

EL TURISMO DE CARA AL EURO

Por Bárbara Del Río-Hortega Macón; Mónica Cepeda Domínguez

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO EN ESPAÑA Y EN EUROPA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

El Turismo se ha convertido en un factor determinante del crecimiento económico y del desarrollo social de carácter internacional.

Europa constituye la principal zona de origen y de destino de turistas del mundo entero, con un crecimiento continuo en toda la historia del moderno turismo de masas. El futuro del turismo en España se inscribe en el contexto de la Unión Europea, donde conviven habitantes de diferentes países que se agrupan en emisores y receptores. España, como país característico del grupo de receptores, posee un mercado determinado por el comportamiento de los turistas nacionales y comunitarios que no difiere en sus rasgos principales.

EL TURISMO EN LA UNIÓN EUROPEA

La U.E. está integrada por las principales zonas emisoras y receptoras del turismo mundial, que hacia finales de nuestro siglo muestra un crecimiento constante de un 4% interanual gracias a:

- La tendencia de los consumidores más y mejor informados a exigir altos niveles de calidad.
- Los cambios de la composición demográfica de la sociedad, con un progresivo envejecimiento de la población, que conlleva un incremento en actividades de ocio.
- Los avances tecnológicos en materia de transporte y comunicaciones que dan mayores facilidades de viajar.
- La liberalización de los mercados, principalmente en el transporte aéreo, que aumenta la competencia entre las empresas y hace bajar los precios, facilitando la venta de los productos turísticos a consumidores muy alejados geográficamente.
- La conciencia social sobre el respeto a las condiciones medio ambientales. Los países emisores de turismo son los de Europa del Norte y Oeste, países fuertemente industrializados que acuden al mercado turístico como consumidores y usuarios. Mientras tanto, los países de la Europa Mediterránea son los receptores de turismo, que ofrecen sol y atractivas playas.

Como podemos observar en el Gráfico 1.1, del conjunto total de turistas de la U.E., aproximadamente un 75% se concentran en 5 destinos: España, Francia, Italia, Grecia y Reino Unido. En conjunto, cerca de 170.000.000 de turistas en 1995.

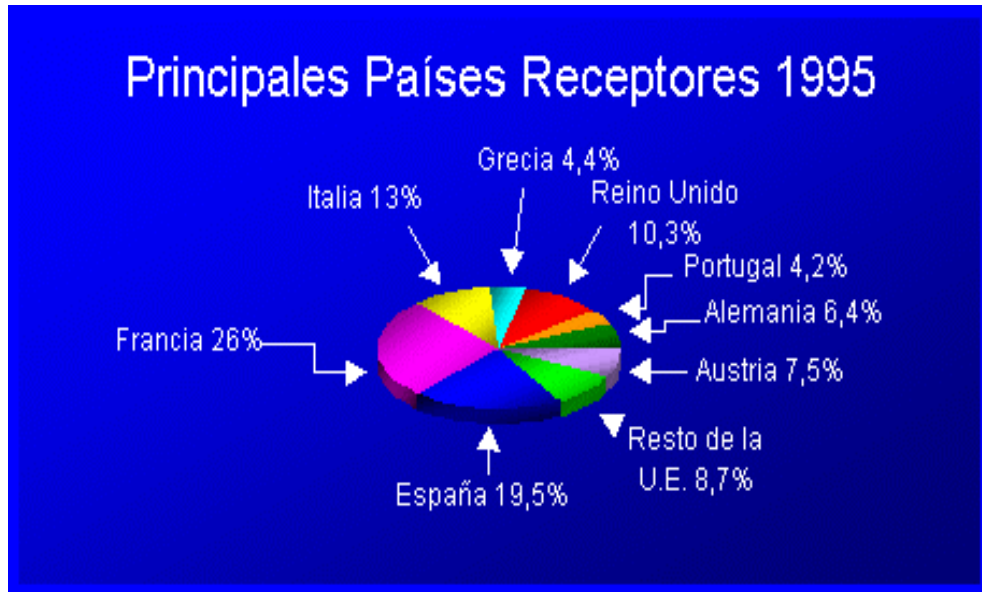


Gráfico 1.1

El comportamiento del turismo internacional en España y en el resto de los países receptores de la U.E. es básicamente el mismo. Sin embargo existen diferencias en la forma de viajar.

