**” otro elemento de gran importancia para el desarrollo de esta actividad. Comparten que el turismo es una actividad que puede tener efectos muy positivos para el desarrollo de los pueblos y las zonas rurales, pero que también puede incidir negativamente sobre el espacio de diversas maneras, a saber: creando nuevas desigualdades sociales entre los trabajadores de baja cualificación y los empresarios y propietarios de la infraestructura de hostelería; provocando el deterioro de los recursos naturales, al producirse una masificación y un uso desordenado y abusivo, en un sentido amplio, de ese espacio; generando una sobre-urbanización de ciertas zonas, que implicaría un cambio radical en los atractivos predominantes de los lugares en los que se puede dar, con todos los conflictos culturales que esto conlleva. Por todo ello, valoran positivamente las medidas que se adoptan para garantizar la calidad en los servicios de alojamiento y en la elaboración de productos agroalimentarios y naturales, como la concesión de sellos de calidad. Por

todo lo anterior, también se muestran a favor de una regulación responsable del turismo rural.

4.2. Opiniones y valoraciones sobre la situación del turismo rural

Entre las personas entrevistadas, se observa un ambiente de descontento generalizado respecto a la situación actual del turismo rural en la provincia de Córdoba. Dicha valoración:

- En primer lugar, se denuncia el modo como se ha venido gestionando el turismo en la provincia. Se piensa que la gestión del turismo, tal como se ha venido planificando hasta ahora, ***beneficia más a la capital que al resto de la provincia***. Se critica la escasez de información existente a escala provincial. Se cuestiona la calidad de las infraestructuras, los equipamientos y los servicios de turismo rural. También se expresa con preocupación la deficiente cualificación de los profesionales.
- En segundo lugar, se manifiesta una preocupación explícita por el ***carácter poco estructurado del sector turístico***. En particular, se expresa un gran descontento por la falta de articulación de los empresarios y los agentes del ámbito público y, además, apuntan algunas de las rémoras que impiden el desarrollo efectivo de este segmento turístico, tales como las disputas entre los empresarios del propio sector, los obstáculos que presentan los propietarios de las tierras en algunas partes de la provincia, los impedimentos de determinadas administraciones públicas (como, por ejemplo, la Consejería de Medio Ambiente) ante el desarrollo de ciertas actividades turísticas en los espacios naturales protegidos.
- En tercer lugar, dicho descontento también está motivado por la ***escasa implicación de las administraciones en su planificación***. Opinan que hasta ahora los ayuntamientos y las mancomunidades, así como la Diputación provincial, se han involucrado poco en el desarrollo de esta actividad, que requiere por parte de ellos mayor asistencia técnica y financiera, si realmente se pretende lograr su consolidación. Piensan que las ayudas concedidas por estas administraciones han sido escasas hasta el momento y que se ha desarrollado una labor poco comprometida en la puesta en valor del patrimonio (tanto en la fase de captación de los recursos públicos y de inversión privada, como en la fase previa de sensibilización y concienciación de la población y los empresarios).

Estas valoraciones predominan de un modo general entre la mayoría de los gerentes y técnicos de las mancomunidades y los ayuntamientos de la provincia de Córdoba. Sin embargo, se observan opiniones distintas en aquellas partes de la provincia en las que el turismo rural ha experimentado un desarrollo más eficiente en los últimos años, a saber: la Subbética Cordobesa y la Sierra Morena Cordobesa. En muchos de los municipios que se ubican en el entorno de estas dos comarcas los informantes expresan una opinión más positiva. Valoran positivamente la gestión de la actividad turística, la existencia de una mayor articulación de los empresarios y demás agentes del sector y también una mayor implicación de los ayuntamientos, mancomunidades y Diputación.

