

Las estrategias de gestión medioambiental en los establecimientos de turismo rural: Evidencias empíricas sobre la gestión, beneficios y percepción en Castilla y León

Autores: Pedro Cuesta Valiño, Pablo Gutiérrez Rodríguez, José Luis Vázquez Burguete
Departamento de Marketing de la Universidad Pontificia Comillas, Departamento de Dirección y Economía de la Empresa de la Universidad de León

Resumen

El turismo rural es un fenómeno que ha presentado un incremento en los últimos años fabuloso, pero con el paso del tiempo, el propio concepto de producto turístico rural ha evolucionado. Uno de los aspectos más abandonados es la gestión medioambiental que, dado el lugar donde se realiza el turismo rural, es intrínseco a la propia práctica de esta actividad. Los beneficios y barreras de las prácticas de estas acciones han de ser conocido y abordados tanto por los empresarios como por las administraciones.

Palabras claves: Turismo rural, medioambiente.

Abstract

The rural tourism is a phenomenon that it has presented a fabulous increment in the last years, but as the same time as it has spent time, the own concept of rural

tourist product has evolved. One of the more sloppy aspects is the environmental management, if we consider the place where rural tourism is practiced, it is intrinsic to the own practice of this activity. The benefits and barriers of these practices must be known and implemented for managers and administrations.

Key words: Rural tourism, environmental.

I. Introducción

La generalización de la conciencia medioambiental viene provocando una alteración en el entorno competitivo en el que se desarrolla la actividad empresarial. Esta nueva situación da lugar a nuevas oportunidades y amenazas, tales como imperativos y normativas legales, la posibilidad de diferenciar y mejorar su imagen del producto y de la de la empresa ante sus clientes, sus empleados y la sociedad en general, incluso el poder reducir costes y conseguir sinergias productivas.

No obstante, las estrategias medioambientales son muy diferentes en función del tipo de producto, el sector de actividad, las características de los clientes, etc. La gran mayoría de los análisis realizados se centran en el impacto y actuaciones de las empresas manufactureras, y no tanto en el de las empresas de servicios, al asumirse que su influencia sobre el medio ambiente es mucho menor, así como la necesidad de su análisis y regulación en relación con las urgencias planteadas por las actividades industriales de mayor riesgo.

Con todo, dentro del sector servicios se aglutinan actividades muy heterogéneas y con muy diferentes repercusiones sobre el medio ambiente, y el crecimiento de sectores tan importantes para la economía de nuestro país como el turístico (en número de turistas, volumen de puestos de trabajo, etc.) y la diversificación de su oferta (turismo de sol y playa, de congresos, cultural, rural, etc.) determina que cada vez sea mayor la obligación de estas empresas de rendir cuentas a la sociedad por el uso o incluso, apropiación, de unos recursos naturales para el desarrollo de su actividad que, en realidad, forman parte del patrimonio medioambiental del conjunto de la sociedad.

Partiendo de estos planteamientos iniciales, en el presente trabajo se presentan los resultados obtenidos con un estudio empírico llevado a cabo en Castilla y León acerca de las estrategias de gestión medioambiental seguidas por parte de los establecimientos de turismo rural de dicha Comunidad Autónoma. Se presta especial atención hacia elementos tales como los tipos de estrategias que actualmente se están llevando a cabo, la percepción de la importancia de llevar a cabo estos tipos de estrategias por parte de quienes las aplican y de otros colectivos relacionados con la actividad turística rural, los beneficios derivados de la implantación de estrategias medioambientales, así como las dificultades de orden práctico que han de afrontarse para ponerlas en marcha.

Desde este punto de vista, hay que tener en cuenta que las áreas y zonas rurales han sido los espacios adecuados para la localización y realización de actividades turísticas, de ocio y tiempo libre desde mucho tiempo atrás (Towner, 1996); pero es a partir de la Segunda Guerra Mundial, coincidiendo con el despegue generalizado de todo el sector, cuando la oferta turística de los emplazamientos rurales cobra verdadera relevancia, abordándose desde puntos de vista más rigurosos y sistemáticos, con menor lugar a la improvisación (Cloke, 1993).

Con estos nuevos planteamientos, las actividades de ocio y turismo en el medio rural han pasado de ser un elemento pasivo y de menor importancia –las más de las veces casi anecdótica– en las localidades en que tenían lugar, a convertirse en agentes activos, dominantes e impulsores del cambio y el desarrollo en dichas comunidades (Butler, Hall y Jenkins, 1998).

No obstante, el turismo rural por sí mismo no es en modo alguno una “*panacea*” para el desarrollo de los lugares en que se ubica, sino que sus fórmulas –algunas de ellas claramente gastadas– requieren una evaluación crítica de su efectividad y su impacto sobre el medio en que se desarrollan.