La principal diferencia estriba en la tasa de salida al exterior. Los viajes de los turistas españoles tienen como destino otros países en un 10% de las ocasiones, frente al 50% que presentan países como Alemania, Bélgica, etc.

En España, en general, predominan los viajes por ocio, siendo la visita a familiares y amigos el segundo motivo, mientras que en la U.E. son significativos los viajes por negocios, naturaleza, cultura y deportes.

Los europeos prefieren el alojamiento en establecimientos hoteleros, mientras que el turismo interno español prefiere casas particulares de amigos o familiares. También existen diferencias con respecto al transporte, pues si bien en la U.E. predomina el uso del avión, en España el medio principal es el automóvil particular para sus desplazamientos turísticos.

La organización y la planificación es otra de las grandes diferencias entre el turismo europeo y el español. Los españoles preferimos organizar nuestro viaje por nuestra cuenta, mientras que los europeos acuden más a mayoristas de viajes para realizar viajes organizados. Esto explica la inexistencia de un Touroperador español, pues el negocio turístico se concentra sobretudo en los minoristas de viajes.

La duración de los viajes es superior en el caso de los turistas europeos (13 noches de media).

También en cuanto a valoración turística se refiere nos diferenciamos de los europeos en que no apreciamos tanto como ellos los factores medio ambientales, la atención recibida y la relación calidad-precio y si nos fijamos más en el tipo de alojamiento. Esto queda resumido en parte en el siguiente cuadro comparativo:

<i>Aspecto</i>	<i>Turistas de la U.E.</i>	<i>Turistas españoles</i>
<i>Motivación del viaje</i>	Ocio y Vacaciones Motivos Profesionales	Ocio y Vacaciones Visitas a familiar es y amigos
<i>Alojamiento</i>	Hoteles Apartamentos	Casas de familiares y amigos Hoteles
<i>Transporte</i>	Avión	Coche particular
<i>Organización</i>	Por cuenta propia (50%) Agencia de Viajes (40%)	Por cuenta propia (85%) Agencia de viajes (10%)
<i>Planificación</i>	Anticipada	Sin anticipar
<i>Grupo de viaje</i>	Familia y pareja - amigos	Familia y pareja - amigos
<i>Estancia media</i>	13 noches	12 noches
<i>Satisfacción</i>	Alojamiento	Alojamiento
<i>Insatisfacción</i>	Condiciones medioambientales	Afluencia de turistas

LA UNIÓN MONETARIA EUROPEA (U.M.E.)

La idea de crear una unidad europea no es nueva. A lo largo de la Historia diversos pueblos y regiones han intentado hacer de Europa una única entidad política. Algunos intelectuales como Kant, Dubois y Ortega y Gasset plantearon la idea, pero sus propuestas no tuvieron éxito.

La meta de la C.E.E era la integración de las economías de los países miembros en un mercado común y un único sistema económico y monetario con el fin de garantizar la paz y la prosperidad de los pueblos europeos.

España se incorporó a este proyecto en 1986. El proceso de negociación condujo a la firma de un documento de adhesión que en términos generales no era demasiado propicio para nuestros intereses.

En resumen, la Unión Monetaria Europea (U.M.E.) supone la utilización de una moneda única, el EURO, la creación de un Banco Central Europeo y establecer una política monetaria común.

Esto supone un gran reto para la Unión Europea y representa objetivos que de alguna forma se traducen en ventajas respecto a la situación actual, pues la existencia de un Banco Central Europeo, una única moneda de cambio y una política centralizada asegura, como mínimo, la cooperación económica frente a la libre circulación de capitales.

EL TRATADO DE MAASTRICH

El Tratado de Maastrich se firmó en 1992, estableciendo en su día los criterios de convergencia que deberán cumplir los países aspirantes a la U.M.E. para formar parte de la misma.

Esos criterios son los siguientes:

1. La Estabilidad de los Precios. La *tasa de inflación* durante el último año de examen (julio 1997 - julio 1998) no podrá exceder en 1.5 puntos el promedio de la tasa de los tres países con inflación más baja.
2. Las Finanzas públicas saneadas: El *déficit público* no deberá exceder del 3% del P.I.B. y la *deuda pública* no deberá exceder del 60% del P.I.B.
3. La Estabilidad Cambiaria: El *tipo de cambio* deberá permanecer sin tensiones dentro de los márgenes impuestos por el Sistema Monetario Europeo, por lo menos durante los 2 años anteriores al examen.

ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE LA INTEGRACIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO

Como hemos comentado antes, para España no supuso un hecho especialmente propicio el entrar en la C.E.E., económicamente hablando, pues la exportación ha sufrido consecuencias negativas tras esta integración.

Sin embargo, para el sector turístico no supuso un motivo de especial preocupación, pues esa especial relación con Europa ya existía desde décadas anteriores. Ahora bien, ello no quiere decir que no existan puntos negativos para el Turismo en la integración.

Antes de plantear los aspectos positivos y negativos de la integración para el sector turístico, hay que especificar algunos puntos de partida.

Sabemos que el proceso de integración está lleno de dudas e incertidumbres que influyen negativamente a corto plazo.

Las opiniones de los expertos económicos divergen con frecuencia entre lo positivo o no del hecho integrador, tanto en fines como en medios, añadiendo incertidumbre al proceso.

Aún así sabemos que el efecto global será con toda probabilidad bueno a medio y largo plazo, a pesar de la dificultad de adaptación.

Como ventajas en sí, cabe indicar que la moneda única va a reducir los costes de transacción, a pesar de que a sectores con rendimientos en los cambios de moneda perjudique este hecho (bancos, oficinas de cambio, etc.).

Por otro lado sabemos que se reducirá la incertidumbre sobre los precios de los bienes y servicios gracias a la transparencia y a la ausencia de aranceles comerciales. La integración puede ser favorable en economías como la española en las que la bajada de tipos de interés afecta positivamente al nivel de actividad económica.

Como desventajas podemos destacar que los países que queden fuera del proceso de integración tenderán a depreciar su moneda y, por tanto, afectarán a nuestro Turismo, sobretodo si países emisores de turistas como el Reino Unido, debido a su debilidad monetaria, deciden buscar otros destinos turísticos más asequibles que el nuestro, como el griego, que debido a su casi asegurada no inclusión en el Euro verá muy depreciada su moneda.

Las soluciones a esta situación no son sencillas. El Turismo ha gozado de unos resultados en los últimos años que se han situado por encima de la media del conjunto económico, aunque también es cierto que para el Turismo las fluctuaciones cíclicas han sido superiores al ciclo económico en general.

Debido a que casi con toda seguridad perderemos el status de turismo competitivo a nivel de precios, el reto para mejorar nuestra competitividad se ha de centrar en la mejora de la calidad de servicio prestado, en ofrecer más y mejores prestaciones en dicho servicio y, sobretodo, desarrollar nuevos segmentos de demanda existentes en el mercado mediante el uso de nuevas tecnologías.

ALTERNATIVAS AL TURISMO ACTUAL: EL TURISMO RURAL IMPACTO Y EFECTOS DEL TURISMO EN NUESTRA SOCIEDAD

El impacto del Turismo en nuestra sociedad se ha visto repercutido en varios campos desde el económico al ecológico.

Estas repercusiones pueden ser positivas y negativas al mismo tiempo, dependiendo de la planificación y el control de las Administraciones Públicas.

Los efectos que tiene la actividad turística podemos agruparlos en los siguientes:

EFECTOS SOBRE EL MEDIO FÍSICO

Una buena parte de la oferta turística descansa sobre los activos del medio físico. Desde el masivo Turismo de Sol y Playa, hasta el denominado Turismo Rural o de la naturaleza, en el que más adelante profundizaremos, tienen como atractivo los lugares abiertos de gran riqueza paisajística (montañas, playas, etc.) con fines recreativos. La masiva demanda por parte del Turismo puede acabar con los propios atractivos naturales, llegando a la "desnaturalización" del ámbito.

Por otra parte, el acondicionamiento turístico puede dar lugar a la recuperación de zonas naturales inhabitables de escaso valor ecológico y obtener así un mayor espacio humanizado y más rentable económicamente.

