
Cita bibliográfica: Espinosa Seguí, A. y Calleja Aldana, M. (2023). Responsabilidad medioambiental de los agentes turísticos. Propuesta de ecoagroturismo en España. *Investigaciones Turísticas* (25), pp. 1-27. <https://doi.org/10.14198/INTURI.20140>

Responsabilidad medioambiental de los agentes turísticos. Propuestas de ecoagroturismo en España

Environmental responsibility of tourist agents. Ecoagrotourism proposals in Spain

Ana Espinosa Seguí , Universidad de Alicante, España
ana.espinosa@ua.es

Margarita Calleja Aldana , Universidad de Extremadura, España
margacallejaaldana@gmail.com

RESUMEN

El desarrollo turístico en el medio rural español de las últimas décadas ha dejado un paisaje rural lleno de proyectos poco vinculados al apoyo y mantenimiento de la vida rural ni de sus paisajes productivos tradicionales. En esta investigación se ha realizado un análisis exploratorio sobre la contribución de los proyectos ecoagroturísticos certificados en la sostenibilidad ambiental, económica y social de los entornos naturales y rurales de España. A pesar del potencial que poseen para mejorar la percepción y la riqueza de la tipología turística rural, los resultados han mostrado que el producto ofrecido en estos proyectos turísticos todavía no se encuentra bien asimilado por parte de la demanda turística. A pesar de la creciente valorización del producto agro y ecoturístico, la demanda sigue primando más la localización del destino rural que el compromiso con proyectos productivos que asienten población en el medio rural, en los que el turismo sea un elemento educador y la experiencia turística sea transformadora y de concienciación.

PALABRAS CLAVE: Turismo Sostenible; Turismo Rural; Ecoagroturismo; Concienciación Medioambiental; Ruralidad.

ABSTRACT

Over the last few decades, tourism development in Spanish rural areas has led to the emergence of projects poorly connected to the support and maintenance of traditional rural life and its productive landscapes. In this research, an exploratory analysis of the contribution of certified ecoagritourist projects to environmental, economic, and social sustainability in rural areas of Spain has been carried out. Despite the potential that these projects offer for improving the rural tourism typology, the results show that the ecoagritourism product has not yet been embraced by the majority of tourists. Although tourists are increasingly valuing more agro and ecotourism products, the tourist demand is paying more attention to the destination itself rather than the commitment to productive projects, capable to retain the population in the rural habitat, educate tourists and spread environmental awareness among the demand.

KEYWORDS: sustainable tourism; rural tourism; ecoagritourism; environmental awareness; rural life.

Fecha de recepción: 08/06/2021 *Fecha de aceptación:* 02/12/2021

Este trabajo está sujeto a una licencia de Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

©2023 Ana Espinosa Seguí y Margarita Calleja Aldana

I. INTRODUCCIÓN

Desde hace décadas, los paisajes rurales constituyen un gran recurso de la actividad turística, como contrapeso al ritmo de la vida urbana actual. Las áreas rurales incluyen espacios transformados por actividades tradicionales como la agricultura o la ganadería, y otros que han permanecido prácticamente inalterados, ambos con un alto valor paisajístico y patrimonial.

Aunque estos dos tipos básicos de paisajes forman parte de la realidad rural, únicamente los espacios productivos, transformados para ser el soporte económico de sus habitantes, poseen de forma inherente un patrimonio cultural, etnológico y social de gran valor para el mantenimiento de la vida rural (Sadowski y Woicieszak, 2019). Así, la gestión de estos paisajes transformados por parte de sus beneficiarios supone el sostén de la vida y la actividad de grandes áreas rurales, a la vez que mantienen una idiosincrasia rural y geográfica determinada: la ruralidad.

El turismo rural “necesita” ofrecer autenticidad, el disfrute de unos paisajes cuyos potenciales clientes consideran puros (Sadowski y Woicieszak, 2019), genuinos y no contaminados todavía por la globalización y los procesos que acompañan a la creciente movilidad de las personas, capital, información y culturas (Urry 2001).

