

2

TEMAS DE ACTUALIDAD

2.1

TURISMO RURAL

ECONOMÍA SOCIAL Y DESARROLLO LOCAL: EL PAPEL DE LAS ASOCIACIONES DE TURISMO

Eric Bidet

1. La economía social como núcleo del desarrollo local

Subrayando con frecuencia la importancia de las relaciones de proximidad, las organizaciones de economía social se benefician en general de una fuerte implantación local y de hecho, juegan un papel esencial en materia de desarrollo local y de fomento de los recursos locales. Varios ejemplos ilustran esta contribución específica del sector. El reciente informe de la Delegación para la innovación social y la economía social¹ (DIISES) muestra por ejemplo que, en el sector bancario, las cuatro redes cooperativas (Crédit Agricole, Crédit Mutuel, Banques populaires, Crédit Coopératif) poseen más del 40% de los cajeros bancarios de Francia (de los que un 20% pertenece exclusivamente al Crédit Agricole), mientras que, según el balance total, su participación en el mercado se reduce al 17%. En las regiones en las que la red es suficientemente densa, las cooperativas de consumo despliegan una estrategia de implantación local que las distingue de otros circuitos de distribución. En materia de fomento de los recursos locales, la Juventud Agrícola Cristiana (JAC), convertida en los años 60 en el Movimiento Rural de las Juventudes Cristianas (MRJC)², juega desde hace unos 70 años un papel esencial al proponer módulos de formación para jóvenes rurales que quieran realizar proyectos así como dispositivos de análisis de los recursos locales, fomentando las relaciones de cooperación principalmente con la Delegación para el fomento de los recursos locales y la acción regional (DATAR).

1. DIISES, *El movimiento cooperativo*, Ministerio de asuntos sociales, 1997.

2. Véase el artículo de M.P. Paulin que aparecerá en el próximo número de la revista RECMA.

Diferentes actores de economía social, al conseguir reducir el coste de producción y al no considerar prioritario el objetivo de maximización de los beneficios, posibilitan el mantenimiento de una actividad económica en zonas geográficas en donde determinados sectores de actividad no ofrecen la rentabilidad suficiente para las

empresas capitalistas. En las zonas rurales en donde la rentabilidad de determinadas actividades es reducida, las cooperativas agrícolas juegan un papel determinante en el mantenimiento de las explotaciones agrícolas. En un estudio reciente, R. Mauget³ comprueba que la mayor cuota de participación en el mercado de las cooperativas correspondía a aquellos productos con el valor añadido menor (en concreto, las industrias lácteas), haciendo que M. Parodi⁴ que "sin las cooperativas agrícolas, segmentos enteros del sector agroalimentario desaparecerían, produciendo el abandono de miles de explotaciones familiares y desertizando gran parte del espacio productivo". M. Auvolat⁵ también subraya esta característica en el sector del artesanado en donde la implantación de las cooperativas es mayor "en los espacios en los que el negocio tradicional es débil o está en vías de extinción que en los ámbitos en donde hay mucha competencia en la distribución y la logística es compleja". Por tanto, las organizaciones de economía social contribuyen al desarrollo local mediante su presencia en los sectores descuidados por sus competidores capitalistas.

Por tanto, el conjunto de movimientos de economía social aporta su contribución al desarrollo y al fomento de los recursos locales, pero en este estudio queremos centrarnos en el papel de las asociaciones de turismo social porque, por una parte, aportan una contribución fundamental y muy original y, por otra, porque han experimentado una evolución evidente durante los últimos quince años.

2. El desarrollo del turismo asociativo

El turismo asociativo familiar, también llamado turismo social, aparece al mismo tiempo que las vacaciones pagadas en 1936 y se desarrolla de forma efectiva tras la Segunda Guerra Mundial. Hasta los años 60, su desarrollo sigue siendo bastante limitado ya que los poderes públicos aún no consideran que las vacaciones son una prioridad. Tal como indica C. Bouyer⁶, "las principales características del sector asociativo familiar de esta época son las siguientes: asociaciones de personas directamente relacionadas con el proyecto y con su uso; fórmulas de alojamiento de capacidad reducida; instalaciones realizadas con poca financiación procedente en su mayor parte de los créditos de acción social de las cajas de subsidios familiares". El turismo de masas aparece a mediados de los años 60 y a partir de ese momento, los poderes públicos convierten las vacaciones en uno de los ejes de su política y fomentan la creación de instalaciones. Las asociaciones se convierten en uno de los actores principales de esta política de acceso mayoritario a las vacaciones. Con ayuda de las cajas de subsidios familiares, adquieren progresivamente un patrimonio importante destinado en primer lugar a su disfrute por parte de familias modestas. Además, las asociaciones de turismo se convierten en uno de los interlocutores de los poderes públicos en lo referente a la política de fomento de los recursos locales, sobre todo en el marco de los programas de fomento de las costas del Languedoc-Rousillon y de Aquitaine. Agrupadas actualmente en la Unión nacional de las asociaciones de turismo (UNAT), realizan una facturación anual de 8 mil millones de francos de la cual aproximadamente la mitad corresponde a las tres federaciones más importantes: el Campamento de Vacaciones Familiares (VVF), la Liga de la Enseñanza y la Unión de Centros de Aire Libre (UCPA).

3. R. Mauget, C. Douchez, E. Sergent, *Evolución de la familia cooperativa y mutualista agrícola en Francia. Contribución al X coloquio de la ADDES*, 1995.

4. M. Parodi, *Las empresas de economía social en el centro del desarrollo local y del desarrollo social, Comunicación en la Conferencia de Cagliari*, 1996.

5. M. Auvolat, *Un nuevo aliento para la cooperación artesanal*, RECMA nº 263, 1997.

6. C. Bouyer, *Turismo asociativo, un sistema en crisis*, RECMA nº 251, 1994.

3. Un sistema en crisis

A principios de los 80, este sistema establecido durante los años 60 empieza a sufrir sus primeros problemas debido a la conjunción de varias evoluciones estructurales que afectaron tanto a la oferta como a la demanda. Sin duda alguna, la evolución más importante fue el declive de la familia, sobre todo de la familia numerosa, lo que supuso una fragmentación de la demanda, antes homogénea, a la que respondían las asociaciones; la vejez de las instalaciones que además requerían una modificación para poder adecuarse a las nuevas demandas; la reducción general del poder adquisitivo de las familias, principalmente de las familias menos acomodadas (el Centro de investigación de la renta y los costes ha demostrado que, durante los años 80 en Francia, las desigualdades en cuanto a la renta se fueron agravando). Estas evoluciones desfavorables se acentúan a principios de los 90, afectando aún más a la demanda de vacaciones: tras una progresión del índice de viajes de vacaciones desde mediados de los años 50 hasta principios de los 80, se produce un estancamiento casi total, sobre todo a partir de la década de los noventa. La duración media de las estancias sufre también una disminución constante, pasando de 26 días a mediados de los 70 a 17 días diez años después. La retirada de otro socio natural de las asociaciones de turismo ha hecho el resto: los comités de empresa, que trabajaban casi exclusivamente con las asociaciones, se abren a otros tipos de turismo para responder a las nuevas necesidades de los asalariados.

La demanda real del turismo de clase media y, con mayor motivo, del de las clases populares (obreros y asalariados) se reduce al mismo tiempo que disminuye, por parte de la oferta, la capacidad de respuesta y de descubrimiento de la demanda potencial que pueden aportar los organismos de turismo asociativo. Para los poderes públicos, tal como indica C. Bouyer⁷, "la prioridad de las vacaciones para todos cede paso a otras urgencias sociales. Para la Caja nacional de subvenciones familiares, los problemas vinculados al paro y a las cuestiones relativas a la infancia tienen prioridad". Esto se traduce en la nueva orientación de la CNAF, basada en la ayuda a la persona en detrimento de la ayuda a la piedra. Las instalaciones gestionadas por las asociaciones reciben por tanto, menos subvenciones de la CNAF, que prefiere destinar sus ayudas directamente a los usuarios que pueden no utilizarlas en las instalaciones asociativas. La descentralización de 1982 explica también el desentendimiento de los poderes públicos, ya que la transferencia de competencias en cuanto a la dirección de las colectividades afecta negativamente al turismo social. Globalmente, las subvenciones y ayudas aportadas por el Estado, por las colectividades locales y por la CNAF han descendido de 352 millones en 1952 a 60 millones en 1990⁸.

El refuerzo de los efectos del estancamiento de la demanda real y de una amputación drástica de los medios de desarrollo (crisis de fondos propios y de capitales permanentes) del turismo asociativo ha creado un enorme vacío en la satisfacción de las necesidades de las personas desfavorecidas (véanse los temas de la "nueva cuestión social", de la exclusión, de la ruptura social...). La cuestión que se plantea actualmente es qué tipo de organizaciones, además del turismo asociativo, pueden responder a las demandas potenciales, ocultas o manifiestas parcialmente y en su mayor parte irresolubles, de esa "clientela" objeto de la acción social.