-Efectos sobre las áreas de montaña: El desarrollo del Turismo invernal y la creación de estaciones invernales de esquí ha sido una forma de fuerte impacto sobre el ecosistema de las zonas montañosas (tala de árboles, cambio de paisaje, alteración de la fauna, contaminación por residuos) para crear la infraestructura correspondiente (pistas, telesillas, hoteles, etc.).

-Efectos sobre los asentamientos urbanos que, debido a la movilidad de la población activa de zonas urbanas turísticas, se han visto obligados a mejorar sus infraestructuras y comunicaciones.

-Efectos sobre el litoral: La afluencia turística en los litorales produce efectos sobre el territorio y medio ambiente costeros en cuanto a contaminación de playas y agua de mar se refiere, que pueden dar lugar a infecciones epidérmicas. También se han producido fuertes cambios en el paisaje con un aumento desmesurado y poco armónico de edificaciones mastodónticas, como por ejemplo en el litoral mediterráneo español (Marbella, Benidorm, Platja d'Aro, Lloret de Mar, etc.), así como con la construcción de diques costeros para los puertos deportivos, que conlleva no sólo a un cambio en el ecosistema del lugar, sino también una progresiva privatización del litoral.

EFFECTOS ECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La actividad turística hace cambiar los sistemas productivos de las zonas con posibilidades turísticas que anteriormente se dedicaron a otras actividades.

Un ejemplo claro de ello sería el de las poblaciones rurales o costeras dedicadas al sector primario (agricultura o pesca) que se han pasado recientemente al terciario por sus recursos ecológicos o climáticos.

Todos estos efectos tienen ciertas repercusiones o impactos en nuestra sociedad.

Son los siguientes:

IMPACTO SOBRE EL URBANISMO

El impacto sobre el urbanismo viene motivado por:

1. Problemas de tráfico, saturación de las vías de comunicación.
2. Congestión de los núcleos de viviendas en cuanto a segundas residencias y alojamientos turísticos.
3. Ruptura de la armonía del paisaje urbano debido a construcciones desmesuradas o transformación de los núcleos urbanos por falta de ordenación municipal.
4. Daños y alteración permanente del patrimonio cultural (monumentos, museos, obras artísticas, etc.).
5. Desplazamiento o movilidad demográfica, con las repercusiones que conlleva desde el punto de vista urbanístico.

La concentración de la población flotante (turistas) en unas determinadas épocas del año, así como la movilidad del factor humano del empleo (trabajadores), que se desplazan de una zona a otra en busca del atractivo turístico unos y de trabajo en el sector otros, provocan problemas de cambios de densidad demográfica y creación de nuevas viviendas y alojamientos hoteleros, provisionales o estables, que hacen muy difícil una planificación urbanística seria.

IMPACTO SOBRE LA ARQUITECTURA TURÍSTICA

Los edificios turísticos, en muchos casos, no guardan la funcionalidad y comodidad óptima para prestar los servicios turísticos, destrozando el entorno y rompiendo el paisaje en el que está asentado.

Surge por ello la idea de crear construcciones que no rompan o deterioren el paisaje urbano, estableciendo las correspondientes normas para evitar estas agresiones y proporcionar unos mínimos de calidad exigibles a cualquier establecimiento turístico.

IMPACTO SOBRE LA NATURALEZA Y EL MEDIO AMBIENTE

Al igual que la industria, especialmente aquella que pueda degradar el medio ambiente, los efectos ocasionados por la actividad turística sobre el territorio y el medio ambiente también han creado su propia controversia.

Los procesos de aculturación o de penetración de la cultura urbana en el mundo rural, tienen consecuencias no siempre beneficiosas para las propias áreas turísticas. Pero también es cierto que en plena etapa postindustrial, muchas de nuestras regiones deprimidas tienen en las actividades de ocio tal vez su último recurso de salvación, sobretodo en zonas rurales.

En resumen se podría decir que el Turismo es un insaciable devorador de espacio rural, pero en determinadas ocasiones ese Turismo es su única garantía de supervivencia.

Especificando este impacto del Turismo sobre el medio ambiente, lo podemos concretar en los siguientes aspectos:

1. Daños o permanente alteración del medio ambiente físico, por residuos urbanos u otros, como agresiones al medio natural, tanto a la flora como a la fauna.
2. Contaminación atmosférica.
3. Vertidos residuales al agua del mar, a los ríos, etc.
4. Contaminación de espacios naturales catalogados como zonas verdes: montañas, bosques, parques nacionales, etc.