Sin embargo, en un hábitat rural, el turismo no puede dissociarse de la vida económica, social y cultural de la comunidad (Ciolac *et al.*, 2019). Así, en ocasiones el turismo rural se ha introducido de forma artificial en el medio rural como una herramienta económica para rentabilizar sus paisajes, sin tener en cuenta la esfera social y cultural de los mismos. Por ello, se convierte en imperativo la existencia de proyectos turísticos que visibilicen la realidad rural sin escenarios ni adulteraciones y que incluyan la parte sociocultural de la realidad rural.

Es cierto que, en los espacios urbanos de consumo, se está produciendo una creciente valorización de la producción agroecológica de proximidad y, por ende, una valorización de las producciones agrarias, sus paisajes y su ruralidad como objeto de intercambio y de consumo (Entrena-Durán, 2012). Este giro hacia la sostenibilidad en todas sus vertientes puede tener consecuencias positivas en el ámbito turístico rural: solidaridad de la demanda turística con los productores locales, una salida justa a la producción local que se queda fuera de la gran distribución comercial o la creación de relaciones basadas en la confianza, la solidaridad y la justicia con agentes de la producción agroindustrial (Testa *et al.*, 2019). Según Lidia Andrades (Porrás, 2015), cada vez más “*los turistas valoran la sostenibilidad como criterio de decisión*” y esto debe obligar a que los diseños de nuevas políticas turísticas se formulen bajo criterios de bajo impacto social y ambiental (Ciolac *et al.*, 2019).

Aplicando estos objetivos al turismo rural, este debería cargarse de contenido y valorizar su realidad con el fin de incluir en el producto turístico aspectos culturales de la vida rural, como la ruralidad inherente a la producción y el aprovechamiento del paisaje para la supervivencia de la vida rural.

Dentro de la oferta turística rural, el agroturismo demuestra una vocación educativa y de valorización de la ruralidad que permite el mantenimiento de un producto turístico más completo y respetuoso que las variedades menos exigentes del turismo rural.

De los proyectos de agroturismo, aquellos centrados en granjas o explotaciones agroecológicas, también denominado ecoagroturismo, focalizan aún más su acción en él

respecto al medio ambiente, la sostenibilidad de las producciones agropecuarias y su vocación en la transmisión de contenidos relacionados con la educación para la sostenibilidad.

Este artículo presenta un análisis exploratorio de la oferta agroturística agroecológica o ecoagroturística en España. Para ello, se han realizado entrevistas en profundidad a proyectos de ecoagroturismo seleccionados y certificados por la Asociación Ecoagroturismo en España, con experiencia acreditada en el sector turístico, en la producción ecológica certificada o agroecológica y en la educación medioambiental. El objetivo de esta investigación ha sido conocer el potencial que poseen los proyectos ecoagroturísticos en el mantenimiento de paisajes rurales productivos, vivos y complejos, que se apoyan en el turismo para mejorar la renta agraria y diversificar la economía rural.

Además, se ha examinado el papel educativo que ejerce el ecoagroturismo en la transmisión de la ruralidad para la demanda turística ligada a los conocimientos sobre agroecología, alimentación, producción y desarrollo sostenible en áreas rurales. También se busca conocer el grado de repercusión territorial de estos proyectos turísticos comprometidos con su entorno.

II. ¿TURISMO RURAL EN ESPAÑA O DESARROLLO TURÍSTICO EN EL MEDIO RURAL?

El turismo se ha considerado como una de las soluciones ligadas a las estrategias públicas para mitigar los problemas de desarrollo en entornos rurales. Cánoves *et al* (2012) consideran que su valiosa contribución ha llevado a las administraciones a considerar el turismo rural como una opción complementaria al turismo masivo de sol y playa.

