

Marta Nieves Herrero

El turismo como factor
estratégico de desarrollo.
Productos turísticos
principales.

En los últimos años es cada vez mayor la cantidad de tiempo de la que disponemos que no es necesario dedicar al trabajo. Si comparamos una jornada laboral de principios de siglo, cuarenta y ocho horas, con la actual de cuarenta horas, vemos que se ha producido una disminución importante, de hecho, ya se empieza a hablar de un fin de semana de tres días. A lo anterior, se suman aspectos como la flexibilidad de horarios, el trabajo a distancia, el aumento de los días de vacaciones, el adelanto de la jubilación, el incremento de la esperanza de vida, el paro, etc. Esta cantidad, cada vez mejor, de tiempo no ocupado genera que sea necesario llenar estas horas. En este marco de gran disponibilidad de tiempo no ocupado, el ocio cobra una especial relevancia siendo hoy en día el turismo una de las formas de ocio más importantes. Son muchas las personas que practican esta actividad. Su importancia viene dada por diversas causas que analizaremos a continuación:

En el contexto socioeconómico en el que nos encontramos es frecuente escuchar, a través de los medios de comunicación, la importancia que juega el turismo en nuestra economía: equilibra la balanza de pagos, genera empleo, ayuda a sufragar numerosas expresiones culturales, etc. Esta relevancia de tipo económico ha provocado que, en muchas ocasiones, se le haya confundido con una especie de panacea capaz de dar solución a los diferentes problemas financieros de un país. El turismo es también importante por los numerosos efectos colaterales que conlleva su desarrollo, como es el impulso medioambiental.

Por otro lado, el turismo conforma en la actualidad una de las más importantes y complejas formas de comportamiento de nuestro tiempo. Sus implicaciones abarcan cualquier aspecto, lo social, lo económico, lo ambiental, lo político, lo cultural, etc. El turismo se convierte en muchas ocasiones en motivo de ahorro durante un año, y en disfrute de su recuerdo una vez concluido. Además, tiene un gran efecto de arrastre de otras actividades y constituye un elemento importante en las políticas de ordenación del territorio. El turismo es muy sensible a las estaciones, a la moda (como comentaremos posteriormente), al momento económico, y a los acontecimientos políticos (seguridad, inestabilidad monetaria, etc.).

Las tendencias en la evolución de los gustos y los modos de vida de los europeos han acrecentado el interés por las “nuevas formas” de turismo: Turismo rural, cultural, de aventura, de salud o especial para determinados colectivos, etc.

En estos últimos años se ha observado un cambio de mentalidad en los turistas, el retroceso de las tradicionales modalidades que comentaremos como el turismo de sol y playa ha sido paralelo a la búsqueda de fórmulas nuevas en las que lo exótico y lo diferente se aúnan con la búsqueda de la naturaleza, de los recursos histórico-patrimoniales y los valores culturales tradicionales. Es así, como ciertos espacios interiores españoles, y más concretamente de la comunidad autónoma de Extremadura, claramente olvidados en su vertiente turística han adquirido una importancia inusitada, convirtiéndose en territorios con una oferta potencial de primer orden con el añadido de ser relativamente asequibles. Las nuevas formas de turismo que analizaremos posteriormente de forma resumida se han convertido además, en fuente de empleo y de riqueza en muchos lugares de nuestra geografía. En lo que respecta, por ejemplo, al turismo rural, su oferta se estructura en torno al alojamiento, restauración y actividades complementarias. Los beneficios que reporta van dirigidos no sólo a los propietarios de las casas rurales sino también a los guías turísticos, a los que se dedican a actividades de artesanía etc.,.

Pero esta generación de empleo en las nuevas formas de turismo requiere una cualificación profesional y una formación que a veces es casi inapreciable, y que es sin duda alguna un aspecto importante a considerar. De este modo, es necesario para el desempeño de esta pujante actividad, la actuación en campos como la formación con el desarrollo de cursos en temas relacionados con la gestión de empresas, atención al cliente, gestión, organización y planificación, sin olvidar las nuevas tecnologías de la información que generarán importantes cambios en las profesiones de este sector, creando instrumentos de comercialización innovadores etc.,.