7. C. Bouyer, obra citada.

8. C. Bouyer, *Turismo asociativo, ¿un sistema en crisis?*, RECMA nº 251, 1994.

4. ¿Hacia una banalización?

En este contexto difícil, parece que las organizaciones de turismo social están reforzando la lógica empresarial, sobre todo en el caso de las grandes federaciones de turismo familiar agrupadas desde 1985 en Turismo Acción Concertación, que usan la denominación "Viviendas de Francia" y que "están orientadas hacia un funcionamiento empresarial y buscan compartir sus experiencias y ayudarse a mejorar sus resultados económicos". Sin embargo, podríamos plantearnos si este refuerzo de la lógica empresarial no lleva consigo un detrimento del proyecto social o de la lógica asociativa. Volvemos a encontrarnos con el tema recurrente en economía social de la banalización, de la pérdida de identidad. Desde hace varios años, se ha acusado a las asociaciones de turismo de aprovecharse del dinero público y de hacer una competencia desleal al sector privado⁹. Los ataques han sido suficientemente serios como para provocar la publicación de una respuesta, en forma de informe, de la UNAT¹⁰. Recientemente, la creación de VVF de una sociedad anónima encargada de "la gestión de sus actividades comerciales" puede interpretarse como un paso más hacia una forma de banalización. En otros términos, tal como dice F. Bloch-Lainé¹¹, nos podríamos preguntar sobre cuáles son actualmente "las características específicas meritorias" del turismo asociativo. O bien sobre qué es lo que caracteriza eso que P.H. Dutheil llama "la utilidad social de las asociaciones de turismo. Esta pregunta es aún más pertinente ahora que el turismo comercial ha evolucionado mucho e incide cada vez más a menudo en cuestiones humanitarias y/o sociales. Sin embargo, esta tendencia es bastante ambigua y quizás la actual expansión del mecenazgo humanitario tan sólo busque una estabilidad social a nivel empresarial sin que por ello contribuya a reforzar la cohesión social en la sociedad. Por ejemplo, resultaría interesante poder apreciar hasta qué punto el turismo social cumple parcialmente con la utilidad social invocada habitualmente por las organizaciones de turismo asociativo, sobre todo en lo referente a la acogida de familias "modestas", de niños o de actividades deportivas. En un encuentro organizado en 1995 por la RECMA y el Centro de jóvenes dirigentes de la economía social, Edmond Maire, presidente de VVF y antiguo secretario general de la CFDT, indicaba que, en su opinión, la naturaleza del cliente aún es la diferencia fundamental que separa el turismo asociativo del comercial. Reivindicó un mayor funcionamiento de las asociaciones, subrayando que un 35% de las personas acogidas no estaban sujetas a imposición y que un 40% se beneficiaban de ayudas personales por parte de organismos sociales. Pero si resulta que el turismo comercial ha ocupado una parte de los campos de aplicación de la utilidad social o de las "características específicas meritorias" del turismo asociativo, ¿qué especificidad le queda a este además de la política de fijación de tarifas y un coste medio inferior (práctica que sigue siendo la expresión de solidaridad más conforme al modelo de la economía social¹⁴)? Aunque, en su conjunto, el turismo asociativo continúa practicando una política de tarifas diferente (compensación de las tarifas dependiendo de la economía del usuario, modulación según la temporada, práctica de precios familiares), se observa que la diferenciación intenta captar con mayor frecuencia una clientela con mayores recursos al proponer productos menos estandarizados, como en el caso de las Eurovillas¹⁵.

En cuanto al fomento de los recursos locales, parece que las asociaciones, al tener una implantación geográfica más diversificada, continúan jugando un papel que no

9. E. Bidet, *¿El turismo asociativo aún tiene una utilidad social?*, RECMA nº 249, 1993.

10. P.H. Dutheil, J.M. Mignon, *el turismo asociativo al servicio de la economía y de la solidaridad nacional*, Informe UNAT, 1993.

11. F. Bloch-Lainé, *Identificar las asociaciones de servicio social*, RECMA nº 251, 1994.

12. P.H. Dutheil, J.M. Mignon, obra citada.

13. El estudio realizado por la UNAT (anteriormente citado) concluyó que el turismo asociativo proponía tarifas un 30% inferiores a las del turismo comercial.

14. Por ejemplo, en el caso de las mutuas de salud, véase J.P. Dumont, *Mutua, seguridad social y compañías de seguros*, RECMA nº 257, 1995.

15. Con una capacidad de 400 a 600 camas con instalaciones que permiten las reuniones y una polivalencia de servicios. La Eurovilla es un concepto desarrollado por VVF en varios países europeos.

16. Sistema de cheques parcialmente financiados por el empresario (20%), que permiten que el empleado compre la mayoría de productos turísticos y culturales (restauración, transportes, viajes, espectáculos,...). En 1997, la ANCV ha emitido cerca de 2.5 mil millones de francos en cheques-vacaciones (frente a los mil millones de cuatro años antes) destinados a cuatro millones de beneficiarios (un millón de trabajadores asalariados y sus familias).

pueden jugar las estructuras comerciales. Según el informe realizado por UNAT, las regiones de Rhône-Alpes y Provence-Alpes-Côte d'Azur, es decir, dos de las regiones francesas más turísticas, poseen un 30% de camas del sector asociativo, frente al 70% del sector comercial. Esta implantación ofrece al turismo asociativo la posibilidad de responder a la expansión que el "turismo verde" (turismo rural) está experimentando desde hace unos cuantos años. Otras perspectivas positivas residen en el desarrollo de vínculos más estrechos con la Agencia nacional de cheque-vacaciones (ANCV), que está experimentando un crecimiento sostenido desde su creación hace una década. El cheque-vacaciones¹⁶, que puede considerarse como una iniciativa relevante de la economía social, constituye seguramente una pista susceptible de responder a las necesidades de financiación del sector, incluso si también puede utilizarse con estructuras de turismo comercial. En efecto, la ANCV está obligada a destinar una parte de sus beneficios a equipamientos de turismo y de ocio con vocación social así como a acciones que contribuyan a la aplicación de las políticas sociales del turismo y de las vacaciones. De 1994 a 1997, se han dedicado a este tipo de ayudas unos 60 millones de francos, destinados principalmente a equipamientos asociativos.

Documento de identidad de la UNAT

Una asociación de utilidad pública reconocida, creada en 1920 por el Automóvil Club de Francia, el Club alpino francés y el Touring Club de Francia, que agrupa a las diferentes asociaciones francesas de turismo en el ámbito del turismo familiar, las vacaciones de jóvenes y de niños, las vacaciones deportivas y al aire libre y los viajes. La Unat, en calidad de representante del turismo asociativo, tiene la vocación de participar en la organización y en el desarrollo del turismo y de defender los intereses de sus socios.

Actividades principales:

- . Promoción de los socios y mantenimiento de una política social de vacaciones.
- . Información a los socios.
- . Gestión de un fondo mutuo de solidaridad.
- . Gestión de un fondo de garantía de los alquileres.
- . Gestión de un banco de datos económicos del turismo asociativo.
- . Animación de un barómetro coyuntural "alojamiento familiar y alojamiento de jóvenes" por parte del Observatorio nacional de turismo.
- . Gestión de un inventario permanente del patrimonio.
- . Seguimiento de la política de renovación de las instalaciones.
- . Elaboración de una carta de calidad previa al establecimiento de una denominación única.
- . Formación de administradores voluntarios.

Publicaciones

- . Anuario UNAT
- . Flash Unat: carta mensual de información

Representaciones

1. Departamentales y regionales (mediante las Unat regionales)
 - . Comités regionales de turismo
 - . Comisiones departamentales de acción turística
 - . Consejos económicos y sociales regionales

2. Nacionales

- . Agencia nacional para el cheque-vacaciones
- . Agencia francesa de ingeniería turística
- . Consejo nacional de turismo
- . Conferencia permanente de coordinaciones asociativas
- . Comisión de acuerdo de los alojamientos turísticos
- . Comité europeo de asociaciones de interés general
- . Consejo nacional de la vía asociativa
- . Casa de Francia
- . Observatorio nacional de turismo

3. Internacionales

- . Organización mundial de turismo
- . Oficina internacional del turismo social

Las fechas importantes de la Unat

- 1924 – El ministro de Obras Públicas encarga a la Unat el servicio de exámenes para el permiso de conducir (retirada progresiva de dicho servicio de 1960 a 1971).
- 1927 – Fundación del servicio de asistencia en carretera.
- 1935 – El ministro de Obras Públicas concede a la Unat el servicio de las estadísticas de accidentes.
- 1939 – Participación en la exposición del progreso social en Lille.
- 1950 – Congreso de las asociaciones de turismo en París y adopción de diversas medidas a favor del turismo popular.
- 1964 – Bases del turismo social.
- 1966 – Fusión con el comité nacional del aire libre.
- 1971 – Informe sobre la problemática del escalonamiento de las vacaciones.
- 1974 – Declaración "a favor de una política social del turismo, de las vacaciones y del ocio".
- 1981 – Coloquio de la Unat en Lyon sobre "acordar un lugar al turismo social".
- 1984 a 1987 – Creación de las Unat regionales.
- 1989 – Campaña a favor del escalonamiento de las vacaciones. Puesta en marcha de un plan de renovación del patrimonio.
- 1990 – Organización de un coloquio europeo sobre el tema "Juntos, mañana, qué turismo, qué vacaciones para los jóvenes y para las familias de Francia y de Europa" para conmemorar el setenta aniversario de la Unat.
- 1992 – Firma del acuerdo con el ministerio de Turismo y el XXX. Primer número de Flash Unat.
- 1993 – Creación de un centro de documentación y establecimiento de una base de datos.
- Publicación del informe: El turismo asociativo al servicio de la economía y de la solidaridad nacionales.
- 1994 – Encuesta sobre las vacaciones de los jóvenes franceses.
- 1996 – Firma del acuerdo con el sindicato nacional de agentes de viajes referente al acceso al servidor Amadeus.