Al observar el estado de conservación de zonas de costa fuertemente urbanizadas (Platja d'Aro, Marbella, Benidorm, etc.), el desarrollo turístico va generalmente acompañado de una degradación ecológica.

Pero esto no siempre tiene que ser así...

Existen tipos de turismo que no necesariamente tienden a una destrucción del entorno.

UNA ALTERNATIVA AL TURISMO DE MASAS: EL TURISMO RURAL

Dentro de la amplia oferta turística, nos encontramos con un nuevo concepto de Turismo que nada tiene que ver con el logotipo de "Sol y Playa" o por lo menos va enfocada hacia un Turismo más rural y ecológico.

Entendemos por Turismo Rural o Ecológico, al conjunto de actividades que se desarrollan en contacto con la naturaleza, como la vida en el campo o en pequeñas poblaciones rurales.

Las actividades realizadas son meramente agrícolas, junto con la inquietud del visitante de conocer la vida cultural de la población rural, haciendo excursiones a pie para conocer los paisajes naturales, la flora y fauna del lugar, etc., aunque también pueden consistir en deportes al aire libre.

El alojamiento se desarrolla en casas de campo acondicionadas para el uso público junto con la manutención y otros servicios turísticos.

Este tipo de Turismo se empezó a desarrollar en los años cincuenta en algunos países de la Europa Central (Francia, Alemania, Suiza, etc.), extendiéndose después a otros países, como España.

El país que más ha desarrollado esta práctica turística ha sido Francia. Lo veremos como ejemplo.

El éxito de esta oferta turística allí nace de dos realidades:

Por una parte, el campesino pierde paulatinamente su nivel de renta y su población decrece, no siendo superior en Francia al 7% de la población. Esto significa que en los próximos años quedarán sin uso agrícola del orden de 4 a 7 millones de hectáreas, que pueden tener un nuevo uso: El Turismo. (Ver Gráfico 2.1)

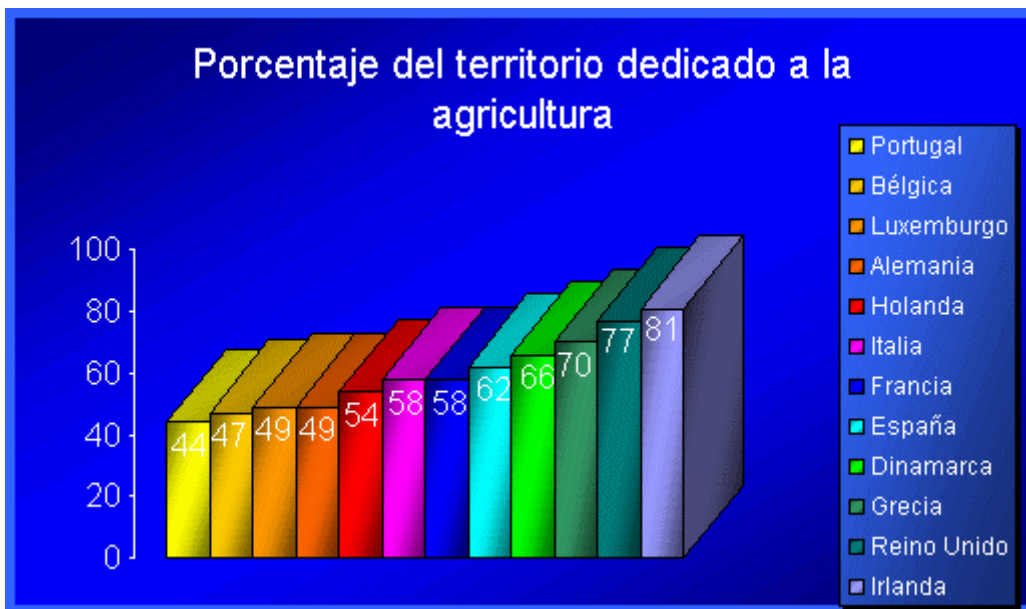


Gráfico 2.1

Por otra, el número de turistas que en la actualidad se calcula en unos 300 millones de personas en todo el mundo, se duplicará en los próximos años y Francia quiere seguir

manteniendo al menos una cuota del 15% de ese mercado. Una parte de ese flujo turístico pasará sus vacaciones en el espacio rural francés.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL TURISMO RURAL