II. La moderna concepción del turismo rural

La realización de actividades vinculadas al turismo y al ocio han sido, pues, y desde largo tiempo atrás, importantes factores de cambio en el medio rural (Butler, Hall y Jenkins, 1998). Hasta hace tan solo dos o tres décadas, este tipo de actividades estaba vinculado de una forma muy directa al carácter rural de los emplazamientos; se trataba de actividades que en su gran mayoría y en esencia eran diferentes de las que se podían llevar a cabo en el medio urbano, y una de las principales razones por las que resultaban sustancialmente diferentes era precisamente el emplazamiento en el que tenían lugar. En términos generales podían caracterizarse por adjetivos tales como *relajantes*, *bucólicas*, *nostálgicas*, *tradicionales*, *tecnológicamente poco desarrolladas*, y un largo etcétera, así como, en la mayoría de los casos, por la nota de no competitividad entre ellas. A título ilustrativo, tales actividades incluían pasear, ir de excursión, hacer picnic, pescar, cazar, pasear en barca, admirar el paisaje, visitar edificios y lugares históricos y/o culturales, acudir a manifestaciones folclóricas, montar a caballo, contemplar las tareas agrícolas, etc.

Durante el transcurso de los últimos años, a las anteriores se han unido otras actividades de contenido bastante diferente, y mucho más activas, competitivas, modernas, individualistas y, sobre todo, rápidas, entre las que se encuentran las compras, los paseos en bicicleta y en vehículos 4x4, el esquí, la escalada, el parapente, el puenting, los juegos de supervivencia, el terror, el turismo de aventura, el ecoturismo en todas sus modalidades (desde las más *light* hasta las más duras), etc. Todo ello ha demandado el establecimiento de facilidades o resorts específicos, con medios cada vez más sofisticados, que han alterado tanto la apariencia como la vida en el medio rural.

Unas y otras circunstancias llevan a algunos a postular que los emplazamientos *tradicionales* ya no son en modo alguno oferta suficiente como para atraer al turista al medio rural, y que necesitan ponerse al día para posibilitar algunas formas especializadas, y quizá incluso postmodernas, de pasar el tiempo libre en el mundo contemporáneo que los caractericen y diferencien frente a la oferta de otros lugares.

Otra postura, con la que nos sentimos más identificados, es la de quienes piensan que lo que realmente hay que hacer es reflexionar sobre el impacto de las diferentes actividades y analizar cuáles resultan adecuadas y sostenibles, tanto a corto como a medio y largo plazo, y no sólo en términos de estricta rentabilidad económica.

III. El concepto de turismo rural

Dar una definición del turismo rural o, más bien, de las diferentes actividades que integran el turismo rural, resulta una tarea harto complicada, por no decir imposible, y ello porque la multiplicidad de aspectos y connotaciones que las dotan de identidad propia y, a la vez, las asemejan a las propias de otras modalidades turísticas (tales como las del turismo ecológico, las del turismo cultural, o las del turismo medioambiental), difícilmente pueden ser expresadas de una forma única.

Las diferentes disposiciones legales que han regulado este tipo de actividades tampoco son de mucha ayuda en este sentido. Así, por ejemplo, la primera normativa existente en España sobre turismo rural, que era la que en 1967 regulaba el Programa de Vacaciones en Casas de Labranza auspiciado por la Agencia de Extensión Agraria del Ministerio de Agricultura y por el Ministerio de Información y Turismo, venía a decir que se trataba de aquel tipo de turismo desarrollado en localidades pequeñas de interior o en el campo, y en las que la actividad económica más importante es la agricultura, la explotación forestal o la ganadería. A esta primera definición, Vogeler y Hernández (2000) añaden la nota consustancial –que entienden latente en el texto legal– de que la motivación que impulsa a los turistas rurales se encuentra estrechamente ligada al medio natural.

Si esta primera tentativa conceptual resulta claramente imprecisa, la atribución de competencias a las comunidades autónomas ha venido a complicar aún más la situación, pues las distintas regulaciones son muy dispares, tanto a la hora de definir las actividades de turismo rural o indicar los requisitos que las deben caracterizar y permitir su clasificación, como incluso, y simplemente, en el momento de dar nombre a los establecimientos en los que se van a desarrollar tales actividades (ver Cuadro 1). De este modo resulta muy difícil pensar en acciones conjuntas de promoción, la utilización de una misma imagen corporativa, etc. entre establecimientos de diferentes comunidades.

No obstante lo anterior, y a los efectos del presente trabajo, utilizaremos como referencia la definición, de acuerdo con la cual, *turismo rural* sería *el turismo en pequeñas localidades de interior, relacionado con la realización de actividades de descanso y la observación y/o participación en actividades económicas o culturales tradicionales de las mismas*.

Cuadro 1

Denominación de los establecimientos de Turismo Rural en las diferentes Comunidades Autónomas españolas y Normativa de Referencia