4.3. Opiniones y valoraciones sobre la planificación y gestión del turismo rural

En general, se considera que el turismo rural en esta provincia presenta un ***carácter poco integrado y sostenible***. La mayoría de los informantes achaca la mala situación del turismo rural en la provincia de Córdoba a la ***ausencia de una planificación integradora y participativa para la gestión de esta actividad***. En efecto, aquellos se quejan de la ausencia de comunicación entre el Patronato Provincial de Turismo, las mancomunidades y los municipios de la provincia de Córdoba, al menos hasta la fecha objeto del estudio. También se apoyan, para realizar esta valoración, en el escaso grado de participación y representatividad que tenían entonces los técnicos y los alcaldes y ediles de los ayuntamientos cordobeses en el Patronato Provincial de Turismo.

Precisamente, buena parte del malestar que expresaban en aquel momento las personas consultadas se debía a la creencia de que se contaba poco o nada con los profesionales del sector, limitando las consultas a un restringido número de empresarios (en su mayoría de Córdoba capital). En opinión de los informantes, esta postura impedía que existiera una representación amplia de profesionales y, por tanto, de municipios y comarcas, en las decisiones que se tomaban en materia turística, dejando el peso de estas decisiones en manos de los empresarios y las asociaciones empresariales más fuertes. También es cierto que donde existe una mejor organización de la actividad turística a escala comarcal, tal como ocurre en la Subbéticas Cordobesas y el Alto Guadalquivir, son menos intensas las críticas hacia el organismo provincial. Críticas que afectan también a los propios ayuntamientos y mancomunidades, a los que los informantes acusan de ir «cada uno a lo suyo», de no «saber trabajar en equipo».

¿De qué manera se concreta esta crítica y cómo afectaría la situación denunciada a la promoción del turismo rural en Córdoba? En primer lugar, en la mayoría de las comarcas se denuncia que ***ni los ayuntamientos ni las mancomunidades ni el gobierno provincial conocen los recursos que tienen***. Por ese mismo motivo, los agentes económicos y políticos que desarrollan su trabajo en el sector turístico también los desconocen. En segundo lugar, al desconocer los recursos turísticos que se poseen y la situación que presentan tales recursos para ponerlos en valor —turísticamente hablando—, no se puede garantizar un turismo rural de calidad.

Debido a lo anterior, los informantes consideran que ello daba lugar a que ***se fallase en la comercialización del turismo rural***. Algo que exigía conocer más exhaustivamente la situación de los recursos para el turismo rural en la provincia de Córdoba y, con ello, garantizar una oferta mínima y de calidad de estos recursos. Para ello, era necesario efectivamente “poner en valor” los recursos y “ordenarlos” adecuadamente para que respondan a las expectativas de los posibles usuarios y clientes.

Los informantes se quejan de que esta deficitaria planificación y gestión de la actividad turística fuera la causa de que ***el turismo rural en la provincia de Córdoba fuera muy localizado y estacional***. Se piensa que, al desconocer los recursos patrimoniales y naturales de nuestra provincia, se impide la puesta en valor de infraestructuras y equipamientos turísticos y el desarrollo de actividades complementarias, que pueden favorecer un turismo de mayor duración y en todas las épocas del año. A su vez, también se cree que, al no actuar de manera conjunta, al final el turismo se concentra en aquellos lugares que destacan por el valor patrimonial incuestionable que poseen, o bien en aquellos municipios y comarcas que ejercen un gran esfuerzo para desarrollarlo.

La ***ausencia de sistemas de información y conocimiento sobre la oferta y la demanda turística*** en la provincia de Córdoba es otra de las deficiencias que se denuncian entre los informantes. Tal como hemos hecho referencia antes, una de las cuestiones que más preocupa a los informantes, sobre todo a aquellos que se encuentran vinculados directamente con la gestión del turismo rural (hoteles y propietarios de alojamientos rurales, técnicos y gerentes de centros de iniciativas turísticas y mancomunidades, etc.) es la escasa información existente respecto a los recursos turísticos de la provincia. Consideran que esta situación de vacío de información constituye un lastre para el desarrollo del turismo rural, ya que dificulta la detección de las oportunidades existentes en el territorio y,

por tanto, impide planificar debidamente las actividades turísticas (sobre todo, en lo que respecta a las actividades complementarias de turismo rural). Los motivos que encuentran los informantes para explicar esta situación es la ausencia de voluntad y capacidad para cooperar entre los organismos y administraciones públicas, también el vacío existente de referencias y pautas comunes de planificación y gestión turística, la falta de profesionalidad de los empresarios del sector y la escasa inversión en investigación sobre turismo.