La asociación de la Unat en cifras (1995)

- . Facturación: 8.000.000.000 F
- . Número de jornadas vacaciones: 38.000.000
- . Número de personas acogidas: 4.800.000
- . Número total de camas: 250.000
- . Número total de alojamientos: 1.600
 - villas y casas familiares de vacaciones: 700

- albergues y centros de acogida de jóvenes: 270
- centros deportivos: 225
- refugios y chalets: 90
- centros de vacaciones infantiles: 300
- centros de acogida polivalente: 15
- . Implantaciones:
 - litoral: 25,00%
 - media montaña: 15,65%
 - montaña: 26,70%
 - campo: 27,65%
 - ciudad: 5,00%
- . Empleados:
 - permanentes: 9.500
 - temporales: 57.000
- . Voluntarios: 33.000

LOS TURISMOS RURALES EN LA ECONOMÍA SOCIAL

Emilio Sáez Soro

Hablar de turismo rural, es en esencia hablar de turismo, de un turismo más entre la gran variedad de productos que se ofertan en este importante sector económico. El turismo en general, como producto elaborado del ocio es fuertemente articulador, además de integrador. El turismo es la visión del ocio más productiva: un gigantesco aparato económico depende de éste. Es articulador, pues sobre una base preconstruida y pacífica, aproxima a los participantes de distintas concepciones culturales del mundo.

El turismo rural tiene un carácter integrador en la ideología que lo acompaña. El hecho de querer desarrollar esta actividad manteniendo el entorno ecológico, potenciando el patrimonio arquitectónico del lugar e intentando desarrollar los elementos culturales de la idiosincrasia local, constituyen elementos valorados por el visitado y por el visitante.

El turismo rural también genera una imagen colectiva. Se entremezcla con otra imagen formada anteriormente, la de una sensibilidad medio ambiental de carácter participativo. El turista rural es consciente de pertenecer a un colectivo distinto y esa imagen se recrea desde los lugares de recepción pues en parte es motor de la actividad.

La adhesión a un colectivo ya es un elemento reforzador en sí para la psicología de los viajeros. De esta forma, la identificación como grupo ideológico del universo de "nómadas" rurales, refuerza su identificación más profunda con este tipo de explotaciones turísticas y se facilita la vuelta a los lugares con dichas señas de identidad. Por otra parte este grupo se identifica actualmente con el prestigioso grupo de

clases medias altas profesionalizadas de alto nivel cultural, por lo que es más atrayente para el resto poder ser asimilado practicando esta modalidad turística.

La visión de esta actividad como antropológica, en la que se vuelve a revisar las “antiguas” formas de vida se construye sobre la marcha, ya que la cotidianeidad podría en muchas ocasiones quedar fuera del alcance de este ideario. Se reconstruye la ruralidad respecto a unos esquemas comerciales muy bien definidos y que se identifican con la visión romántica de la escena rural.

El turismo rural en su concepción actual, es un producto de su tiempo. Se reflejan en esta actividad unos valores en alza, a veces con mayor acierto que en otras. En todo caso creo que es importante insistir en su identificación coyuntural con el ideario de los movimientos sociales de mayor predominio.

La expansión de las actividades de turismo en el medio rural coincide con la mayor sensibilización y reivindicación de actitudes para preservar el equilibrio ecológico. Existe una visión conservacionista asociada a la práctica del turismo rural. El “turista rural” es consciente de que su actividad lúdica incide favorablemente en la conservación del espacio rural y su ecología. Hay una fuerte relación entre los motivos que generan ese tipo de actividades y las visiones post - materialistas que se dan en la sociedad actual. De esta forma se enlaza ese mayor interés de los movimientos “post-” por el medio ambiente, las connotaciones más “espirituales” de la persona, etc. Elementos que configuran una filosofía que se plasma de algún modo en la ideología que acompaña al turismo rural.

Aparte de estas connotaciones de tipo ideológico en la relación de esta actividad turística y su entorno, es necesario resaltar la importancia fundamental que conlleva generar estas actividades en áreas rurales en decadencia. La puesta en marcha de iniciativas empresariales diseñadas con un componente sustancial de desarrollo endógeno, suponen en su área de aplicación una amortiguación a la degradación del habitat, tanto social como natural.

Como se mencionó anteriormente, la heterogeneidad en las manifestaciones del turismo en espacio rural es una de sus características más significativas. La diversidad de alojamientos tanto en su estructura, localización en el espacio ecológico y calidad, es enorme. En este sentido será la estructura y la idiosincrasia de los distintos asentamientos rurales los que marcarán el tipo de producto turístico ofertado.

La estructura y la forma son elementos que confieren una gran heterogeneidad a los alojamientos rurales. Son elementos distintivos el estilo arquitectónico, la dotación de las viviendas y los niveles de calidad. En este sentido podemos encontrar una gran cantidad de alojamientos diferentes, demasiado diferentes.

La oferta de alojamiento de turismo rural se extiende desde los pisos integrados en antiguas casas en el casco urbano con unas condiciones mínimas de comodidad y habitabilidad, hasta masías palaciegas con jardín, piscina y todas las comodidades imaginables. Por supuesto, la variedad de precios está en consonancia con la descrita.

De esta forma se produce una oferta turística rural muy desestructurada y confusa, generando a menudo muchos conflictos con los usuarios. La falta de información adecuada y la creación falsas expectativas son problemas comunes. A la generación de estos problemas contribuyen los medios de comunicación con una visión muy idealizada que no siempre corresponde con la realidad. Así, en numerosas ocasiones, personas que se inician en la modalidad del turismo rural solicitan viviendas paradigmáticas en una arcadia feliz pero inexistente.

LA ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA. EL PREDOMINIO DE LA ECONOMÍA SOCIAL

La oferta de actividad turística rural tiende a atomizarse en su gama de servicios. La dispersión geográfica de los alojamientos, la heterogeneidad de los mismos y la falta de conocimiento mutuo entre los responsables de las explotaciones, genera dificultades para concentrar la oferta de alojamiento en espacio rural.

Las diminutas organizaciones empresariales que suponen la mayoría de las explotaciones de turismo rural, están soportadas en la mayoría de ocasiones por la familia propietaria de la explotación.

Las empresa familiar es frecuente en el panorama empresarial español y este no es un caso especial en ese sentido. Sí que merece la pena considerar cómo se organiza la explotación del negocio dentro de la propia familia.

La estacionalidad de la actividad turística genera dificultades para que ésta sea la principal fuente de trabajo de los componentes del núcleo familiar. La visión más extendida es que sean actividades complementarias de las rentas percibidas por otras vías. De esta forma, la llegada de los visitantes con la época vacacional no supone la paralización de las actividades agrícolas o de otro carácter que se desarrollen por la familia, por lo que normalmente es la mujer o mujeres de la familia las que en la mayoría de las ocasiones gestionan el funcionamiento del negocio turístico.

La forma más importante de organización empresarial ha sido la asociación de propietarios de casas rurales. En casi todo el Estado Español existen estas asociaciones de propietarios de casas rurales que desarrollan labores de organización de la oferta, principalmente en cuestiones de comercialización.

Dichas asociaciones han ejercido una importante labor para la unificación de criterios de calidad en la oferta y de coordinación de la comercialización, mediante labores de central de reservas y de elaboración de catálogos. También es significativo el desarrollo que han generado algunas de estas asociaciones de actividades turísticas complementarias y que completa las necesidades de entretenimiento del turista rural.