| COMUNIDAD AUTÓNOMA: | DENOMINACIÓN: | NORMATIVA: |
|------------------------|--|--|
| Andalucía | <ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales • Viviendas turísticas de alojamiento rural | <ul style="list-style-type: none"> • Ley 12/1999 de 15 de Diciembre |
| Aragón | <ul style="list-style-type: none"> • Viviendas de turismo rural • Hotel rural | <ul style="list-style-type: none"> • Ley 6/2003 de 27 de Febrero |
| Principado de Asturias | <ul style="list-style-type: none"> • Hoteles rurales • Casas de aldea • Apartamento rural | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 143/2002, de 14 de Noviembre • Ley 7/2001 de 22 de Junio |
| Baleares | <ul style="list-style-type: none"> • Hoteles rurales • Alojamientos de agroturismo • Aloj. de turismo de interior | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 62/95, de 2 de Junio • Ley 2/99 de 24 de Marzo • Ley 6/99 de 3 de Abril |
| Canarias | <ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales • Hoteles rurales | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 18/98, de 5 de Marzo |
| Cantabria | <ul style="list-style-type: none"> • Palacios y casonas • Posadas de Cantabria • Casas de labranza • Viviendas rurales • Albergues | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 31/97, de 23 de Abril |
| Castilla y León | <ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales • Posadas • Centros de turismo rural | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 84/95, de 11 de Mayo |
| Castilla-La Mancha | <ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales • Casas de labranza | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 43/94, de 16 de Junio |
| Cataluña | <ul style="list-style-type: none"> • Residencias-casas de payés • Masías • Casas de pueblo • Aloj. rurales independientes | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 214/95, de 27 de Julio |
| Extremadura | <ul style="list-style-type: none"> • Apartamentos rurales • Casa rural • Hoteles rurales | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 120/98, de 6 de Octubre • Decr. 4/2000 de 25 de Febrero |
| Galicia | <ul style="list-style-type: none"> • Pazos • Casas de aldea • Casas de labranza | <ul style="list-style-type: none"> • Orden de 2 de Enero de 1995 |
| Madrid | <ul style="list-style-type: none"> • Establec. de turismo rural | <ul style="list-style-type: none"> • Ley 1/1999 de 12 de Marzo |
| Murcia | <ul style="list-style-type: none"> • Aloj. turísticos especiales en zonas de interior | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 79/92, de 10 de Septiembre |
| Navarra | <ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. Foral 200/91, de 16 de Mayo • Decr. Foral 105/93, de 22 de Marzo • Decr. Foral 53/95, de 20 de Febrero |
| País Vasco | <ul style="list-style-type: none"> • Establ. de agroturismo • Hoteles rurales • Casas rurales • Campings rurales • Apartamentos rurales | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 210/97, de 23 de Septiembre |
| La Rioja | <ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 11/2003, de 10 de Octubre • Ley 2/2001 de 31 de Mayo |
| Comunidad Valenciana | <ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales • Acamp. en fincas particulares • Albergues turísticos | <ul style="list-style-type: none"> • Decr. 253/94, de 7 de Diciembre |

Fuente: Elaboración propia.

A pesar de las diferentes regulaciones y denominaciones, los alojamientos que conforman esta oferta suelen caracterizarse por cumplir una serie de requisitos en cuanto a su propia ubicación (en pequeñas localidades de interior, no en ciudades ni en la costa), las características de la edificación (ya se trate de edificios rehabilitados con esta finalidad o de nueva construcción, en consonancia con la arquitectura tradicional del lugar), su capacidad (número reducido de habitaciones), y la duración de las estancias (limitada).

También en líneas generales, e independientemente del nombre concreto que reciban, puede hacerse una clasificación de los diferentes establecimientos, utilizando para ello su forma de utilización como elemento de referencia. De este modo cabría distinguir entre:

- Alojamientos que suponen el alquiler de todo un establecimiento que se encuentra destinado de manera exclusiva a la actividad turística.
- Alojamientos que suponen el alquiler de una o varias habitaciones dentro de un establecimiento que se encuentra destinado de manera exclusiva a la actividad turística.
- Alojamientos que suponen el alquiler de una o varias habitaciones dentro de un establecimiento que no se encuentra destinado de manera exclusiva a la actividad turística y en el que existe como requisito indispensable algún tipo de convivencia en mayor o menor grado con el propietario del mismo y con las ocupaciones habituales de éste.

IV. Beneficios e inconvenientes del turismo rural

Las actividades de turismo rural se han venido utilizando, desde su sistematización, como elemento favorecedor del progreso económico en el medio rural, configurándose así una nueva propuesta de desarrollo cuyo protagonismo compartirían con las actividades tradicionales de la zona en que se implanten, con las que competirían y a las que, a un mismo tiempo, complementarían.

En este sentido, y tal y como indica Reyna (1992: 8-9) son actividades que resultan particularmente adecuadas al medio rural por cuanto que éste, desde el punto de vista económico:

“necesita respuestas autóctonas, perfectamente incorporadas a las redes empresariales actuales, pero que surjan de su propio entorno, y que respondan a sus características sociales, culturales, e incluso naturales. No se trata tan sólo de [evitar la despoblación] y fijar población [en el medio] rural en términos cuantitativos, [sino que en realidad de lo que] se trata [es] de rejuvenecer esta población ofreciendo expectativas de futuro, y sobre todo que la actividad económica y productiva dominante responda a los cánones

clásicos del entorno, a fin de asegurar el desarrollo medioambiental y el mantenimiento de las tradiciones culturales”.