Por otro lado, ese vacío de información y conocimiento que denuncian los informantes también lo expresan en el sentido de que entienden que desde la propia administración debe hacerse un mayor esfuerzo por difundir el valor patrimonial y turístico existente en los municipios cordobeses, ya no tanto de cara a los turistas foráneos, como en lo que afecta a la propia población cordobesa. Al fin y al cabo, tal como opinan éstos, el “boca a boca” sigue siendo uno de los medios más eficaces para la divulgación de las riquezas y los valores de los destinos turísticos. En consecuencia, la pregunta que se plantean es que, si la población cordobesa no conoce lo que tiene y, por tanto, no lo valora, cómo es posible que contribuya a difundir estos valores y riquezas turísticas fuera de la provincia.

Los informantes muestran una gran preocupación por la ***infrautilización de los equipamientos turísticos, por la escasa calidad de éstas y de la oferta de servicios y por la insuficiente cualificación entre los profesionales del sector.*** Para la mayoría de los técnicos en turismo de ayuntamientos y mancomunidades, el problema estriba en que los recursos están infrautilizados, resultando necesario ponerlos en valor, es decir, adaptarlos para que se puedan utilizar en el desarrollo de actividades de turismo rural.

Otra preocupación al respecto sobre la que enfatizan los informantes es la calidad de las infraestructuras, los equipamientos y los servicios de turismo rural. Consideran que, al encontrarse algunos de ellos en economía sumergida (por ejemplo, parte de los alojamientos rurales), no cumplen de manera adecuada los requisitos exigidos en la normativa que los regula. Por tanto, eso también se traduce en una menor calidad.

De lo anterior también se desprende su relación con el bajo nivel de cualificación de los profesionales. De modo que, en numerosas ocasiones, los empresarios de sectores como la hostelería y los servicios turísticos recreativos o complementarios no tienen una formación específica sobre la profesión que desarrollan. Por esa razón, se denuncia entre los entrevistados el escaso dominio de idiomas entre los empresarios y empleados del sector, el desconocimiento de determi-

nadas normas de cortesía en la atención a los clientes, la poca especialización, e incluso, en el caso de los deportes de aventura, la inadecuada capacitación para ejercer de guías y monitores, redundando en una inseguridad palpable en el desarrollo de los servicios turístico-deportivos. El principal motivo de esta situación lo encontramos en el carácter amateurista que predomina entre buena parte de los profesionales que trabajan en el sector turístico.

Las personas entrevistadas **valoran negativamente la cultura empresarial que predomina en el sector turístico en la provincia de Córdoba**. En efecto, los informantes muestran su preocupación por la falta de un modelo de referencia para los emprendedores en este terreno en la provincia de Córdoba. Se carece de coordenadas que ayuden a orientarse y que también marquen desafíos ante las necesidades percibidas en los nuevos tiempos, sobre todo en el ámbito del turismo rural. Además de carecer de ese modelo de referencia, también se observa a un importante grado de amateurismo profesional en este sector en nuestra provincia. Y, además de ese carácter amateurista, señalan que la cultura empresarial en este sector en Córdoba es tensa y conflictiva. Por tanto, esa actitud de ver al de enfrente como un enemigo no ayuda a nadie, sólo constituye un lastre para el desarrollo del sector, que tendría más fuerza con actitudes empresariales cooperativas. Tal como comenta uno de los entrevistados, «trabajando de forma aislada, es decir, de manera independiente y competitiva... así, todos pierden».