Un elemento muy significativo en el dinamismo de muchas asociaciones, es el hecho de que en numerosas ocasiones, al frente de las mismas se detecta la presencia de personas procedentes del medio urbano. Este dato puede hacernos reflexionar en cuanto

al enriquecimiento para las áreas rurales que supone el proceso actual de intercambio en las residencias de ciudadanos entre las áreas rural y urbana¹

El movimiento asociacionista evoluciona de forma desigual en distintas áreas del territorio español. Es lógico que las asociaciones de propietarios más desarrolladas se encuentren en lugares donde se inició la puesta en marcha de este tipo de actividades: Pirineo Aragonés, Cataluña, Navarra.... También lo es que las menos desarrolladas se encuentren en las zonas con una fuerte implantación del turismo de costa. En las áreas de costa, sobre todos las del Mediterráneo las actividades de turismo rural se han puesto en marcha mucho más tarde (excepto en Cataluña y Baleares) y con un referente empresarial que tiene como modelo un turismo de mayor escala. Aunque en esta reflexión hay demasiadas puntualizaciones que hacer, ya que el panorama asociativo es muy irregular y surgen nuevas asociaciones constantemente, mientras que otras no terminan de asentarse de forma significativa.

El paso siguiente en el fortalecimiento del movimiento asociativo es la generación de organizaciones de ámbito estatal. Este hecho resulta coherente dentro de unas mayores aspiraciones de asentamiento de la actividad en un mercado difícil como es el turístico. En este sentido coordinar labores de comercialización y ejercer actuaciones internas para organizar la oferta con unos niveles de calidad coherentes son las vías en las que más puede incidir la actuación de una organización de estas características. En este sentido, existen actuaciones para consolidar una federación estatal de asociaciones de turismo rural (ASETUR), que se encuentra en una fase de crecimiento, y que ya cuenta con algunos miembros en varias comunidades autónomas.

No cabe duda que este sector de la economía, no podía dejar de ser un objetivo para empresas turísticas de diversa índole. Así, muchas de las empresas ya asentadas en el terreno turístico en otras áreas más convencionales, están comenzando a prestar atención al sector turístico en espacio rural. De todas formas, parece evidente que dadas las características consubstanciales al turismo rural como concepto, en su pequeña dimensión, por la visión de un necesario desarrollo endógeno como principio y como objetivo final e instrumental, sean las empresas de economía social las que mejor se ajusten a este esquema de elementos.

A este respecto, podemos diferenciar dos tendencias claras. La de las empresas turísticas que crean una sección dedicada al turismo rural y las creadas de forma expresa para ello. La visión comercial de estas empresas se enfoca mayoritariamente a ofrecer una oferta de alojamiento combinada con actividades en la naturaleza de todo tipo, sobre todo de las que han venido denominándose de "turismo-aventura". Este tipo de oferta se "mezcla" perfectamente con los productos habituales de disfrute vacacional, por lo que las empresas intentan aplicar los mismos criterios comerciales que al resto de productos de mercado.

Cabe señalar que los alojamientos ofrecidos son en muchos casos los mismos que ofrecen las asociaciones de propietarios de turismo rural. Diversificándose así las formas de acceso a las distintas clientelas que puedan estar interesadas en practicar este tipo de turismo. También hay que destacar el empleo importante que se hace de las guías de alojamiento por los usuarios de estos servicios y que suponen unas ventas anuales aproximadas en 1996 de treinta mil ejemplares entre las distintas ediciones que existen en el mercado español. Tenemos que tener en cuenta en este aspecto que la

¹ Camarero. L. A. *Del éxodo rural y del éxodo urbano*. MAPA. Madrid. 1993. P. 197 -207

clientela media del turismo rural se asimila a un perfil sociológico de personas de alto nivel educativo y activas en términos generales.

De momento, ni las asociaciones ni las empresas comercializadoras, han logrado superar el problema de la estacionalidad. Ésto no debería ser impedimento para explotaciones turísticas en espacio rural que se considerasen como un complemento para obtener ingresos añadidos a los obtenidos en otras actividades. Pero el auge de esta actividad en determinados lugares está llevando a la profesionalización, suponiendo una



mayor presión en la explotación de la instalación. En estos casos se comprometen mayores inversiones y se generan nuevas expectativas, por lo que las técnicas más actuales de comercialización de productos turísticos empiezan a ser comunes entre el mundo de las empresas y asociaciones del turismo rural. Dicha actitud tiene que deparar unos resultados importantes en la marcha de la

actividad, ya que la disposición activa hacia el mercado requiere servidumbres intrínsecas al funcionamiento del mismo, por lo que en muchas ocasiones las explotaciones de turismo rural tendrán que ir adaptándose a un marco prefijado por el mercado so pena de quedarse fuera. Se puede lanzar la hipótesis de que un fuerte movimiento de las explotaciones de turismo rural en los vericuetos del mercado turístico convencional, traerá a la larga una homogeneización de la oferta en los cánones que el mercado especifique.

EL PARAÍSO DE LA DIVERSIDAD

Lo más llamativo en el espacio rural, es como veníamos afirmando la heterogeneidad del mismo. Una diversidad que se plasma tanto en la estructura espacial y física como en la humana. Tanto la estructura urbanística, estilos arquitectónicos, manifestaciones culturales y la propia idiosincrasia personal de los habitantes, ofrece contrastes muy variados entre unos lugares y otros.

La actividad turística inmersa en estos contextos se configura alrededor de los mismos y adopta rasgos que la identifican como propia del lugar. Así la oferta de turismo rural se asemeja en su variedad a la del propio espacio rural. Sólo tenemos que hojear cualquiera de las múltiples guías de turismo rural, para poder observar este hecho. Comunidad a comunidad autónoma, provincia a provincia, podemos ver como van variando el aspecto de las casas, los paisajes en los que se ubican las mismas, los servicios y actividades que se ofrecen y los precios.

La variedad de la oferta de turismo rural en el estado español puede ser tomado como un atractivo. Los elementos negativos, los encontramos al valorar esa variedad en la calidad y precios de los alojamientos. Realmente las diferencias son bastante grandes. En España se pueden encontrar alojamientos rurales que van desde las mil pesetas por

persona y día, con acceso a unos mínimos servicios, a las 32.000 pesetas por habitación doble, disponiendo de servicios y comodidades de un auténtico palacio.

La cuestión que se plantea, es la de hasta qué punto es coherente esta gran variedad en calidades y precios cuando la composición de la demanda está mucho más centrada, pues el perfil del turista interesado en el medio rural y en este tipo de instalaciones es bastante homogéneo, en un perfil medio alto.²

Por otra parte, esta variedad en los servicios de las distintas viviendas destinadas al alojamiento turístico, combinada con una información poco sistematizada para la descripción de las mismas, genera problemas. Los visitantes se crean en ocasiones expectativas que no siempre son satisfechas. A este respecto, sería deseable crear una clasificación oficializada de niveles de calidad, tal como se ha hecho ya en otros países europeos. Ésto ayudaría a articular la oferta, mejorar su comercialización y beneficiar a los consumidores.

² Cals, J. *El turismo en el Desarrollo Rural de España*. Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación. 1995. p. 79

FVECTA: COMPROMETIDA CON EL ENTORNO LOCAL Y LA CREACION DE RIQUEZA DE LAS ZONAS MAS DEPRIMIDAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

FVECTA

Según reconoce uno de los principios cooperativos aprobados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), las cooperativas, comprometidas con su entorno, trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas tendentes a ello y aprobadas democráticamente por sus socios. Este principio, por tanto, se hace extensible a cualquier empresas y organización cooperativa independientemente de que su actividad se circunscriba concretamente al desarrollo rural o medioambiental en su propio entorno.

En este sentido, la Federación Valenciana de Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado (FVECTA), a través de los proyectos de trabajo y las relaciones con los diferentes agentes sociales que ha desarrollado a lo largo de su trayectoria ha ido cristalizando progresivamente este mismo interés por la comunidad que establece el séptimo principio de la ACI. De este modo, podemos destacar las acciones previstas en dos proyectos europeos presentados en la reciente convocatoria de iniciativas:

- Proyecto Sinergia.- Es un proyecto promovido por FVECTA para impulsar una red de economía social basada en proyectos locales o comarcales nuevos o bien impulsados por las empresas cooperativas existentes y, todo ello, en estrecha relación con el entorno local y los agentes sociales más importantes.

El proyecto tiene como principal objetivo la creación de riqueza por medio de proyectos empresariales de autoempleo nuevo (fundamentalmente colectivo o cooperativo) o ligado a la diversificación de este tipo de empresas en el entorno local, centrado en los 17 ámbitos de empleo identificados por la Unión Europea, sensibilizando a los agentes sociales que han de intervenir, así como a las empresas



cooperativas actualmente en activo y circunscrita la experiencia a tres zonas geográficas, muy diferentes y, por ello, de gran importancia para el proyecto, ya que son escenarios extrapolables, cuya colaboración e interdependencia, puede romper la tendencia al aislamiento que hace que cuando se rompe su economía tradicional, se queden sin capacidad de respuesta por no tener alternativas como consecuencia precisamente del aislamiento. Las zonas son:

- 1ª/ Comarca de l'Horta, zona metropolitana típica con población superior al millón y medio de personas, donde convive la industria y los servicios al máximo nivel y un índice elevado de desempleo, afectando a los jóvenes intensamente.
- 2ª/ La Costera, comarca central e interior de la provincia de Valencia donde pervive una industria en declive (fundamentalmente la textil y de curtidos), con un núcleo urbano prestador de servicios comarcales y en retroceso y un elevado índice de desempleo.
- 3ª/ La comarca del Alto Palancia es una zona interior de la provincia de Castellón, con 22.000 habitantes agrupados en 31 municipios, rural con despoblamiento y bajo nivel de desarrollo y que tiene un problema de paro especialmente centrado en las mujeres.