Específicamente, el turismo rural presenta las siguientes cuatro ventajas como elemento impulsor del desarrollo:

- *Tiene posibilidades de expansión rápida y eficaz*, sobre todo en la medida en que se pueda influir para cambiar los hábitos de los flujos de turistas previamente existentes (mayoritariamente encaminados hacia las actividades de *sol y playa*) o para captar otros segmentos de población (individuos descontentos con el contenido de la oferta del turismo de masas y partidarios de alternativas más selectivas, así como aquellos otros que se incorporan al mercado y aún no tienen unas preferencias claramente establecidas).
- *Permite una obtención de ingresos rápida y constante*, siempre y cuando se lleve a cabo una gestión con un mínimo de profesionalismo ya que, con respecto a las formas tradicionales de turismo, el nivel de ingresos resulta mayor en términos relativos en relación con el montante de la inversión requerida, y asimismo se pueden eliminar en gran medida los inconvenientes derivados de la estacionalidad.
- *Mantiene, e incluso revitaliza, las actividades productivas dominantes en el medio rural*, ya que requiere del mantenimiento del hábitat y la actividad tradicional de las localidades receptoras de visitantes, pudiendo mejorar la oferta (agrícola, ganadera, artesanal, etc.) en términos de calidad y adecuación de los canales de comercialización, a fin de poder dar una respuesta adecuada a la demanda suplementaria que se genera.
- *Contribuye al establecimiento de nuevas actividades económicas de carácter complementario de las propiamente rurales*, como pueden ser las relacionadas con la hostelería (no alojamientos de turismo rural) y la restauración, el pequeño comercio, la construcción, las comunicaciones, los servicios sanitarios, los servicios financieros, etc.

No obstante, la realización de actividades de turismo rural no se ve exenta de la presencia de inconvenientes, ya que asumir una postura activa de cara al desarrollo, en el sentido comentado en párrafos anteriores, no es tarea fácil, pues los objetivos a conseguir deben plantearse de un modo global (para todo tipo de actividades), con un aprovechamiento sostenible a corto, medio y largo plazo de los recursos endógenos.

Cabe afirmar, por tanto, que *turismo sí, pero no a cualquier precio*. En primer lugar, las actividades turísticas no necesariamente son las más adecuadas para estimular el desarrollo en todas y cada una de las zonas del mundo. Por otra parte, las actividades turísticas puede que no se lleven a cabo de una forma adecuada, y premisas tales como la rentabilidad a corto plazo, la atracción masiva de individuos o, en definitiva, la gestión de la *cantidad*, no resultan sostenibles no sólo por la falta de diversificación

de la oferta, sino sobre todo por el deterioro de los recursos patrimoniales de todo tipo (naturales, históricos, culturales, etc.) que comportan.

Frente a estos planteamientos, el turismo rural surgió con la pretensión de captar un tipo de clientes partidarios de la tranquilidad, atención personalizada, familiaridad en el trato, etc., es decir, de gestionar *calidad*. Sin embargo, la realidad muestra cómo estos objetivos se han desvirtuado en bastantes casos, corriéndose el riesgo de degradación patrimonial y medioambiental, así como de masificación, con respecto a unos productos que no siempre se han sabido comunicar y posicionar correctamente.

V. Estudios sobre las estrategias de gestión medioambiental en el sector turístico

Las empresas pertenecientes al sector de los servicios han sido objeto de una menor atención en lo que se refiere a su gestión medioambiental, asumiéndose que, de forma global, su impacto directo sobre el medio natural es mucho menor, y considerándose, en consecuencia, que su análisis y su regulación resultan mucho menos prioritarios en términos relativos si se efectúa la comparación con las urgencias planteadas por las actividades industriales de mayor riesgo.

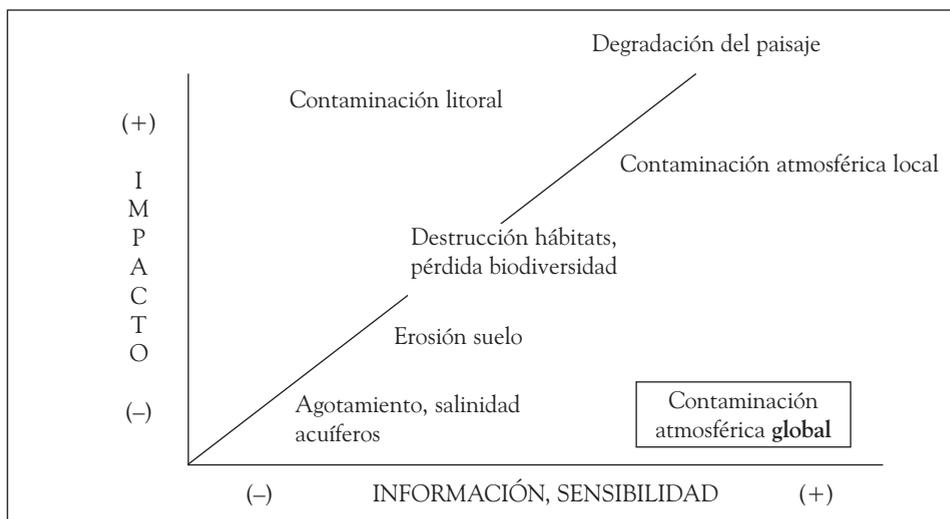
Con todo, dentro del sector de los servicios se aglutinan diversas actividades de características muy heterogéneas y, en consecuencia, con unas repercusiones muy diferentes sobre el medio ambiente. El crecimiento de sectores concretos tan importantes para la economía de nuestro país como el turístico (medido en número de visitantes, en cifras de ingresos, en número de trabajadores directa e indirectamente empleados, etc.), y la diversificación de su oferta (turismo rural, turismo cultural, turismo ecológico, etc.) determina, por ejemplo, que cada vez sea mayor la obligación de estas empresas de rendir cuentas a la sociedad por la utilización o, incluso, apropiación de recursos naturales para el desarrollo de su actividad que, lejos de ser libres e inagotables, en realidad forman parte del patrimonio medioambiental del conjunto de la sociedad.