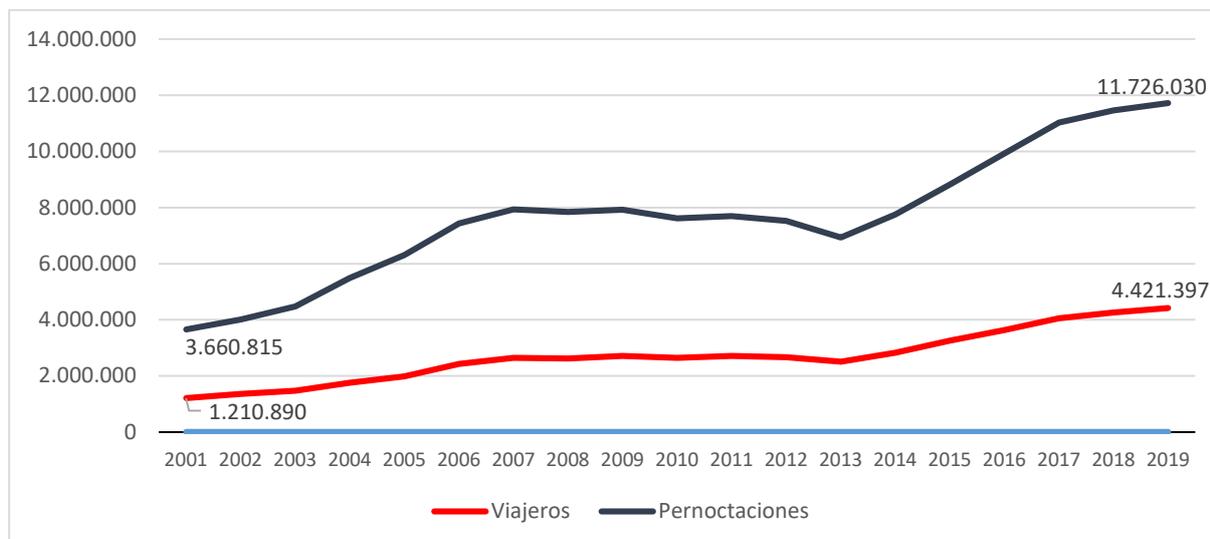
Este proceso no respondió al planteamiento inicial de las instituciones comunitarias de impulsar el turismo como un complemento de rentas de los agricultores (Pulido y Cárdenas, 2011; Ciola *et al.*, 2019), sino que siguió apostando por la idea del turismo como una fuente de divisas hacia la captación del mayor número posible de turistas, sin tener en cuenta otros costes ambientales o sociales.

Pero en el cambio de siglo se comenzaron a vislumbrar consecuencias no deseables en el turismo. Esto se debió en muchos casos a que no eran proyectos vinculados a la ruralidad sino a inversiones externas basadas en negocios estacionales que no revertían en las comunidades locales. Muchas de las estrategias públicas y privadas del turismo rural se han centrado en el crecimiento de la oferta a corto plazo, sin tener en cuenta los desequilibrios territoriales, la calidad de la oferta y la sostenibilidad del producto a largo plazo (Cánoves *et al.*, 2012).

Desde la perspectiva de la ruralidad, son los habitantes rurales quienes han de mantener las actividades agroganaderas tradicionales *per se* y no para ofrecérselas a los turistas.

Pese al incremento de viajeros y pernoctaciones en el mundo rural (*Vid.* Figura 1) en las últimas dos décadas, lo cierto es que el nivel de ocupación durante esta serie temporal se mantiene alrededor del 20% y la estancia media apenas supera las tres noches, según las estadísticas del INE de Alojamientos de turismo rural, por lo que no se puede considerar un producto turístico que haya conseguido arrancar y que tenga buenas perspectivas de futuro.

Figura 1. Evolución de viajeros y pernoctaciones totales en alojamientos de turismo rural 2001-2019



Fuente: elaboración propia a partir del INE, Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural, 2019 (2020)

En 2011, se debatió en el seno del Parlamento Europeo el Informe “Sobre Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo” (Parlamento Europeo, 2011). En este informe, se planteó la puesta en marcha de políticas públicas de turismo rural y agroturismo, en la medida en que se consideraba que mejorarían la calidad de vida, diversificarían la economía y las fuentes de ingresos de las zonas rurales, crearían empleo en dichas regiones, fijarían la población al territorio evitando con ello la despoblación y crearían un vínculo directo con la promoción de los productos de alimentación ligados a esos territorios.