El proyecto se centra en tres zonas geográficas muy diferenciadas y diversas pero con una problemática común, es decir la pervivencia de tasas elevadas de desempleo o bien con problemas de desarrollo por despoblamiento y con perspectivas futuras de agravarse como consecuencia:

- 1º/Está inmersa la zona geográfica en un contexto caracterizado por la presencia de un tipo de industria en declive y con nulas o escasas posibilidades de recuperarse y en consecuencia con necesidad de buscar alternativas en otras actividades,
- 2º/Centrarse en una zona metropolitana cuya estructura productiva padece los efectos de la globalización y la escasa preparación de la PYME para hacer frente a los profundos cambios en la organización que plantea.
- 3º/Por último, una zona rural caracterizada por la continua pérdida de población y su consiguiente envejecimiento, lo cual la predispone a perder el tren del desarrollo sino se experimentan acciones de estabilización de la población por medio de proyectos como el presente.

Algunos de los objetivos del proyecto Sinergia son:

- Fomentar actitudes activas e innovadoras en la creación de empleo, haciendo más eficaces las políticas del mercado de trabajo.
- Implicar a las empresas cooperativas existentes en dinámicas de diversificación y polivalencia con el fin de crear riqueza y empleo en su localidad.
- Siguiendo el estudio de necesidades expresado por el conjunto de la población europea y el adaptado por FVECTA a la Comunidad Valenciana, identificar en las zonas geográficas seleccionadas en el proyecto, aquellas necesidades o demandas más importantes según las características socioeconómicas, y las insuficiencias que plantea la oferta para cubrirlas, de tal manera que se promuevan proyectos empresariales de autoempleo nuevos o impulsados por las empresas cooperativas

- existentes para satisfacerlas. Además, teniendo en cuenta que las actividades son intensivas en la utilización del trabajo y en consecuencia, idóneas para ser cubiertas por empresas de autoempleo como las cooperativas (son empresas también denominadas de trabajo y muy adaptadas a las iniciativas locales).
- Apoyar a empresas y entidades que trabajen en el mismo entorno con el objetivo de crear una red de la economía social preocupada por promover la creación de empresas y de empleo. Desarrollo de patrones económicos locales independientes con la filosofía de trabajo local o comarcal para las personas de la localidad utilizando recursos locales o comarcales.
 - Actuar ante los Ayuntamientos para, atendiendo a los estudios que se elaboren, hagan confluir el gasto presupuestario del municipio en la misma dirección.
 - Promover programas intensivos de formación que permitan cubrir las necesidades con oferta local.
 - Prestar una atención especial a las necesidades de servicios sociales no cubiertas en la localidad.
 - Intercambiar las experiencias y actitudes de la zona rural con la urbana.
 - Crear 40 empresas de trabajo asociado con un mínimo de 200 puestos de trabajo estables y fijos.

El proyecto se apoya, por una lado, en una red amplia de agentes sociales locales, regionales y también transnacionales; por otro lado, en la experiencia y conocimientos acumulados como consecuencia de la dirección y puesta en marcha de varios proyectos dentro de las iniciativas comunitarias con el denominador común de la creación de empleo (Publicación del Haviva “Sectores clave para el desarrollo y crecimiento cooperativo”) y, por último, en la apuesta por el entorno local y la creatividad e innovación, así como por la diversificación de actividades para afrontar el reto de la creación de empleo.

Su propio nombre, Sinergia, indica el elemento básico del proyecto concentrado en la implicación de una gran variedad de agentes sociales: organizaciones sindicales como UGT y CC.OO., organizaciones dedicadas a la formación y el empleo, Agentes de Desarrollo Local (ADL), organizaciones cooperativas y la propia Universitat de València.

- Proyecto Maestrat.- FVECTA colabora en este proyecto europeo promovido por la Unión Provincial de Cooperativas del Campo de Castellón, organización representativa del cooperativismo agrario en Castellón, que goza de una importante implantación social y que participa con el objetivo de paliar el declive de las zonas rurales interiores mediante acciones de diversificación y desarrollo económico de las siguientes zonas del interior de la provincia de Castellón:

- a) Comarca de la Plana Alta.
- b) Comarca del Baix Maestrat.
- c) Comarca de l'Alt Maestrat.
- d) Comarca de l'Alcalatén.

Las zonas de actuación enumeradas ven condicionadas sus estructuras socioeconómicas por la configuración montañosa de su orografía y su propia situación

geográfica, alejada de los grandes núcleos de población. Todas estas circunstancias fomentan el éxodo de población continuado hacia zonas con mayores posibilidades de empleo y bienestar social, motivando el consiguiente empobrecimiento de la zona.

En este contexto, la colaboración de FVECTA se basa en los aspectos relativos a la promoción de empresas cooperativas de trabajo asociado apostando por la capacidad y compromiso de esta forma empresarial en lo relativo a la dinamización y enriquecimiento de las zonas y comunidades del entorno más deprimidas. De este modo, lo que se pretende es:

- Dinamización y desarrollo integral de las zonas del interior castellonense.
- Favorecimiento de las redes de intercooperación empresarial.
- Detección de nuevos yacimientos de empleo.
- Creación de empleo en sectores de actividad emergentes.
- Diversificación económica: desarrollo vertical (polivalencia) y horizontal.
- Fomento de la innovación empresarial mediante la creación de acciones relacionadas con el entorno.
- Estabilidad de la población y mejora de su nivel de renta, centrando esfuerzos en los colectivos de jóvenes, desempleados, mujeres y de personas con trabajos precarios para intentar que trabajen y permanezcan en la localidad.
- Promoción del asociacionismo, promoviendo formas de economía social, fundamentalmente cooperativas.

Cooperativas dedicadas al desarrollo rural y la educación medioambiental

NOMBRE	ACTIVIDAD	MUNICIPIO	PROVINCIA
Tuejana de trabajos agroforestales	Trabajos forestales	Tuejar	Valencia
Fina Foc Forest	Servicios contra incendios forestales	Alcoi	Alicante
Sol i Vent	Jardinería, viverismo forestal, formación	Paterna	Valencia
Els Fleix	Vivero Forestal	Bunyol	Valencia
Mariola Treballs Forestals	Silvicultura, medioambiente, jardinería.	Alcoi	Alicante
Noguera Asociación de Desarrollo Rural	Agraria y Turismo rural.	Caudiel	Castellón
La Surera	Educación ambiental, albergue	Almedijar	Castellón
CDESMA Coop. V.	Reforestación y desarrollo medioambiental	Valencia	Valencia
Conservación y Desarrollo			
La Travina	Medioambiente-Agrícola.	Villar del Arzobispo	Valencia
Granja Escola Torreta del Marqués	Granja Escuela	Beniganim	Valencia
L'Alqueria de Mariola	Granja	Bocairent	Valencia
Granja escuela la Serranía	Granja escuela, actividades ecuestres	Villar del Arzobispo	Valencia
Grevol	Trabajos de educación medioambiental	Sant Mateu	Castellón
Mas del Capellá	Educación medioambiental agropecuaria	Olocau	Valencia

ALTERNATIVAS: LA POTENCIACION DE LAS COMARCAS DE INTERIOR MEDIANTE LA CREACION DE COOPERATIVAS DE AGROTURISMO

J. L. Chacón Belenguer
Servicio Cooperativismo Agrario Valenciano

Este artículo da unas pautas de desarrollo rural integral en las comarcas del interior de la Comunidad Valenciana fundamentalmente, a través de las cooperativas agroturístico-artesanales, que complementan las rentas rurales, fijan la población y conservan el patrimonio de estos municipios.

Son conclusiones extraídas de las 1ª Jornadas sobre Agroturismo y Plantas Aromáticas celebradas en 17 municipios de nuestra Comunidad.

PROVINCIA DE ALICANTE

Existen lagunas respecto al "Agroturismo" como empresa.

- Sierra de Mariola:

Faltan alojamientos en casas rurales, masías o albergues. Las localidades de Alfafara (Jornada sobre Agroturismo realizada el 14 de Marzo de 1996), Agres, Bañeres, etc., poseen recursos para tener al menos 2 cooperativas polivalentes de desarrollo rural integral.

En esta zona se podrían poner en marcha 90 casas en dos años con un total de 3.600 estancias anuales. En bruto supone unos ingresos extras complementarios a la actividad rural de 240.000 ptas. de media al año por casa.