Toda esta evidencia resulta claramente perceptible no sólo en relación con las principales actividades sobre las que tradicionalmente ha descansado la rentabilidad de los establecimientos turísticos (alojamiento y restauración), sino tanto y más con respecto a otras con las que recientemente aquéllos han venido incrementando y diversificando cada vez más su oferta de cara al cliente (excursiones, actividades deportivas y de ocio de todo tipo, etc.). De este modo nos encontramos ante una serie de organizaciones a las que resulta perfectamente aplicable el calificativo de “*destructoras silenciosas del medio ambiente*” que Hutchinson (1996) atribuyó recientemente y de forma global a las empresas de servicios, y para las cuales “*el llevar a cabo estudios sobre sus pautas de gestión medioambiental y la formación de sus trabajadores al respecto constituye una auténtica necesidad, percibida cada vez con mayor claridad e intensidad*”.

A continuación haremos referencia a algunos de los estudios llevados a cabo en los últimos años por autores españoles acerca de la gestión medioambiental de las empresas turísticas en nuestro país.

González y León (1998) analizan los diferentes problemas a los que debe hacer frente el Archipiélago Canario como consecuencia de su orientación hacia el turismo de masas, agrupándolos en siete categorías diferentes: Contaminación atmosférica y cambio climático; erosión y degradación del suelo; contaminación y degradación del litoral marino; agotamiento y degradación de las aguas subterráneas; pérdida de biodiversidad; degradación del paisaje; y pérdida de calidad del medio ambiente urbano. La solución a esta problemática la plantean, desde una perspectiva teórica, a través de una estrategia de desarrollo sostenible que pasaría por elaborar y poner en práctica planes en consonancia con los Programas de Acción Medioambiental de la UE y la Estrategia Mundial para la Conservación de la Naturaleza.

Gráfico 1
Impacto ambiental vs. Información y sensibilidad.



Fuente: González y León (1998)

Más concretamente, afirman que los efectos sobre los ecosistemas y procesos ecológicos esenciales pueden conducir a la reducción de la dotación de recursos naturales de un destino turístico, y con ello, a una reducción del atractivo y valoración de los productos turísticos del mismo. Este hecho, en el caso del turismo rural, puede convertirse en un lastre enorme. Al mismo tiempo, señalan que el modo y la intensidad en que los problemas ambientales pueden influir en la calidad y el valor de la

experiencia turística de los visitantes de un determinado destino, dependen de factores tales como el carácter más o menos directo del impacto ambiental en los ámbitos en los que el visitante consume los servicios turísticos, y la información disponible y la sensibilidad ante la misma por parte de los visitantes, que denomina el autor, variables de percepción. El gráfico 1 trata de representar las coordenadas de cada problema ambiental respecto de las dos variables de percepción enunciadas, la proximidad e inmediatez del impacto, de un lado, y la información y sensibilidad al respecto del mismo.

En sus diversos trabajos, Aragón (1995a y 1995b) expone las conclusiones derivadas de la realización de un estudio empírico sobre la actividad turística de diferentes municipios pertenecientes a Parques Nacionales en relación a la de otros circundantes que no pertenecen; mostrando los beneficios de la gestión medioambiental, si bien con el matiz de que en este caso ésta viene dada por la imposición de la legislación tremendamente restrictiva que afecta a este tipo de territorios.

Álvarez, de Burgos y Céspedes (1999), también desde una perspectiva empírica, clasifican un total de 242 establecimientos hoteleros en función de las diferentes dimensiones que contribuyen a explicar su respuesta ante las consideraciones de tipo medioambiental. Dichas dimensiones las sintetizan en las cinco siguientes: La presión del entorno social; la formalización de la gestión ambiental; la necesidad de llevar a cabo una gestión ambiental mínima; la gestión ambiental avanzada -proactiva o diferenciadora-; y la utilización de técnicas de dirección de operaciones.

En un estudio posterior estos mismos autores clasifican 300 establecimientos hoteleros en función de las estrategias de gestión medioambiental adoptadas (Álvarez, de Burgos y Céspedes, 2001). Concretamente consideran las cuatro categorías de quienes utilizan una estrategia reactiva, defensiva, acomodativa, o proactiva. Asimismo analizan la importancia de la protección medioambiental para los principales colectivos o grupos de interés relacionados con la actividad turística.

Utilizando el método del coste de viaje y en base a un estudio empírico realizado sobre diversos espacios naturales de la Isla de Mallorca, Riera (2000) elabora un modelo para valorar las características o atributos medioambientales de los espacios turísticos, así como para explicar las posteriores preferencias en la selección de destinos y, por ende, la asignación de visitas entre los diferentes espacios.

Díez de Velasco (2000) plantea desde una perspectiva jurídica la necesidad no sólo de un régimen sancionador para evitar el deterioro del medio ambiente y posibilitar así un desarrollo sostenible, sino además la conveniencia de que las nuevas inversiones contemplen ya de partida estos planteamientos, llegando incluso a postular la posibilidad de que exista una imposición de carácter ecológico, particularmente en relación con las inversiones turísticas.

Aguiló (2000) sintetiza diversas aportaciones teóricas que justifican los cambios en los modelos turísticos y la ordenación del territorio en relación con el medio ambiente, en base a la creciente preocupación social por los impactos medioambien-

tales de las actividades turísticas, la demanda creciente de nuevas experiencias por parte de los turistas, y el interés, igualmente creciente, por integrar la conservación del medio natural y las políticas de desarrollo económico.