1. Compatibilizar en el modelo de desarrollo la conservación del territorio y de los ecosistemas y su explotación turística.
2. Proponer actividades complementarias en contacto con la naturaleza y al aire libre, pues la demanda en este sector está formada por personas amantes de un turismo activo, tanto deportivo como cultural. Por ello se formarán actividades de animación sociocultural que darán lugar a un fructífero lazo de diálogo entre la población local y el visitante.
3. Se pretende que constituya una inyección monetaria a las frágiles economías rurales.
4. Anteponer la calidad del producto a la cantidad. No implica que resulte un Turismo caro sólo para selectas minorías, pero sí parte de la idea de que la clientela, por su nivel social medio-alto ha de realzar un gasto equiparado a su nivel económico.
5. Organizar y gestionar, desde la propia población local, los beneficios del propio turismo, buscando un desarrollo autónomo y no dependiente del mercado turístico exterior.

Explotar y dirigir su propio destino implica una mayor corresponsabilidad de todos los integrantes del mercado turístico rural de la zona, impidiendo casos como el que se da en las estaciones invernales de esquí, que han sido adquiridas por empresas ajenas al sector turístico y que, por tanto, valoran menos los objetivos comunes a seguir.

6. Tener un turismo prioritariamente planificado, debido a la fragilidad del medio ecológico y humano, para evitar que los beneficios económicos supongan altos costes humanos y medioambientales (erosión del suelo, polución atmosférica, adulteración de las tradiciones locales, etc.).

Es prioritario, además, el reequipamiento de arquitecturas antiguas tradicionales de la comarca antes que construir nuevas instalaciones. Si éste último fuese realmente necesario, se llevará a cabo adaptando los materiales, colores y formas a las tradicionalmente usadas en la comarca, sin por ello dejar de ser funcionales.

GESTIÓN, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTEGRADA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS RURALES

Es prácticamente imposible que cada una de las pequeñas empresas y actividades del Turismo Rural de una comarca haga su gestión, promoción y comercialización por separado, debido a su nula rentabilidad.

Es pues que se hace necesaria la creación de una Central de Reservas, que sirve para proporcionar información al turista y ejecutar la comercialización, ya sea directamente al cliente o a través de agencias de viajes.

La Central de Reservas se encarga de la definición de los productos turísticos a vender, recomendando precios y potenciando las relaciones públicas dirigidas a una parte del mercado turístico que se caracteriza por:

- Una capacidad adquisitiva media-alta.
- Un nivel cultural medio-alto.
- Turista activo y aloctrico (buscador de nuevas aventuras).
- Edad entre 25-28 años.
- Independiente económicamente.

ACCIÓN DE LAS DISTINTAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN EL TURISMO RURAL

El desarrollo del Turismo Rural en España lo han llevado a cabo las propias Comunidades Autónomas, a partir del momento que adquirieron plenas competencias en sus Estatutos en el ámbito turístico, pero con una enorme descoordinación institucional y sin un proyecto global de Estado.

Como consecuencia de este desorden, se han creado recientemente unas normativas legales desarrolladas por las distintas Comunidades.

En un breve resumen, describimos a continuación el contenido y fundamento de las mismas, en el ámbito balear:

NORMATIVA LEGAL SOBRE EL TURISMO RURAL EN BALEARES

Decreto 30/1991 de 4 de abril, por el que se regula la actividad del Agroturismo o Turismo Rural en la Islas Baleares.

-Artículo 1º. El objeto de este Decreto es la regulación administrativa de los servicios turísticos prestados en el medio rural, que en el ámbito de las Islas Baleares se estructura en base a dos modalidades:

- a) El Agroturismo.
- b) El Turismo Rural.

-Artículo 3º. En lo referente al alojamiento turístico, sólo podrán prestar servicios de alojamiento:

1. Las viviendas que existen con una tipología tradicional y ubicadas en el medio rural.

2. Las viviendas ubicadas fuera de los núcleos urbanos y en suelos calificados de no urbanizables.

En ellas deberá existir una producción ganadera y/o agraria dentro de los servicios turísticos, en cuyas instalaciones deberán haber unas mínimas condiciones de habitabilidad. La parte de la vivienda destinada al alojamiento tendrá como máximo 6 habitaciones, disponiendo de un baño con agua caliente por cada 3 habitaciones.