En esta misma línea, otro de los grandes desafíos es **potenciar la iniciativa privada**. Los informantes se muestran de acuerdo en que falta innovación, iniciativas arriesgadas, por parte del sector privado. Consideran que ese desconocimiento que predomina sobre las oportunidades del turismo rural (la escasez de información y datos, de investigación en definitiva) repercute directamente en una falta de iniciativa por parte de los empresarios potenciales. También consideran que, hasta el momento, el efecto demostrativo de las acciones de desarrollo rural vinculadas al turismo aún no queda suficientemente claro en el medio rural. En consecuencia, piensan que resulta necesaria una mayor implicación de las administraciones públicas en materia de concienciación, formación y ordenación.

Los entrevistados también **valoran negativamente la labor de las administraciones, por el escaso apoyo técnico y financiero que prestan, por la poca transparencia de su gestión y por la falta de una planificación ordenada del sector turístico en el medio rural**. No hay administración pública que se salve de estas valoraciones. Al gobierno autonómico se le achaca la poca capacidad para trabajar en cooperación con las distintas Consejerías vinculadas con intereses

cruzados. El principal foco de preocupación de los entrevistados, en relación con la Junta de Andalucía, es lograr que los PRUG y PORN en los espacios naturales protegidos sean coherentes con las necesidades del territorio y, por tanto, menos restrictivos, ya que el carácter preeminente conservacionista de muchos de estos planes merman las capacidades de desarrollo de las poblaciones afectadas. También se le exige a la Junta que se convierta en el eje de la interlocución ante los problemas que afecta a las actividades turísticas, ya no sólo en relación con la ordenación de las distintas materias en el seno del gobierno autonómico, sino también ante otros agentes sociales y económicos, como los propietarios de las tierras en algunas zonas, que a menudo prohíben el paso por caminos rurales a los turistas de naturaleza. Por último, también se le pide al gobierno autonómico sensibilidad ante la ordenación del turismo rural en Andalucía. Consideran deseable que se consulte a los empresarios del sector, así como al resto de técnicos, gerentes y demás agentes sociales, económicos y políticos, vinculados con el desarrollo de esta actividad económica, a la hora de proceder a su ordenación jurídica y política.

Al gobierno provincial, que desarrolla estas competencias mayormente a través del Patronato Provincial de Turismo, se le exige mayores responsabilidades. A este organismo público se le señala de no ofrecer apoyo técnico y financiero a los empresarios del sector, las mancomunidades y los municipios cordobeses. Este malestar es compartido por buena parte de los entrevistados y adquiere un tono especialmente pronunciado entre los técnicos de los ayuntamientos y las mancomunidades, que sienten indignación, sobre todo, por la exigencia, por parte del Patronato, de tener que pagar un coste demasiado elevado para poder formar parte de éste —insistimos, al menos en el momento en que se hizo el estudio—. Dicha indignación la justificaban entonces por darse la situación de que, si el ayuntamiento de un municipio medio, que tiene como presupuesto para turismo unos 9.000 € anuales, tiene que pagar la cantidad de 6.000 € para formar parte del Patronato Provincial de Turismo, significa que para formar parte del Patronato tendría que agotar prácticamente todo su presupuesto.

A las mancomunidades y a los ayuntamientos cordobeses se les recriminaba la falta de implicación en el desarrollo del turismo rural. Los informantes consideran que la mayoría de los ayuntamientos cordobeses no apuestan por este tipo de actividad, porque no tienen una perspectiva abierta ni crecen en su potencial de desarrollo. Las personas entrevistadas piensan que en los ayuntamientos, más que en las mancomunidades, se tiene la convicción de que no tienen responsabilidad sobre actuaciones al respecto, depositando dicha responsabilidad

en manos de otros organismos públicos y entidades privadas, tales como la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte Andaluz S.A., el Instituto de Fomento de Andalucía, los centros de economía social o los grupos de desarrollo rural. Se considera, además, que cada ayuntamiento persigue sus propios intereses, al margen de los demás, y que las mancomunidades y los grupos de desarrollo rural tampoco colaboran en muchas comarcas cordobesas. Algunas personas consideran incluso que hay lugares en los que no sólo no hay apoyo de las mancomunidades o del GDR, sino que además hay rivalidad, dependiendo de las fuerzas políticas que influyan sobre los gerentes y técnicos de estas mancomunidades y GDR, así como en función de las fuerzas de poder imperantes en los principales ayuntamientos de la comarca.