Finalmente, Gutiérrez y García (2001) llevan a cabo un estudio empírico sobre consumidores turísticos, a fin de contrastar la relación bidireccional positiva que postulan entre la actividad de las empresas turísticas y el medio ambiente.

VI. El turismo rural en Castilla y León

En Castilla y León el turismo rural empezó a regularse en 1993 pero ante el desarrollo producido en este tipo de turismo aparece una nueva normativa que actualmente regula esta actividad, el Decreto 84/1995 del 11 de mayo. En términos generales este decreto establece tres tipos de alojamientos: “Casa Rural”, “Posada” y “Centro de Turismo Rural”.

La Casa Rural tiene que reunir las siguientes condiciones:

- Poseer características propias de la tipología arquitectónica tradicional y/o comarca en que esté situada.
- Ubicarse en una población de menos de 3.000 habitantes. Podrá estar situada en municipios de hasta 20.000 habitantes siempre y cuando esté situada en suelo no urbanizable.
- Ofrecer un máximo de 10 plazas.

Este tipo de turismo rural en la comunidad de Castilla y León se clasifica a su vez en dos variedades que son:

- Casa Rural de Alquiler, vivienda destinada a alojamiento mediante precio, cuando la ocupación se realice en régimen de arrendamiento.
- Casa Rural de Alojamiento Compartido, vivienda destinada al alojamiento mediante precio, cuando el titular comparte el uso de su propia vivienda con huéspedes a los que destina una zona específica del inmueble.

Podrán realizar la actividad los residentes en el municipio donde ésta se ubique o en el medio rural próximo ofreciéndose, al menos, ocho meses al año, siendo obligatorios en los meses de julio, agosto y septiembre.

Las Posadas son establecimientos que ofrecen, mediante precio, alojamiento y manutención, situadas en un edificio de valor arquitectónico, histórico, cultural o etnográfico, ubicados en poblaciones de menos de 3.000 habitantes, aunque podrán hacerlo en municipios de hasta 20.000 habitantes si están situadas en suelo no urbanizable.

Los Centros de Turismo Rural son edificios de arquitectura tradicional en los que se presta, mediante precio, los servicios de alojamiento, restauración y otros complementarios de ocio y tiempo libre. Se les exigen los siguientes requisitos:

- Han de estar ubicados en poblaciones de menos de 3.000 habitantes. No obstante, podrán crearse en municipios de hasta 20.000 habitantes, siempre que se sitúen en suelo no urbanizable.
- Han de comercializar un mínimo de 11 plazas y un máximo de 60.
- Deben ofrecer la práctica de actividades de ocio y tiempo libre o disponer de instalaciones deportivas de esparcimiento.

La situación actual de la oferta en el turismo rural alcanza los 1.369 establecimientos para un total de 12.129 plazas, según los últimos datos publicados por la Junta de Castilla y León referentes al mes de septiembre de 2003.

VII. Estudio sobre la gestión medioambiental en los establecimientos de turismo rural de Castilla y León

Para analizar la situación de la gestión medioambiental en el turismo rural, se llevó a cabo un estudio cuya ficha técnica se resume en el cuadro 2.

Cuadro 2
Ficha técnica de la encuesta

| | |
|-----------------------------------|---|
| Universo poblacional: | Establecimientos de turismo rural de Castilla y León (considerando como tales las Casas de Alquiler, de Alojamiento Compartido, los Centros de Turismo Rural y las Posadas): 999 en total |
| Muestra: | 220 encuestas realizadas y válidas |
| Nivel de confianza: | 95,5% |
| Error muestral: | $\pm 5,95\%$ |
| Procedimiento de muestreo: | Selección aleatoria con afijación proporcional por provincias y tipo de establecimiento |
| Tipo de encuesta: | Encuesta telefónica personal |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la encuesta realizada a 220 establecimientos de turismo rural nos muestra, en un primer momento, la situación de la gestión del recurso del medio ambiente por parte de los establecimientos de turismo rural en la comunidad de Castilla y León.

La valoración de diferentes aspectos medioambientales se encuentra relacionada en cuatro grupos que son: Capacidad de influir en el devenir del negocio, importancia de la protección ambiental, aspectos de la estrategia ambiental, obstáculos de la estrategia ambiental y los beneficios que aporta la gestión ambiental.

En los dos primeros grupos se planteó cómo los socios, clientes, competidores, etc. influían en la gestión del negocio y la importancia que estos mismos colectivos tenían sobre la protección del recurso que centra nuestro estudio.

Pero es a través de los obstáculos y de los beneficios que aporta la gestión ambiental en donde se vertebran las estrategias para una mejor gestión del recurso medioambiental. Si nos paramos a analizar los resultados referentes a estos dos apartados (ver cuadro 3), podemos obtener en qué pilares se basa la búsqueda de una conciencia medioambiental en el turismo rural, tanto por parte de los empresarios como por parte de la administración (ver cuadro 4).