Tienen la posibilidad de acogerse a las ayudas de la Conselleria de Agricultura y Medio Ambiente (CAMA) en cooperativas agroturísticas y al programa Leader, además del Decreto 204/96 para incorporación a la empresa agraria y modernización.

- Alto Vinalopó:

Posibilidades de cultivar anís, espliego y tomillo. Tiene cerca la destiladora de aceites esenciales de la Cooperativa Herbes de Mariola (Alfafara). Existen muchas hectáreas de terreno improductivo que pueden dedicarse a estos cultivos y crear riqueza y mano de obra donde hoy no existe.

- Vall d'Alcalá - Vall de Gallinera - Valle de Planes:

Recursos parecidos a la Sierra Mariola en cuanto potenciación del Agroturismo a través de empresas rentables. Es preferible contar con diez casas rurales por pueblo y un pequeño camping, que un hotel de diez habitaciones. En el primer caso son 10 las

familias que aumentan sus rentas y no rompemos el entorno con edificaciones extrañas al paisaje.

Se calcula que, en dos años, en estos valles se podrían poner en marcha 60 alojamientos de casas rurales. La riqueza multiplicativa que esto conlleva repercute en otros estamentos de la población, aumentando los servicios y la mano de obra ocupada.

PROVINCIA DE VALENCIA

- Valle de Ayora:

Al igual que en la provincia de Castellón, existen masías diseminadas que se pueden convertir en núcleos agroturísticos de interés cerca del poblado de la Meca en Ayora, del río Júcar en su recorrido por el Valle y del Balneario de Cofrentes (cumpliendo el Decreto 253/94 del Gobierno Valenciano, regulador del alojamiento rural), ya que las masías diseminadas han de tener solucionado el tema del agua potable y la eliminación de residuos.

La actividad artesanal combina perfectamente con el turismo. Esta comarca es rica tanto en artesanía alimentaria (mermeladas, miel, repostería,...) como en artesanía industrial. De todos es conocida la industria de bastones y maderas realizada con el almez (*Celtis australis*), árbol que se ha cultivado desde antaño en los ribazos. Hoy puede potenciarse esta industria realizando cultivos regulares ya que es un árbol subvencionado dentro de las Ordenes de Reforestación de la CAMA.

- Utiel-Requena:

Aprovechamientos artesanales y alimentación:

- Embutidos (toda la comarca)
- Dulces ("burruecos" de Sinarcas)

Alojamientos:

- Casas rurales (Venta del Moro, Sinarcas, Villagordo)
- Acampada en finca particular.
- Albergues.
- Actividades deportivas de montaña (pantanos de Benageber y Contreras)

Pueden funcionar en la comarca en una primera fase seis cooperativas de Agroturismo y actividades complementarias que darían lugar a 30 puestos de trabajo fijos y 90 indirectos.

A estas cooperativas polivalentes habría que sumar la de Campo Arcís dedicada al champiñón y las de Utiel y Venta del Moro con el cultivo de aromáticas y medicinales.

- Serranía-Ademuz:

* Bajo Turia: Desde Pedralba hasta Losa del Obispo el número de habitantes es mayor que en la zona Alta. La agricultura es más de regadío y la proximidad a núcleos

de población importantes (Lliria, Valencia, ...) se nota en los pueblos y en sus habitantes. Pedralba, Bugarra y Gestalgar tienen sus tradiciones ligadas al río Turia.

Son los productos artesanales los que pueden tener más tirón. Recuperar la artesanía del esparto y de cuero (guarnicionero), supondría recuperar historia y puestos de trabajo en productos artesanales.

Esta pequeña industria hay que comercializarla aprovechando los visitantes que practican actividades turísticas y deportivas o vienen a pasar unos días en el camping de Bugarra.

* Alto Turia: Nos introducimos en el territorio de mayor extensión, donde la superficie de secano aumenta, el terreno es más agreste y disminuye el número de habitantes por km². Aquí se hace más necesario el complemento de las rentas agrarias con actividades diversas: agroturismo-alojamiento, artesanía alimentaria e industrial y cultivo de plantas aromáticas.



Casa Rural

Las localidades de Calles, Chelva y Tuejar forman una subcomarca surcada por el río Chelva o Tuejar, donde las posibilidades de cultivo de aromáticas son muy grandes, tanto en huerta (regadío), como en secano. Sobre todo, es la localidad de Chelva la que más posibilidades ofrece. No cabe duda de que con miles de hanegadas de regadío infrautilizadas se puede crear una infraestructura agroindustrial que recoja la producción de Melisa y Hierba Luisa, y su posterior secado o destilación. Por otro lado, la producción de planta viva para jardinería y uso doméstico abre aún más las posibilidades de estos cultivos.

Esta empresa cimentada en una cooperativa de trabajo asociado o explotación comunitaria daría trabajo directo a cinco personas.

Si su actividad la completa como debe ser, con artesanía de cerámica, madera o esparto y con alojamientos de casas rurales, nos encontramos con una empresa polivalente que puede dar quince empleos fijos más otros tantos indirectos.

En estos pueblos hacen falta, al menos, dos cooperativas de este tipo para llenar el hueco en alojamientos rurales que se demandan durante todo el año, no sólo en verano.

* Titaguas, Alpuente, Aras y La Yesa: Ya son pueblos eminentemente de secano. La complementariedad a las rentas agrarias o rurales tiene que venir por la actividad agroturística en casas rurales y gastronomía típica.

Diez casas rurales en cada uno de estos pueblos, rehabilitadas y puestas a disposición de una Central de Reservas Turísticas está dando empleo directo a 30 familias. En alguna de las aldeas de Alpuente (El Collado, Corcolilla, La Almeza, etc...), se puede montar un proyecto piloto que englobe un hostel con gastronomía típica, casas rurales y un picadero de caballos.

La aldea cambiaría su aspecto sin perder su ruralidad y rusticidad, sobre todo por la mentalidad empresarial de sus habitantes. Este proyecto es posible; sólo hace falta despertar el interés de cinco o seis habitantes de la zona. Estas aldeas de Alpuente, que conservan hoy muchas tradiciones en las labores del campo (viña, almendro, cereal, forraje, ovino, ...) también tienen productos autóctonos alimentarios (pan y pastas en

horno moruno, miel natural y ecológica, embutidos de jarra en aceite, etc.). Es el lugar ideal para combinar el mundo rural auténtico con los deportes de montaña y la vida tranquila.

Toda esta comarca del Alto Turia se encuentra ya sobre los 1.000 m. sobre el nivel del mar, con lugares lindantes a la Sierra de Javalambre y a la provincia de Teruel, nos hace sentir en otra agricultura, más parecida a otras regiones españolas que a las propiamente valencianas. Sin embargo, Alpente es un bastión de La Serranía Valenciana que hay que conservar, pero también enriquecer con su propia personalidad.

- Rincón de Ademuz:

Las empresas de agroturismo artesanales pueden sacar al Rincón de Ademuz de su letargo económico y frenar su despoblamiento.

El río Turia y el río Ebrón son dos arterias fluviales fundamentales en el desarrollo de esta comarca valenciana.

El desarrollo del Rincón no sólo pasa por la potenciación del manzano y peral con sus excelentes variedades autóctonas cuya reina es la Esperiega, pasa también por el incremento de rentas a través de la puesta en marcha de las casas rurales de alquiler durante todo el año.

La experiencia iniciada hace tres años en la localidad de Castielfabib con una cooperativa polivalente, CEAGA, se puede extender a otros pueblos.

Vallanca, por ejemplo, es un rincón precioso dentro del Rincón, agreste, lleno de fuentes que pueden ser un proyecto piloto dentro de esta comarca.

Casas Bajas, Casas Altas, Torrebaja y Ademuz, junto al río, tienen que potenciar más su gastronomía, a través de manifestaciones culinarias, ofreciendo comidas típicas en las propias casas rurales que ofrecen en alquiler.

Es muy importante saber vender el Rincón. Para ello, sólo es necesario dar a conocer al turista sus múltiples posibilidades:

- Deportivas:
 - piragüismo (dos ríos)
 - espeleología (simas)
 - senderismo (el Calderón, el pico más alto de la C.V.)
- Gastronomía: gachas, empedrados, embutidos, adobes de vinagre.
- Folklore.

Pero ante cualquiera de estos reclamos, el viajero necesita tal vez quedarse a dormir y prefiere alojarse en una casa rural, rústica pero limpia conviviendo con sus dueños, que alojarse en un hotel.

Actualmente ya hay 14 casas rurales disponibles todo el año a precios muy especiales para el turista. Esta puerta de entrada a Aragón y Castilla puede ser aprovechada para que el viajero haga un alto en el camino y conozca a fondo esta comarca valenciana.

Si el desarrollo ha de pasar por sus propios habitantes, hay que dar a estas acciones su carácter de empresa. Podremos pedir ayuda al Ayuntamiento, al Leader o a las Consellerías respectivas, pero hace falta ese grupo de personas promotoras que crean en un proyecto de futuro, con recursos naturales que están ahí, esperando que alguien los explote adecuadamente.