Este informe destacaba que para conseguir estos objetivos debían activarse otras políticas en los ámbitos sectoriales que favorecieran su desarrollo, como garantizar el pleno acceso a la red de transportes, construir las infraestructuras de Internet y de las tecnologías de la información adecuadas en estas zonas, mejorar la capacidad comercializadora de los agricultores y su acceso a los mercados locales, de forma que las empresas del sector de la hostelería y la restauración puedan comprar con mayor facilidad los productos locales que necesitan o centrar el interés en los espacios naturales y las zonas protegidas para hacerlos más accesibles al turismo, entre otras tareas.

En la práctica, las propuestas comunitarias fueron transpuestas a las realidades nacionales con instrumentos y lógicas distintas, aportando soluciones diferentes y dibujando un mosaico de grandes éxitos y fracasos, principalmente a escala regional. El motivo de esta situación fue la libre interpretación de las tesis comunitarias sobre el turismo en el desarrollo de las áreas rurales (Ciolac *et al.*, 2019). La idea originaria se centraba en aportar opciones de desarrollo a las zonas agrícolas rurales periféricas de Europa (con baja capacidad de producción y deslocalizadas geográficamente) que se verían excluidas por la Política Agraria Común (PAC) al incluir ésta a las zonas más competitivas, como fuente de materia prima agro ganadera para aprovisionar los mercados de la UE y con vistas a la exportación. Estas zonas agrícolas rurales debían asumir el reto de la diversificación como vía para la subsistencia, en particular, las pequeñas explotaciones.

En algunos países como Francia, Austria y también en Suiza, se siguieron estas instrucciones fielmente, defendiendo la vida campesina y la ruralidad como estilo de vida, observándose evoluciones positivas en variables demográficas y socioeconómicas. En España, estos procesos fueron implementados con mayor y menor éxito en los distintos territorios. Un factor determinante del éxito de las políticas de desarrollo rural centradas en el turismo puede ser la escasa presión que tuvieron la red de actores, ancladas en estructuras de dependencia económica frente a los gobiernos. Consecuentemente, no se consiguió generar la visibilidad suficiente del problema del desarrollo rural en la agenda política. Todo ello, unido al desinterés de todo lo que significa “rural” por parte de las élites políticas y económicas, cierra el ciclo de la invisibilidad del mundo rural.

2.1. El agroturismo como una tipología específica del turismo rural

El agroturismo ha sido tratado como tipología específica de alojamiento de turismo rural, y más recientemente, a partir de la eclosión del “turismo de experiencias”, como actividad turística complementaria llevada a cabo por empresas de actividades.

Philip *et al.* (2010) definen al agroturismo como una forma de turismo donde los emprendedores rurales valorizan la dimensión multifuncional de la agricultura y ganadería y los valores recreacionales de los paisajes rurales. Por su parte, Sayadi y Calatrava (2001, 132) indican que es un tipo de turismo rural en el que uno de los componentes más importantes, si no el principal de la oferta turística, es “*la acogida, alojamiento, gastronomía, ocio y participación en las tareas de la explotación agraria o ganadera*”.

Mientras que la primera definición incorpora elementos no muy bien definidos como los paisajes naturales y rurales, sin especificar la titularidad de dichos espacios, Sayadi y Calatrava se centran en definir el agroturismo como una sub tipología del turismo rural cuyas actividades turísticas se desarrollan dentro de las explotaciones agrícolas y ganaderas del empresariado rural.

Es decir, es un producto turístico que se gestiona y disfruta en espacios productivos privados, aunque también incluiría espacios comunales de titularidad pública. Estos autores también advierten de los distintos niveles conceptuales con los que se puede interpretar el agroturismo. Por ese motivo, incluyen desde el alojamiento en las explotaciones productivas hasta la familiarización con las vivencias en actividades de la explotación agraria.

Ciolac *et al.* (2019) consideran que el agroturismo implica dos actividades: la agricultura o ganadería y el turismo y que se basa en tres conceptos: el alojamiento, la comida y el entretenimiento de la demanda con las actividades básicas de la explotación.

Vivencias y actividades que ponen en valor las formas de vida tradicionales de determinadas comunidades (Rodríguez, 2019). Wilson (2007 citado por Flanigan *et al.*, 2015), añade que los beneficios del agroturismo exceden los beneficios de la explotación agropecuaria privada y pueden ayudar a difundir conceptos de la educación para la sostenibilidad y el desarrollo productivo rural, aún mayor en el caso de estos proyectos y desde una perspectiva agroecológica.