Cuadro 3
Estadísticos descriptivos

| | Media | Desviación típica |
|---|-------|-------------------|
| O_01 Falta de información de las herramientas | 6,27 | 2,95 |
| O_02 Falta de apoyo institucional | 6,84 | 2,55 |
| O_03 Falta de recursos humanos cualificados | 6,07 | 2,53 |
| O_04 Escaso apoyo financiero | 7,38 | 2,60 |
| O_05 Falta de soluciones técnicas | 5,94 | 2,47 |
| B_01 <i>El incremento de la competitividad</i> | 6,31 | 1,78 |
| B_02 <i>Mejora de la imagen corporativa</i> | 7,25 | 1,82 |
| B_03 <i>Ahorro de costes a largo plazo</i> | 7,47 | 1,74 |
| B_04 <i>Ahorro de costes a corto plazo</i> | 5,51 | 1,84 |
| B_05 <i>Beneficios económicos a largo plazo</i> | 7,44 | 1,81 |
| B_06 <i>Beneficios económicos a corto plazo</i> | 5,87 | 1,77 |
| B_07 <i>Nuevas oportunidades de negocios</i> | 6,55 | 1,87 |
| B_08 <i>El incremento de los clientes</i> | 6,45 | 1,82 |

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4
Matriz de componentes

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 |
|---|----------|----------|----------|
| O_01 Falta de información de las herramientas | | ,503 | |
| O_02 Falta de apoyo institucional | | ,817 | |
| O_03 Falta de recursos humanos cualificados | | | ,514 |
| O_04 Escaso apoyo financiero | | ,836 | |
| O_05 Falta de soluciones técnicas | | ,569 | |
| B_01 <i>El incremento de la competitividad</i> | ,782 | | |
| B_02 <i>Mejora de la imagen corporativa</i> | ,708 | | |
| B_03 <i>Ahorro de costes a largo plazo</i> | | | |
| B_04 <i>Ahorro de costes a corto plazo</i> | ,563 | | -,579 |
| B_05 <i>Beneficios económicos a largo plazo</i> | ,736 | | |
| B_06 <i>Beneficios económicos a corto plazo</i> | ,696 | | |
| B_07 <i>Nuevas oportunidades de negocios</i> | ,728 | | |
| B_08 <i>El incremento de los clientes</i> | ,823 | | |

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, lo que vamos a tratar de destacar, como uno de los resultados de este estudio, son los factores más importante a la hora de llevar a cabo las acciones a favor del medio ambiente. Si en el análisis hemos observado las barreras y los beneficios de la puesta en práctica de la gestión que nos ocupa, a través del análisis factorial hemos determinado los tres factores alrededor de los cuales, tanto los empresarios como las autoridades competentes, deben actuar con mayor acento.

El análisis factorial de componentes principales, centrado en las barreras y beneficio de la utilización de prácticas a favor del medio ambiente en los establecimientos de turismo rural, nos resulta con tres factores. El primer factor nos ofrece la posibilidad de afirmar que la base para fomentar esta gestión se basa en la fuerte creencia que los propios gestores de los alojamientos tienen en los resultados positivos sobre el negocio de las acciones en defensa del medio ambiente. Por otro lado (factor 2), no podemos olvidar que estos mismos gestores no confían o no creen que existan las ayudas necesarias para conseguir la puesta en marcha de un sistema real y posible en favor o beneficio del medio ambiente. El último de los factores obtenidos, el tercero, plasma la soledad o falta de capacidad para poner a funcionar, con sus propios medios, este tipo de gestión en sus establecimientos.

VIII. Conclusiones

1. A través del presente trabajo, hemos sido capaces de plantear los tres elementos sobre los que deben girar las políticas de las administraciones para fomentar la implantación de práctica de gestión medioambiental en los alojamientos rurales, los cuales, dado el carácter y composición de su oferta, deberían ser especialmente cuidadosos en practicar este tipo de acciones. La creencia profunda en una mejora de los resultados futuros, la falta de apoyo institucional y la falta de recursos para llevar a cabo esta planificación estratégica son las tres patas que sujetan nuestro escenario rural y medioambiental.
2. El conocimiento de los objetivos y posibilidades del turismo rural así como de las posibilidades estratégicas medioambientales para el contexto de los alojamientos reconocidos para este tipo de turismo en Castilla y León nos ha permitido desarrollar la posible aplicación de una estrategia medioambiental para el turismo de las zonas rurales a partir de los resultados de la encuesta realizada.
3. Uno de los principales problemas existentes, para el buen desarrollo del turismo que nos ocupa y que favorece la buena gestión medioambiental, con el que se encuentran especialmente preocupados los hosteleros rurales es el estado en que se encuentran muchos de los caminos y zonas de tránsito en las zonas rurales. Consciente es la preocupación de contar al menos con unas carreteras o infraestructuras que no impidan a modo de muralla la llegada de turistas, pero el cuidado del espacio natural en que los negocios se ubican preocupa de manera importante, no sólo por motivos ecológicos sino por la posibilidad que surge para que el turista una vez hospedado pueda disfrutar de ese espacio natural al que han acudido.
4. El conocimiento de las características, acciones, obstáculos y beneficios que, en opinión de los encuestados, aportan las estrategias de gestión medioambiental permite realizar acciones concretas, ya sea por provincias o por tipo de establecimientos, para la mejora de dicha gestión, además de permitir la realización de acciones conjuntas y concretas con aquellas instituciones, locales o provinciales, adaptadas a los problemas o necesidades detectadas a través de los resultados expuestos.
5. Una de las situaciones más usuales es el desconocimiento existente sobre las opciones y posibilidades para la realización de acciones que respeten el medioambiente, a pesar de la información que los mismos encuestados dicen tener para optar a reconocer los aspectos en que pueden mejorar su labor medioambiental, es decir, reciben información que les podría facilitar su formación en esta dirección pero no parecen, en términos globales, presentar demasiado interés en ella. Una de las causas es la percepción en el tiempo, a largo plazo, de los posibles beneficios, ya sean económicos, de mejora de imagen del establecimiento, etc. que la puesta en marcha de ciertas actividades acordes con la acción medioambiental les reporta.