En este primer contacto con el sector turístico, hemos visto la importancia que tiene el turismo en la actualidad desde el punto de vista socio-económico, pero también no debemos olvidar que el turismo no puede ser entendido como el elemento único para el desarrollo de un espacio y en sociedad que en él habita sino una pieza más, sin duda de gran importancia, que ha de sumarse a una acción integrada con otros sectores.

Hemos comentado anteriormente el cambio de mentalidad experimentado en los últimos años. Al tradicional turismo de sol y playa, motor de la economía de muchas zonas litorales, se está uniendo el turismo del espacio urbano, es decir, la cada vez mayor aceptación por las ciudades pequeñas y medianas, las villas y los pueblos con interés monumental e histórico, que bien por sí solas o formando parte de itinerarios culturales, están surgiendo como lugares de interés del denominado turismo cultural y el

turismo de espacio interior, es decir, la cada mayor aceptación por enclaves de singularidad natural, biológica o geológica, que cada vez son más demandados por los habitantes de las grandes ciudades, y es lo que denominan turismo en áreas protegidas, turismo de la naturaleza, ecoturismo o turismo verde, sin olvidarnos del turismo rural y el turismo de montaña y nieve.

Como visión global y resumida de los diferentes productos turísticos locales diremos que el **turismo de litoral**, a pesar de la pérdida de importancia relativa en los últimos años en relación con otras motivaciones en auge, el sol y la playa alcanzan algo más del 30% de los desplazamientos vacacionales. Para seguir posicionando este turismo de litoral es preciso insistir en la diversidad de productos como es el caso del turismo deportivo y entre cuyos segmentos se encuentran el golf y la práctica de actividades náuticas, es decir, modalidades que se desarrollan en los espacios litorales, desde una nueva forma de aprovechamiento del clima y del mar. Otro aspecto a considerar es aprovechar el Patrimonio natural y cultural de las zonas interiores próximas al litoral como espacio complementario.

El **turismo de montaña y nieve** continúa ganando adeptos según valoraciones de empresas turísticas de este destino.

La mejora evidente de las comunicaciones viarias, las inversiones en las estaciones de esquí y la indiscutible y afortunada mentalización de naturaleza del público esquiador, son entre otros, los hechos que han propiciado un aumento de la práctica no solamente del esquí, sino de la totalidad de los deportes que se practican en la montaña, tanto en invierno como en verano. Los recursos, los productos y las ofertas comerciales de estas zonas de montaña encajan con las nuevas tendencias orientadas a la naturaleza, y a valorar las tradiciones socio-culturales. Dentro de este segmento turístico uno de los fenómenos más interesantes es el intento por desestacionalizar la temporada de invierno de las grandes estaciones de esquí y de montaña, actividades alternativas al esquí que tienen como protagonista la montaña al aire libre.

El **turismo de naturaleza, ecoturismo o turismo verde** es uno de los considerados hoy en día como “nuevo producto turístico”, en ocasiones se está asociando o asimilando de forma errónea a experiencias de agroturismo, turismo deportivo y de aventura (parapente, barranquismo, descenso de ríos, etc.). España es considerada como uno de los países que mayor oferta puede ofrecer, destacar los numerosos espacios naturales que ofertan una gran riqueza y biodiversidad y en gran número de casos un estado de naturalidad importante. Cada vez es más el interés que

despierta en los jóvenes los aspectos medioambientales, factor que hace que la demanda de este tipo de turismo esté aumentando considerablemente y es previsible que haya más en los próximos años.

El **turismo rural** en España es un fenómeno que se ha desarrollado intensamente en los últimos años. Ha dotado de utilidad económica y social a muchas áreas rurales y ha repercutido en la creación de empleo, tanto directo como indirecto. Este desarrollo se ha visto fomentado por las ayudas procedentes de los Fondos Estructurales de la Unión Europea que ha financiado la puesta en marcha de muchas de las iniciativas de turismo rural, a través de los programas Proder y Leader.