PROVINCIA DE CASTELLON

- Alto Palancia:

Distingamos dos zonas:

1- La llamada "Ruta de los Manantiales" y la parte alta de secano, con las localidades de El Toro, Barracas, Pina de Montalgrao y Villanueva de Viver.

En las localidades de Segorbe, Soneja, Viver, Jérica, Bejís, Teresa, etc, muchos vecinos alquilan sus viviendas por 40 ó 50.000 ptas. al año. Pues bien, esas viviendas, dentro de un plan estratégico y agroturístico, pueden dar unos ingresos a sus dueños 4 ó 5 veces más altos. Es cuestión de organizarse y mostrar una red de casas rurales para todo el año, para el mes de Noviembre, Febrero, etc, ese tiempo que no es verano ni Pascua.

Si ésto se organiza bien, porque uno sólo es muy difícil que lo consiga, sería la puerta de comercialización de otros productos de la zona (alimentarios o no). Es una forma de potenciar a la Asociación de Artesanos de L'Alt Palancia, ARPA. La cerámica, la alfarería, el esparto, los telares, la repostería, cosmética, queso, son productos artesanales de los asociados.

En los pueblos antes mencionados hacen falta entre 3 ó 4 empresas que den trabajo complementario a la actividad agraria. No nos olvidemos de los trabajos forestales que pueden crear empleo seguro durante todo el año y que son compatibles con las labores agrícolas.

¿Cómo? Creando cooperativas de trabajo asociado con un mínimo de 4 socios y que tienen opción de acudir a las subastas de trabajos forestales que los ayuntamientos sacan a contrata.

Estas cooperativas pueden convertirse en polivalentes añadiendo a su actividad el agroturismo y la artesanía.

2- La zona de secano es la que tiene menos habitantes (alrededor de 600 entre los tres pueblos), sin embargo, pueden vender su turismo rural particular con una gran dosis de mundo agrario ancestral. Tierras altas valencianas, pero con sello aragonés, que tienen su propia peculiaridad.

Hay que aprovechar la gastronomía, sobre todo el pan auténtico, embutidos, jamones, carnes, pastas de miel, el pingano (elaborado con nueces y miel de carrasca), etc.

Los bosques de carrascas son ricos en trufas y caza, que dan una visión diferente del bosque mediterráneo de pinos y romeros.

Estos tres pequeños pueblos pueden dar acogida a una red de 20 casas rurales organizadas en una sólo cooperativa agroturística que pueda crear 8 empleos fijos si la actividad rural se diversifica con el alojamiento, la artesanía y la gastronomía.

Mención especial merece la Sierra de Espadán. A caballo entre el Alto Palancia y el Alto Mijares, este lugar privilegiado es una excepción positiva dentro del bosque mediterráneo. El alcornoque es aquí el rey. Mezclado con pino rodeno, castaños y cantuesos, parece que nos hemos trasladado 500 km. hacia el norte. El cerezo silvestre, (*Prunus mahaleb*) también abunda en la zona y, al tener una alta pluviometría, las fuentes aparecen por doquier. Entrando en esta sierra, bien por Artesa o Artana, bien por Almedíjar podemos abarcar tanto la vertiente Norte como la Sur.

Sólo por cuidar la riqueza forestal de la zona y los recursos maderables que posee, tienen cabida dos cooperativas de trabajo asociado dedicadas a limpieza, tala, cortafuegos, repoblaciones, etc.

En determinadas épocas, aprovechando el cantueso silvestre y el tomillo para destilar se podrían instalar estas cooperativas estratégicamente en las zonas de Almedíjar-Aín y en Tales-Ayódar.

La existencia de estas empresas se justifica fundamentalmente por el servicio que pueden dar a la sociedad, así como por los puestos de trabajo que generarían, como mínimo a 10 personas.

Volvemos al tema de las casas rurales, ya que la necesidad de pernóctar un día o varios, obliga a disponer de alojamientos. En caso contrario, después de pasar un buen día de campo tenemos que desplazarnos a otras poblaciones más importantes a dormir, con lo que la posibilidad de unos ingresos muy interesantes, desaparece.

Todos estos pueblos de la Sierra de Espadán, son pueblos de montaña y al encontrarse relativamente cerca de Castellón y Valencia capital, son idóneos para visitar durante todo el año, sobre todo en épocas invernales, donde el clima suave permite toda clase de actividades al aire libre.

Pues bien, en lo que son los pueblos de la Sierra de Espadán hacen falta, al menos, 35 casas rurales, que den cabida a unas 140 personas a la vez. El poner en condiciones de alquiler (permisos oficiales de Turismo, arreglo de casas, etc.) más que un hándicap, es riqueza que se crea, tanto en la conservación del patrimonio como en el trabajo a terceros que se ofrece.

- Alto Mijares:

La cooperativa Mas de Noguera en Caudiel, fue la primera que aprovechó los recursos naturales a nivel empresarial: explotando la ganadería, las colmenas y el monte como material didáctico, ofreciendo a la vez alojamiento y comida típica.

En la zona de Montán, Cortes de Arenoso, Poble de Arenoso y Fuente la Reina, el despoblamiento de los últimos años obliga a crear riqueza complementando las rentas agrarias.

Montanejos ha ido evolucionando casi sólo desde Castellón y Valencia, y últimamente con apoyo de la Agencia Valenciana de Turismo. Es una excepción en esta comarca en cuanto a desarrollo rural se refiere, pero los otros pueblos antes mencionados necesitan crear puestos de trabajo a través de jóvenes que, con formación empresarial y no sólo con buena voluntad, exploten los recursos naturales del río Mijares y del pantano de Arenoso, las masías diseminadas que se pueden rehabilitar y ofrecer alojamiento y comida, además de los trabajos forestales que antes comentaba en la Sierra de Espadán.

- El Maestrazgo:

Aunque distingamos el Alt Maestrat y el Baix Maestrat, nos referimos a la zona que, como una raya imaginaria, transcurre entre Adzaneta y Rosell, pasando por Albocácer y San Mateo, teniendo como límites superiores Els Ports con Castellfort y Vallibona.

Esta comarca, de gran tradición y renombre, es por antonomasia la zona turística rural de Castellón.

Si vamos hacia el Peñagolosa, Adzaneta y Vistabella son paradas obligadas. La conclusión empresarial sería: si el Peñagolosa es muy visitado, con lo cual ya tenemos aquí a los clientes que buscamos, hay que conseguir que no sólo disfruten del paisaje o incluso de la gastronomía típica, sino que dispongan de alojamientos rurales para pasar varios días en estos pueblos. Adzaneta, Vistabella, Benafigos y Chodos, son pueblos que pueden ofrecer en conjunto 30 casas y masías con pleno sabor rural.

Si nos dirigimos hacia Villafranca y Ares como zonas altas, no podemos olvidar Culla y Benasal, éste último de gran tradición por su balneario, y Culla porque está haciendo un gran esfuerzo, todo el pueblo con su ayuntamiento a la cabeza, por mejorar su aspecto e instalaciones. La Agencia de Desarrollo Local está trabajando en la posibilidad de organizar una red de masías rurales y casas de pueblo para que los visitantes, después de pasar un buen día, no se vayan a dormir a otro sitio. Torre Embesora y Los Ibarsos también pueden entrar por esta línea de futuro.

El nuevo acceso a Morella por Ares está dando a este pueblo y al puerto de Ares un tránsito inusitado. Hay que aprovecharlo para recuperar el patrimonio del pueblo, ofreciendo alojamientos lejos de los grandes núcleos.

Hacia el norte pasamos por Albocácer, que empezó hace tres años a organizar sus masías y casas rurales en una cooperativa agroturística (Turistrat), subvencionada por la CAMA, a través del Servicio de Cooperativismo Agrario Valenciano. Tal vez, el siguiente paso sea que Turistrat diversifique su oferta y se dedique a ofrecer, además de alojamientos en un pequeño hostel, una gastronomía típica y abundante, empleando menaje de barro, así como artesanía de madera y forja.

San Mateo, la capital del Maestrazgo tiene mucho que ofrecer. Sus habitantes, la mayoría agricultores, tienen en el olivo su mejor aliado. Sin embargo, existen tierras aptas para el cultivo de lavandín, espliego, tomillo y orégano, tanto en esta localidad como en Chert, Tírig y Canet lo Roig. Una cooperativa de plantas aromáticas y medicinales podría dar un nuevo impulso a estas tierras y si el número de hectáreas cultivadas es suficiente, se puede pensar en instalar en la comarca una destiladora para aprovechar el valor añadido de los aceites esenciales, al igual que la existente hace años en Jérica.