5. CONCLUSIONES

La principal conclusión del estudio es que la situación actual del turismo rural en la provincia de Córdoba no es buena. En primer lugar, existe un escaso desarrollo de esta actividad, debido fundamentalmente a la poca iniciativa privada y también a la percepción que tienen algunos responsables políticos sobre las oportunidades del desarrollo turístico en el territorio. En segundo lugar, la mayor parte de las experiencias realizadas en este terreno han sido las favorecidas a través de las políticas de desarrollo rural y local, de los programas de protección de los espacios naturales, y de otras iniciativas parciales regionales, nacionales y europeas, cuyo efecto demostrativo aún no es visible. En tercer lugar, se observan grandes dificultades para el definitivo desarrollo del turismo rural, debido, sobre todo a la falta de articulación de este sector, así como a la deficiente puesta en valor de los recursos naturales, culturales y patrimoniales del territorio.

No obstante, podemos decir también que existen diferencias significativas en el territorio. Así, hemos podido comprobar que la situación que experimenta la comarca de la Subbética Cordobesa es muy diferente de la que afecta a otras comarcas de la provincia. En esta comarca, el turismo rural es un sector mucho más maduro. Otras partes de la provincia de Córdoba interesantes, pero que se sitúan por detrás de la Subbética son el norte del Valle del Guadalquivir (Vega y Alto Guadalquivir, es decir, Hornachuelos y Castro del Río, y Adamuz y Montoro), junto a algunas partes del sur del Valle del Guadiato y Los Pedroches (Cardeña, Obejo y Villaviciosa de Córdoba) y una serie de municipios aislados (Montilla, Puente Genil, Fuente Obejuna, etc.).

También hay que indicar que es muy diversa la situación de los distintos ámbitos de actividad del turismo rural. En algunos lugares, por ejemplo, la principal debilidad se produce en la oferta de alojamientos rurales, mientras que en otros la deficiencia que se manifiesta es en la oferta de actividades complementarias. No es fácil trasladar aquí de manera sintética la situación de cada territorio, ya que son grandes las diferencias entre unas y otras comarcas, pero también dentro ellas, y poco el espacio con que contamos en este capítulo. Esto significa que el turismo rural presenta una oferta muy concentrada en una serie de municipios, que no necesariamente son los que más oportunidades tienen, sino los que han sabido aprovechar el conjunto de elementos que actúan en su desarrollo. Algunas de las recomendaciones que se desprenden de este estudio son las siguientes:

- 1) ***Necesidad de introducir un enfoque territorial e integrado.*** Uno de los éxitos del proceso de desarrollo del turismo rural que experimentan las principales comarcas cordobesas estriba en un conocimiento amplio y de conjunto de la realidad del territorio. No se puede pretender la reproducción de las mismas experiencias de turismo rural en todos los territorios, como si fueran uno solo, teniendo en cuenta la heterogeneidad de nuestra provincia. Esto significa que es necesario realizar esfuerzos de investigación, inventariado de los recursos del territorio, y, sobre todo, ejercicios de comunicación con los actores que tengan una especial influencia en los procesos de desarrollo del turismo rural.
- 2) ***Necesidad de trabajar en cooperación y en red.*** En aquellas comarcas donde no existe un enfoque integrado del desarrollo del turismo rural, existen muchas probabilidades de que tales empeños fracasen. Dos posibles medidas que se advierten para minimizar los posibles fracasos es el trabajo en cooperación y en red, que se podrían materializar, a su vez, en las siguientes propuestas. En primer lugar, creando herramientas de interlocución que permitan intercambiar opiniones, expresar colectivamente inquietudes e intereses y alcanzar consensos. Instrumentos que pueden traducirse en la creación de asociaciones empresariales y profesionales, que permitan agrupar todos los esfuerzos que afectan a los colectivos relacionados con el turismo rural. En segundo lugar, a través del diseño de políticas participativas, en las que los agentes vinculados al turismo rural puedan intervenir en todo el proceso de diseño, aplicación y evaluación de las políticas afectadas.