Cada vez son más los turistas que visitan zonas rurales con la finalidad de conocer la idiosincrasia de sus pueblos, es decir, el turismo persigue descubrir unas características de “ruralidad” tales como la naturaleza, la arquitectura tradicional, gastronomía típica, las tradiciones, el folklore, costumbres populares, el medio físico y las formas de vida tradicionales.

Actualmente, la etapa de crecimiento en la que se encuentra y las enormes expectativas que ha despertado explica las características como el continuo crecimiento de la oferta, su mayor distribución geográfica o la diversificación de la tipología de los alojamientos (casas rurales, hospederías, hoteles rurales, etc.), sin olvidar la cada vez mayor presencia y fuerza de los empresarios de turismo rural y de estructuras que hasta el momento lo representan como son las agencias de desarrollo y los grupos de acción local.

El **turismo cultural**. Son muchas las ciudades dotadas de un valiosísimo patrimonio cultural y un importante recurso turístico. El futuro desarrollo de estas ciudades (Toledo, Cáceres, Salamanca, etc.) se encuentra estrechamente asociado al turismo y más concretamente al turismo cultural. La rentabilización del patrimonio cultural ofrece oportunidades nuevas y las administraciones tienen que comprometerse y formular estrategias sostenibles, es decir, utilizar el producto como factor de ocio activo y patrimonio que debe ser transmitido a las generaciones futuras.

En los últimos años el patrimonio ha dejado de ser una suma inconexa de elementos aislados para adquirir fuerza a través de los conjuntos (ciudades patrimoniales, conjuntos históricos).

Otros aspectos a considerar dentro de este segmento turístico es el paulatino incremento de la carga turística, especialmente de visitantes de un día o de unas horas, es debilitamiento del centro histórico como espacio residencial. Estos aspectos plantean

la necesidad en todo momento de buscar estrategias orientadas al logro de nuevos equilibrios funcionales que ayuden a preservar el patrimonio urbanístico y a garantizar una elevada calidad de vida.

Cada vez es mayor el apoyo de los Ayuntamientos, Diputaciones, Administración Central y de la Unión Europea a través de acciones encaminadas a la promoción de la actividad turística (formación, asesoramiento y promoción, desarrollo de acciones específicas, etc.) así como acciones y programas de la Unión Europea como son los programas Leader (desarrollo rural) o Interreg (desarrollo y cooperación transfronteriza).

A lo largo de la presente comunicación he querido plasmar la importancia del turismo no sólo en lo estrictamente social y económico sino también en el terreno de lo mental. El contacto con colectivos y formas de pensar y sentir diferentes no sólo permitirá valorar en mayor medida los propios recursos existentes sino permitirá el contacto y contraste con otras formas de pensar. Y por tanto, el enriquecimiento de conjunto de la sociedad. También he mostrado los principales productos turísticos locales, dando una evolución y perspectiva global de cada uno de ellos, cobrando cada vez mayor fuerza y protagonismo el turismo de interior, siendo el motivo por el que, de forma progresiva, ciudad y pueblos se familiaricen con el turismo, entrando a formar parte esta actividad del desarrollo endógeno de las economías locales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Fuentes García, Rafael (1995) *El turismo rural en España, especial referencia al análisis de la demanda*. Ministerio de Comercio y Turismo.

- *Estudio de prospección de necesidades formativas en los nuevos yacimientos de empleo en los sectores del Comercio, Hostelería y Turismo de la Comunidad de Madrid.* (2000). Comisiones Obreras.
- AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo). (1997). *La actividad turística española.*
- Alvarado Corrales, Eduardo. (1995). *El turismo en Cáceres.* Cámara Oficial del Comercio e Industria de Cáceres.
- Esteban Moratilla, Fernando. *La ordenación del territorio y el desarrollo local.* Conferencia. II Simposio Internacional sobre Planificación y Desarrollo Sostenible.
- San Martín García, Jesús María (1997). *Psicosociología del ocio y del turismo.* Ediciones Aljibe.