-Artículo 4º. Como servicios complementarios al alojamiento existirá como mínimo el desayuno.

-Artículo 5º. Las instalaciones estarán adecuadas a la normativa turística en materia de sanidad, seguridad e higiene.

-Artículo 6º. La actividad turística rural se registrará por las normativas en materia de hoteles.

-Artículo 7º. Será posible realizar actividades turísticas de restauración y otras incluidas en el catálogo de actividades turísticas.

-Artículo 8º. La Conselleria de Turismo establecerá las condiciones necesarias para ser incluido en el Registro de Establecimientos de Agroturismo y Turismo Rural, en consonancia con la Conselleria de Agricultura y Pesca.

-Artículo 9º. Se establecerá un régimen de ayudas para las empresas del sector a las que se podrán adscribir, acudiendo a cualquiera de ambas Consellerias.

-Artículo 10º. Únicamente podrán comercializarse el número de plazas inscritas en el Registro.

TURISMO RURAL EN LA UNIÓN EUROPEA

Existe una gran diversidad de modelos de Turismo Rural en la U.E., debido a las distintas políticas turísticas de los Estados miembros. Pero también es debido a la gran diversidad humana y geográfica de los Estados europeos, como se puede apreciar en los Gráficos 2.1 (supra), 2.2 y 2.3.



Gráfico 2.2

Es importante conocer la relación entre el porcentaje del territorio dedicado a la agricultura (Gráfico 2.1) y el porcentaje de población activa dedicado a ella (Gráfico 2.3), que no siempre coincide con un nivel de desarrollo del Turismo Rural alto.

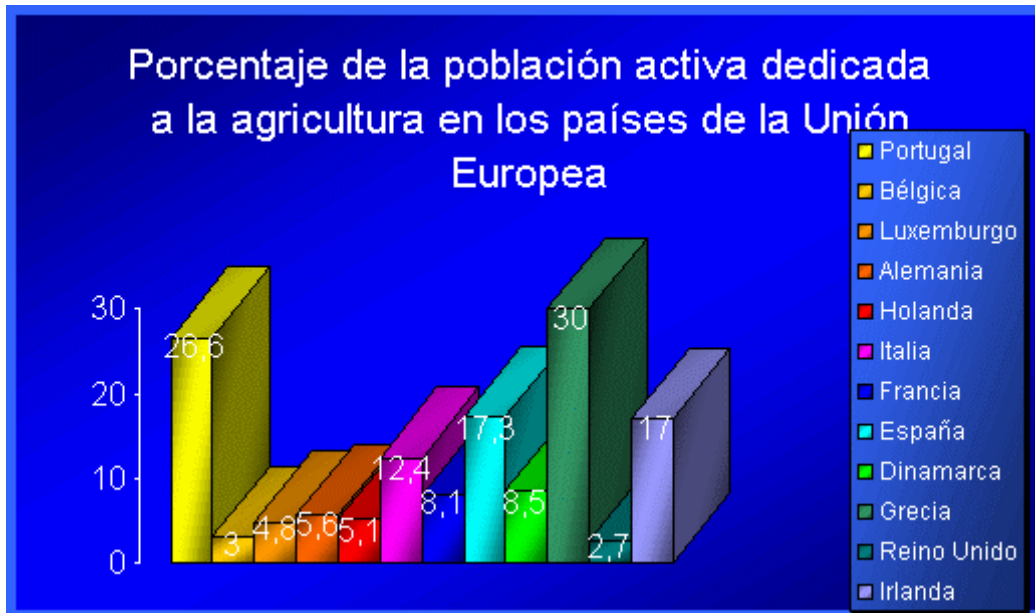


Gráfico 2.3

LA OFERTA TURÍSTICA RURAL

En Europa están establecidos 3 modelos de desarrollo del Turismo Rural diferentes, equiparables a los del Turismo convencional:

1. Modelo privado o de dominio del mercado, en el cual el Estado no interviene en la clasificación y ordenación del sector turístico. Alemania y Reino Unido son dos ejemplos de países con este modelo.
2. Modelo estatal o de dominio público, como son el griego, el portugués o el irlandés, en el cual el Estado domina la producción turística y ordena y clasifica la oferta turística.
3. Modelo intermedio, en donde la iniciativa privada domina la oferta de productos turísticos pero el Estado ordena y clasifica dicha oferta, caso de España o Francia.