- 3) ***Necesidad de garantizar un enfoque sostenible.*** La sostenibilidad radica en la capacidad de articular las actuaciones en materia de turismo rural garantizando un efecto demostrativo y multiplicador. Además, la sostenibilidad se alcanza cuando los proyectos planteados se materializan con el menor impacto posible para el medio ambiente y los recursos naturales. Esto conlleva un planteamiento del desarrollo de carácter equilibrado, empleando respetuosamente los recursos existentes en el territorio y garantizando una mejora cualitativa de las condiciones de vida de las poblaciones que residen en los pueblos y las zonas rurales.

En la práctica, estas ideas pueden materializarse a través de múltiples acciones. A saber:

- 1) ***Reorganizar eficazmente al sector del turismo rural.*** Esto implica coordinar todas las fuerzas que están trabajando en el desarrollo de esta actividad económica y social en la provincia, ya se traten de actores públicos o privados y de los distintos ámbitos (deportivos, culturales, medioambientales, hostelería y restauración, etc.). Para lograr dicha reestructuración se hace necesario, así mismo, tomar otra serie de medidas: a) ***Crear mesas participativas de turismo*** en el seno del Patronato Provincial, en el que tengan cabida todos estos actores. Dicho órgano podría tener una naturaleza exclusivamente consultiva, como por ejemplo una Mesa Provincial del Turismo. Además, podrían crearse una serie de Mesas Comarcales, con el fin de que en cada una de ellas pudiesen participar los actores que deseen contribuir a la gestión y planificación de esta actividad. b) ***Diseñar un plan provincial de turismo*** que tenga como fuente de inspiración el conjunto de intereses y preocupaciones expresadas por los distintos agentes involucrados en el desarrollo de esta actividad. Dicho Plan tendría que ofrecer, básicamente, un modelo de referencia de gestión y planificación para el turismo rural en la provincia de Córdoba, es decir, que sea un modelo para todas las comarcas y municipios cordobeses. c) ***Favorecer el asociacionismo profesional.*** Estimular el asociacionismo entre los profesionales y ramas de actividad del turismo rural, si se desea que éstos adquieran fuerza. En la provincia de Córdoba existen algunas experiencias, como por ejemplo ocurre con asociaciones de apicultores, artesanos, hosteleros, propietarios de alojamientos rurales, etc., pero lo cierto es que estas experiencias son aún demasiado aisladas.

- 2) **Garantizar un nuevo talante en la gestión del turismo.** Es necesario llevar a cabo una gestión del turismo provincial que agrupe los esfuerzos de todos los agentes y que se muestre flexible ante sus desiguales intereses. Esto podría lograrse de la siguiente forma: a) **Crear programas de acción en turismo en los que participen todos los agentes involucrados.** Estos Programas podrían gestionarse mediante la descentralización de la gestión en la Diputación Provincial, repartiendo las tareas entre ésta y las mancomunidades de municipios, de tal forma que todos los municipios y comarcas cordobeses se sientan igualmente representados e involucrados. Como es evidente, estos programas deberían estar financiados por todos los agentes que participan en su diseño y aplicación. b) **Definir productos turísticos conjuntos a escala municipal, comarcal y provincial.** Desde el punto de vista natural, la provincia de Córdoba cuenta con sierra, dehesa, campiña y vega, además de los respectivos espacios naturales protegidos que se dan en este tipo de medios. A su vez, en cada uno de estos medios, predominan un tipo de ecosistemas distintos, con aves, fauna y vegetación particulares. Desde el punto de vista cultural, en cada territorio ha habido tradicionalmente costumbres festivas, gastronómicas y artísticas también singulares, siendo muy distintas de unas comarcas a otras. También ocurre lo mismo desde el punto de vista arquitectónico, diferenciándose considerablemente las construcciones que hay en Pedroches y Sierra Morena, con las que predominan en la Campiña Sur y en la Subbética Cordobesa. Todos estos recursos pueden convertirse en productos turísticos especializados.
- 3) **Invertir en investigación y conocimiento.** Carecer hoy de las herramientas necesarias para conocer el estado de los recursos turísticos, evaluar las distintas acciones ejecutadas en este terreno y detectar oportunidades que ayuden a mejorar el nivel de desarrollo del sistema turístico, es algo inconcebible. Por esta razón, deben adoptarse medidas para zanjar este grave problema: a) **Crear un observatorio provincial del turismo,** con la finalidad de realizar estudios o inventarios de recursos turísticos por comarcas y municipios; detectar oportunidades de desarrollo del turismo rural, de acuerdo con las necesidades y los recursos existentes en cada territorio; y, por último, diseñar propuestas de actuación, de gestión y planificación, particulares a cada caso. b) **Garantizar los encuentros científicos, la multidisciplinariedad e**