6. El reconocimiento de los beneficios puede facilitar la imposición de alguna de las estrategias de gestión propuestas, pero la disminución de los obstáculos es el punto de partida para facilitar el acceso a esa gestión e iniciar una mayor creencia en la posibilidad de llevar a cabo alguna acción concreta por los responsables de realizarlas. En este sentido la mirada hacia el apoyo financiero e institucional se pone en las Administraciones Públicas y sus distintos niveles, ya sean locales, provinciales, autonómicas o nacionales.

Bibliografía

- AGUILÓ, E. (2000), "Territorio y Medio Ambiente en el Nuevo Modelo de Desarrollo Turístico", en Blanquer, D. (director) *Turismo. Comercialización de Productos, Gestión de Organizaciones, Aeropuertos y Protección de la Naturaleza. II Congreso Universidad y Empresa*, Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 505-511.
- ALVAREZ GIL, M.J.; DE BURGOS JIMÉNEZ, J. y CÉSPEDES LORENTE, J.J. (2001), "Un Análisis Exploratorio de las Estrategias Medioambientales y el Contexto Organizativo de los Hoteles Españoles", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, núm. 8, pp. 5-32.
- ARAGÓN CORREA, J.A. (1995a), "La Respuesta de la Empresa Turística a las Nuevas Expectativas Medioambientales: Oferta Turística en los Municipios de los Parques Nacionales", en GUARNIZO GARCÍA, J.V. (editor) *IX Congreso Nacional y V Congreso Hispano-Francés de AEDEM. La Innovación en la Empresa* (2 vol.), Albacete: Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa, pp. 443-459 (vol. 1).
- (1995b), "Evolución de la Actividad de Empresas Turísticas alrededor de Zonas Medioambientales Protegidas. Estudio Empírico", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 4, núm. 3, pp. 163-171.
- BUTLER, R.; HALL, C.M. Y JENKINS, J.M. (1998), "Introduction", en Butler, R.; Hall, C.M. y Jenkins, J.M. *Tourism and Recreation in Rural Areas*, Chichester: John Wiley & Sons, pp. 3-16.
- CLOKE, P. (1993), "The Countryside as Commodity: New Spaces for Rural Leisure", en Glyptis, S. (editor) *Leisure and the Environment*, Londres: Belhaven Press, pp. 22-33.
- DÍEZ DE VELASCO VALLEJO, M. (2000), "Reflexiones sobre el Turismo y el Desarrollo del Medio Ambiente en la Unión Europea", en Blanquer, D. (director) *Turismo. Comercialización de Productos, Gestión de Organizaciones, Aeropuertos y Protección de la Naturaleza. II Congreso Universidad y Empresa*, Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 485-496.
- GONZÁLEZ, M. Y LEÓN, C. (1998), "Turismo y Medio Ambiente: la perspectiva de las empresas hoteleras", en: Melchior Navarro, M.M. (coordinadora) *El*

- Turismo en Canarias*; Colección Investigación Empresarial. FYDE-CajaCanarias; Santa Cruz de Tenerife.
- GUTIÉRREZ TAÑO, D. Y GARCÍA RODRÍGUEZ, F.J. (2001), "El Medio Ambiente como Factor de Influencia en las Decisiones de Marketing de los Destinos Turísticos", en Marrero Hernández, A. y García Falcón, J.M. (editores) *XV Congreso Nacional y XI Congreso Hispano-Francés de AEDEM. La Empresa Deslocalizada* (3 vol.), La Coruña: Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa, pp. 249-253 (vol. 3).
- LEÓN, C.J. Y GONZÁLEZ, M. (1995), "Turismo y Gestión Medioambiental: El Caso Canario", en *V Congreso Nacional de Economía. Economía de los Servicios* (10 vol.), Las Palmas de Gran Canaria: Consejo General de Colegios de Economistas de España e Ilustre Colegio de Economistas de Las Palmas, pp. 243-258 (vol. 6, *Economía del Turismo*).
- REYNA, S. (1992), "El Turismo Rural como Factor Determinante en la Conservación de los Recursos Naturales y Socioculturales y en el Desarrollo Local", en Reyna, S. (director) *El Turismo Rural en el Desarrollo Local*, Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, pp. 5-13.
- RIERA FONT, A. (2000), "Valoración Económica de los Atributos Ambientales Mediante el Método del Coste del Viaje", *Estudios de Economía Aplicada*, núm. 14 (abril), pp. 173-198.
- TOWNER, J. (1996), *An Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World: 1540-1940*, Chichester: John Wiley.
- VOGELER RUIZ, C. Y HERNÁNDEZ ARMAND, E. (2000), *El Mercado Turístico. Estructura, Operaciones y Procesos de Producción*, Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.