Continuando hacia el norte, buscando los montes de Benifasar y la Pobla que lleva su nombre, lindamos con la provincia de Tarragona, donde el Pantano de la Cenia es de gran atractivo turístico. En la Pobla de Benifasar está instalado un hotel de montaña para 26 plazas. Debido a la demanda que tiene, un negocio rentable sería habilitar en la misma zona casas rurales que ocupen el total de la demanda existente. En El Boixar ya se ofrecen casas en este sentido. También podemos conectar con la comarca de Els Ports atravesando toda la Sierra de la Tinença, con masas forestales de gran riqueza y endemismos botánicos a conservar, refugio de cabras montesas y grandes rapaces.

- Els Ports:

Cuando se habla de esta comarca, la primera palabra que viene a la boca es Morella. Pero las personas del medio rural se encuentran también en Olocau, La Mata, Todolella, Cinctorres, Castellfort, Forcall, Herbés, Zorita, Palanques, Vallibona, Ortells, etc. Estos son los pueblos a potenciar, aprovechando el tirón de la ciudad más emblemática.

De todos es conocida la gran afluencia que tiene Morella en sus fiestas, su Feria, sus vacaciones, y la falta de camas en momentos puntuales.



*Casa de turismo rural del
Portell de Morella*

En mi opinión, no se trata de hacer más hoteles en Morella, sino de potenciar las poblaciones antes citadas, que se encuentran relativamente cerca y que pueden ser ciudades dormitorio en esas fechas y en otras, pues la demanda es durante todo el año.

Pero estos pueblos de alrededor también tienen su gastronomía, sus fiestas, sus lugares de interés turístico (río Bergantes, la Balma en Zorita, Monasterio de la Vallivana, etc.).

Entre la docena de pueblos que rodean Morella, se pueden instalar 10 masías restauradas para uso turístico (cumpliendo la normativa) y 60 casas rurales en el mismo núcleo urbano. Aprovechando el Programa Leader II y la línea de subvención de la Generalitat a las cooperativas agroturísticas, no es ninguna utopía que a medio plazo se alcancen estas cifras. Asentaría en sus poblaciones a 70 familias que bien pueden ser 200-250 personas. Algunos ejemplos tenemos ya con las recién constituidas (en turismo rural) de Ortells y Palanques: Cooperativa Els Ports, la Cooperativa Masía Ferré y la Cooperativa Torre Gargallo en Morella.

Claro está que al estar toda la zona rodeada de montes, bien de carrasca o de pino, permite volver a retomar la idea de las cooperativas agroforestales únicamente o polivalentes, donde cada uno de los socios tiene una actividad y responsabilidad dentro de la empresa.

EL PROGRAMA LEADER I EN LA COMUNIDAD VALENCIANA.

Amparo Gómez Miguel
Economista

El programa LEADER I (Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural) comienza a ser aplicado en España el 1 de enero 1992 hasta el 30 de abril de 1994,

Su objetivo ha sido demostrar, a través de la puesta en marcha de programas locales de desarrollo endógeno, la posibilidad de impulsar el desarrollo de las comarcas rurales, mediante un enfoque integrado, a través de instituciones y organizaciones representativas.

El modelo de intervención ha consistido en subvenciones globales integradas, designando al Instituto Nacional de Reforma y Desarrollo Agrario (IRYDA) para coordinar el uso de la subvención por parte de los Grupos de Acción Local

El principal logro del programa LEADER I ha sido la creación de una red de Grupos de Acción Local como nexo de unión entre ayuntamientos, entidades y población local, que han dispuesto de un margen de decisión propio para aplicar localmente las actividades y proyectos que creían más convenientes para potenciar su desarrollo.

Ha sido el primer programa de desarrollo rural que se aplica en España y que trata de incorporar los conceptos de endógeno, integrado, innovador, demostrativo y participativo.

En la Comunidad Valenciana nos encontramos ante tres grupos situados en las zonas interiores, montañosas y despobladas de la Comunidad Valenciana. El grupo de Els Ports afecta a municipios de las comarcas de Els Ports, la Tinença de Benifassá y el Maestrazgo. El grupo de Mijares-Palancia abarca municipios de las comarcas de Alto Mijares y Alto Palancia, y el grupo alicantino comprende municipios de las comarcas de l'Alcoiá, el Comtat, la Marina Alta, la Marina Baixa y l'Alacanti.

Estos tres grupos se caracterizan por abarcar territorios que se encuadraban como Zonas de Agricultura de Montaña.

Nos encontramos ante grupos cuyo territorio no se compone de una sola comarca, sino de varias: 2 en Mijares-Palancia, 3 en Els Ports y 5 en la montaña alicantina.

Los tres grupos valencianos responden a la misma tipología. Se trata de grupos donde solamente participan ayuntamientos, bien a través de sus alcaldes directamente, bien representando los alcaldes a los ayuntamientos.

Estos grupos carecían de experiencia en temas de desarrollo rural, esta circunstancia ha afectado negativamente a su funcionamiento, ya que los primeros años del programa no han podido ser del todo aprovechados, pues los grupos estaban más preocupados en aprender a operar como grupo de desarrollo que a ejecutar o fomentar actuaciones.

Dos de los grupos abarcan un gran número de municipios, 51 municipios (Mijares-Palancia) y 44 en la Montaña de Alicante, mientras que el tercer grupo abarca 17 municipios (Els Ports). En total suman 112 municipios, es decir, que en la Comunidad Valenciana el Programa Leader ha afectado al 21% de los municipios existentes.

Las zonas rurales incluidas en estos tres programas han abarcado una superficie de 3.971 Km², con una población de 64.000 habitantes y una densidad de 16 habitantes por Km².

Se han conseguido resultados importantes en los flujos de inversión generados en comarcas tradicionalmente caracterizadas por una atonía inversora derivada de ausencia de dinámica empresarial, la inversión ha supuesto 4.243 millones de pesetas en los programas valencianos.

Las desviaciones entre lo previsto y lo comprometido han sido notables en los tres grupos. La Montaña de Alicante invierte un 54% más de lo previsto, Mijares-Palancia

un 51% más y Els Ports un 49%. Este incremento de la inversión, que en el conjunto de la comunidad supone un 52% más, debe anotarse como uno de los mayores éxitos de los programas.

El turismo rural adquiere una significación importante en los programas (69% de la inversión) confirmando la importancia creciente de esta actividad en la diversificación de la economía del medio rural y en la generación de nuevos empleos, en respuesta todo ello a la demanda de ocio y naturaleza de las poblaciones urbanas.

En estos tres grupos se han creado 13 empresas, entre asociaciones, Sociedades Anónimas, Sociedades Laborales y cooperativas, un dato importante debido a la situación regresiva de las economías de estas comarcas.

Se han creado unos 530 puestos de trabajo, en especial entre los sectores jóvenes, consecuentemente, esto ha frenado la emigración.

Los programas comunitarios de la UE están actuando de incentivo para la movilización, bien consolidando dinámicas previas o bien provocándolas donde no existían. En definitiva, el desarrollo rural no es una tarea fácil, pero no parece que haya otras alternativas para ofrecer proyectos de futuro a las zonas rurales españolas.



DESARROLLO Y MEDIO RURAL

Manuel Serrano Richarte
Presidente FECHOAV

La despoblación del medio rural en beneficio de las áreas urbanas, es un proceso continuado que tuvo su periodo más acusado durante la etapa de desarrollismo económico de las décadas sesenta y setenta. Hoy, pese a haber disminuido considerablemente este fenómeno social, no se puede decir que sea un problema solucionado y que haya dejado de tener lugar.

Así pues, resulta norma extendida en el interior valenciano la existencia de pequeños municipios con elevada edad media, y lo que es peor, con un escaso relevo generacional que asegure la supervivencia de estas pequeñas entidades locales.

Sin entrar en cuestiones específicas y de ámbito comarcal, las principales causas que han favorecido la emigración de la población rural a la ciudad se pueden resumir en las siguientes: la escasa dotación de servicios públicos y privados de todo tipo; reducción en las plusvalías generadas por las explotaciones agropecuarias; y pérdida de competitividad de las industrias tradicionales y de carácter local frente a las desarrolladas en ambientes urbanos o en el mercado internacional.

Esta situación que continua agravándose al asumir España la plena internacionalización de su economía, hace necesaria la introducción para nuestra sociedad rural de un marco de desarrollo económico y social distinto al actual.

Estratégicamente hablando, este nuevo marco de desarrollo deberá sustentarse en la búsqueda y explotación de nuevas áreas económicas basadas en el hecho diferencial local; en la evolución cualitativa del mercado agropecuario con el objeto de abrir o penetrar en mercados en expansión; o bien en áreas de negocio complementarias a las existentes en el medio urbano.

El cooperativismo agrario tiene mucho que decir en estos temas como parte interesada en la mejora de la economía local, y en la supervivencia de una forma de vida ligada a la explotación de los recursos autóctonos. En este sentido, las Uniones Territoriales y la propia Federación de Cooperativas deberán de ir asumiendo cada vez más un papel activo en un desarrollo local sostenible y respetuoso con el medio rural.