incentivar el trabajo científico sobre el turismo, creando desde la Diputación Provincial convocatorias de becas para realizar tesis doctorales sobre aspectos relativos al turismo en la provincia, o bien firmando convenios de colaboración con centros de investigación científica o con consultoras especializadas. Igualmente, se puede favorecer la organización de congresos sobre turismo rural.

- 4) ***Dotar de nuevos sentidos y dimensiones a la promoción del turismo en la provincia de Córdoba***. A saber: a) ***Campañas promocionales***. Si no conocemos el patrimonio que tenemos, no podemos apreciarlo, y si no lo apreciamos, no podemos ponerlo en valor ni comercializarlo. Por eso, estas campañas deben dirigirse en una doble dirección: hacia dentro de la provincia, para que la gente conozca y valore el patrimonio que posee, y hacia fuera, para captar turistas potenciales. Habría que utilizar eslóganes como “Córdoba, mucho por conocer” y “Córdoba, tierra adentro”. b) ***Nuevos productos***. Por ejemplo, se podrían crear un mayor número de centros de interpretación de los que existen. En Córdoba existen muchas oportunidades: centros de interpretación de la cerámica, de la carne del membrillo, de Sierra Morena, del anís, del aceite de oliva, del vino, del carbón, etc., algunos de los cuales ya existen, y no exclusivamente de los espacios naturales protegidos. También hay que favorecer la cooperación interadministrativa, porque determinados productos, como los de “calidad certificada”, los de marca “parque natural”, las “denominaciones de origen”, etc., que se basan en el elemento distinción, deberían ponerse en valor como recursos turísticos.
- 5) ***Mejorar la dotación de recursos humanos en el sector turístico***. En la provincia de Córdoba resulta imprescindible dotar a las administraciones de un mayor número de recursos humanos para el desarrollo del sector. Existen pocas personas ejerciendo su actividad profesional en este ámbito y, además, hay aún poca capacitación. Sería imprescindible que en cada ayuntamiento existiese alguna persona encargada de desarrollar esta actividad, y que esto tuviera repercusión de manera directa en lo que respecta a una política congruente en las oficinas de turismo, que deben garantizarse en casi todos los municipios, y que deben ejercer una labor más amplia de la que hasta ahora desempeñaban en muchas de ellas. Por otro lado, debe garantizarse una mayor diversificación en los desempeños del personal que trabaja en este sector. Y, por

último, debe garantizarse en todo momento una buena cualificación de los profesionales.