Los alojamientos más típicos relacionados con el Turismo Rural en la U.E. son:

-Casas individuales para alquilar (unas 30.000 en toda la U.E.).

-Habitaciones de alquiler en casas de campo (unas 150.000 en toda la U.E.).

-Campings-granja, muy comunes en Holanda prácticamente desconocidos en Irlanda, que, dependiendo del país, poseen entre 5 y 6 plazas.

-Granjas especializadas, que ofrecen alojamiento y alimentación en la propia granja junto con una actividad específica como puede ser:

- Minusválidos.
- Niños escolares.
- Granjas-escuela.
- Granjas de pesca.
- Cranjas ecuestres.

LA DEMANDA TURÍSTICA RURAL

El cliente del Turismo Rural es predominantemente europeo. Los turistas europeos suponen un 75% del total de turistas en este sector, teniendo, por tanto, un mercado potencial de 180 millones de turistas europeos.

Este tipo de turistas prefiere un tipo de vacaciones sedentarias. De ahí que la estrategia del Turismo Rural deba responder a esa tendencia, ofreciendo productos turísticos con unos servicios específicos de calidad en zonas geográficas que favorezcan el sedentarismo, sin

olvidar la oferta complementaria del turismo activo (deporte, excursiones, etc.) que es el que verdaderamente mueve el Turismo Rural.

Recientes encuestas revelan que al 25% de los turistas europeos le gusta pasar sus vacaciones en el campo, que, sumados al 23% que prefiere pasarlas en la montaña, nos da una suma total del 48% de turistas europeos dispuestos a pasar sus vacaciones en espacios "rurales".

Antiguamente, el turista que iba al campo a pasar sus vacaciones era aquel que tenía lazos familiares con el mismo. A esto se le llamaba Turismo de Retorno. Hoy en día parecen otros turistas, la mayoría urbanos, amantes de la naturaleza y de los espacios poco saturados.

Este nuevo turista realiza turismo todo el año, lo que ayuda a romper la estacionalidad del Turismo de Masas.

El Turismo rural se puede realizar todo el año, ya que no depende tanto de factores climatológicos, como ocurre en el Turismo de Sol y Playa o el Turismo de Nieve.

DIFERENTES POLÍTICAS EUROPEAS SOBRE TURISMO RURAL

En 1986 nació la asociación europea EUROTER, a raíz de una Asamblea Europea sobre el Turismo en el Espacio Rural, que tuvo lugar en Francia por iniciativa de la asociación francesa TER (Turisme en Espace Rurale) y con el Patronato conjunto de la Comisión Europea, del Consejo de Europa y de la Campaña Europea a favor del Mundo Rural.

Sus objetivos son básicamente dos:

1. Hacer del Turismo Rural una herramienta de ordenación del territorio de desarrollo de las economías locales, de promoción social de los habitantes rurales, de aprecio a los productos locales y de protección del patrimonio cultural y natural y de esta manera ayudar a mantener la vida rural en Europa.

2. Desarrollar el Turismo Rural, verde y alternativo, con productos de calidad, a un precio justo para todas las clientelas y en todos los mercados, respondiendo así a las nuevas expectativas de los turistas consumidores de alojamientos, restauración, animación, servicios y ocio.

Su ámbito de acción engloba a toda Europa más allá de la U.E., por lo que existe una ONG (Organización No Gubernamental) con el mismo nombre y de ámbito pan europeo que reúne a:

- ONGs internacionales como la AIEST (Asociación Internacional de Científicos y Expertos en Turismo).

- Administraciones gubernamentales como el "Gobierno del Cantón de Valais" (Suiza).

- Cadenas de alojamiento turístico rural como "Irish Farm Holidays".
- Institutos y Centros de Investigación como el CSIC (Centro Superior de Investigaciones Científicas).
- Organismos Regionales de desarrollo rural como el TER francés.