- 6) ***Aumentar las partidas presupuestarias en los ayuntamientos, las mancomunidades y la Diputación provincial.*** Los ayuntamientos, al igual que las mancomunidades y la Diputación provincial, deben adquirir conciencia de la necesidad de invertir un mayor número de recursos en esta actividad, porque esto repercute de muchas maneras sobre el territorio, ya sea generando nuevos ingresos, ya sea abriendo oportunidades comerciales (a través de los productos locales) fuera de la provincia. Por tanto, hay que invertir en formación de los profesionales, en investigación y conocimiento, en procedimientos de calidad, en puesta en valor del patrimonio, y, por supuesto, también en promoción y marketing.
- 7) ***Garantizar la calidad en los recursos y los servicios de turismo rural.*** En efecto, la calidad es un aspecto transversal, implícito en cada una de las medidas que se adoptan en el desarrollo de cualquier actividad económica. La calidad se encuentra asociada a los procesos con los que se elaboran los productos artesanales, a los criterios como se construyen los alojamientos rurales, al nivel de cualificación de los profesionales del sector, a las garantías de seguridad y buen desarrollo de las actividades deportivas en los espacios naturales, etc. Por eso es importante garantizar que los profesionales dispongan de las titulaciones correspondientes, que los productos que ofrecen una determinada calidad y especificidad tengan un sello público que lo garantice, que los alojamientos rurales estén contruidos de acuerdo con una serie de exigencias que garanticen su calidad, etc.

En definitiva, este conjunto de propuestas no debe servir más que para tener una orientación de algunas de las debilidades percibidas en el desarrollo del turismo rural en la provincia de Córdoba, debilidades que, una vez detectadas, puedan ser corregidas con actuaciones pertinentes, aprovechando la gran potencialidad de este sector. Es nuestro interés que puedan servir de ayuda en el futuro, entre todos los agentes, públicos y privados, implicados en cualquier proyecto o programa relacionado con el turismo rural.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blanco, R. y Benayas, J. 1994. "El turismo como motor de desarrollo rural. Análisis de los proyectos de turismo subvencionados por el Leader I". *Revista de Estudios Agro-Sociales*, 3(169), 119-146.
- Bote, V. 1988. *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid: Editorial Popular.
- Fábregas, M. 2000. "El desarrollo rural en la Agenda 2000". En I. López, A. Gutiérrez y J.L. Gutiérrez (Coords.), *Actas del I Congreso Andaluz de Desarrollo Rural* (69-78). Priego de Córdoba: UPA.
- Fuentes, R. y García, J. M. 1996. *Situación actual y líneas estratégicas de desarrollo del turismo rural en la provincia de Málaga*. Málaga: Diputación Provincial de Málaga.
- Guzmán, M. y Pérez Yruela, M. 1994. "Desarrollo rural y protección del medio ambiente: el Parque Natural de las Sierras Subbéticas Cordobesas". *Revista de Estudios Agro-Sociales*, 3(169), 149-286.
- IESA. 2004. *Situación Actual y Líneas Estratégicas para el Desarrollo del Turismo Rural en la Provincia de Córdoba*. [Informe de Investigación (EC-0408)]. Córdoba: CSIC.
- Lanaspeze, J. B. 1993. *El turismo al servicio del desarrollo rural*. Cuadernos Leader. Bruselas: AEIDL.
- Manero, F. 1996. "Desarrollo rural y promoción integrada de la actividad turística". En Actas del Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo (15-28). Ávila: Junta de Castilla y León.
- Marchena, M. y Velasco, A.R. 1996. "Estrategias para el desarrollo ordenado del turismo en espacio rural: una visión desde el desarrollo regional". En *Actas del Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo* (165-174). Ávila: Junta de Castilla y León.
- Moscoso, D. 2003. *La montaña y el hombre en los albores del siglo XXI*. Cuarte (Huesca): Editorial Barrabes.
- Moyano, E. 1998. "La política agraria en el proceso de integración europea". *Revista de Fomento Social*, 53(209), 47-68.
- Ruiz, P. 1995. "Perspectivas y nuevas orientaciones del turismo rural". En Cruz, J. y Ramos, E. (coords.), *Hacia un nuevo sistema rural* (495-515). Madrid: MAPA.
- Sendra, P. 2000. "Desarrollo Rural y Desarrollo Sostenible". En I. López, A. Gutiérrez y J.L. Gutiérrez (Coords.), *Actas del I Congreso Andaluz de Desarrollo Rural* (85-96). Priego de Córdoba: UPA.