Parece, pues, que el empresariado agroturístico ha de gestionar qué tipo de servicios y productos ofrece a la demanda, pero estos autores no cuentan con las motivaciones y voluntad de interacción de la demanda, ya que incluso en un proyecto que ofrezca un

producto turístico de gran interacción, es vital la voluntad de los turistas por participar, aprender e invertir su tiempo y esfuerzo en las actividades propuestas por los emprendedores.

La profusa oferta turística rural, muchas veces estacional, desdibuja el fin último y el producto turístico ofertado del agroturismo. Así, en demasiadas ocasiones la demanda percibe el mundo rural como un gran campo abierto donde desconectar el fin de semana o cortos períodos de tiempo en casas adaptadas más a los estándares de hoteles de costa con servicios extras que a una casa rural con quehaceres diarios y estacionales ligados a la producción agropecuaria local.

Flanigan *et al.* (2015) destaca que muchos turistas imaginan e idealizan el estar en contacto con paisajes rurales, porque proceden de zonas urbanas y quieren conocer estilos de vida más tradicionales y diferentes de los urbanos, lo que puede ser incluso percibido como una variante del turismo cultural. Por ese motivo, estos autores sugieren que las propuestas de participación activa en las explotaciones agrarias no son un requisito clave que busque la demanda turística. Si es así, el potencial de interacción entre el empresariado agrario y los turistas se limitará a la mínima expresión, no debiéndose considerar la experiencia como agroturística, sino simplemente de turismo rural.

Parra y Calero (2009) para el caso de las Islas Canarias, ahondaron en el perfil de los usuarios agroturísticos en urbanos, con estudios, que acuden en familia, respetuosos con los proyectos que visitan y que se documentan antes de su visita. Estos autores registraron una serie de intereses y motivaciones de la demanda turística para elegir proyectos agroturísticos en sus desplazamientos turísticos como un turismo no masivo, con máximo contacto con la naturaleza y las personas del medio rural, que ofrece descanso, tranquilidad, alojamientos de calidad, cultura auténtica, alimentos sanos y naturales, deportes y novedad respecto a otros destinos y proyectos turísticos más masificados.

En cualquier caso, y considerando un producto agroturístico bien planteado por la oferta y bien acogido por la demanda, los beneficios del agroturismo son múltiples para el territorio y la sociedad local (Pulido y Cárdenas, 2011): mantenimiento de una producción sostenible de alimentos cultivados localmente, con lo que ello supone para la conservación de la biodiversidad y del modelo tradicional agropecuario, una ayuda al empleo y la mejora de las rentas rurales y un estímulo para el mantenimiento de la identidad territorial, la cultura local y el valor del patrimonio etnológico.

2.1.1. La situación del agroturismo en España

En España, el agroturismo nació de forma tardía respecto a otros países europeos y con una clara fragmentación territorial (Guerrero *et al.*, 2012), que afecta a la visibilidad de esta modalidad de turismo.

Martín-Ballestero (citado en Amat, 1999, 9) explicaba ya en 1990 que en España *“la oferta agroturística está ampliamente difundida y cada día es mayor el turismo que se dirige en su demanda vacacional hacia las casas de labranza, masías, cortijos o caseríos que acogen a gentes de la ciudad que se integran temporalmente en el grupo familiar y cultural de esa empresa agraria de tipo familiar, recibiendo habitación y alimentación, generalmente desayuno, pues los demás servicios alimenticios pueden realizarse en el hogar común, todo ello a cambio de un precio generalmente módico”*.

Canarias, Extremadura y Galicia. Finalmente, el resto de las regiones no especifican esta tipología de alojamiento.

Este tratamiento normativo hacia los establecimientos de agroturismo resulta crucial de cara a su visibilidad, habida cuenta que los portales web de turismo de las distintas comunidades autónomas se estructuran en base a estas distinciones.

Desde el punto de vista de la demanda turística, las opciones de los buscadores otorgan más resultados en las comunidades autónomas que destacan el agroturismo como tipología de alojamiento rural. Por ese motivo, este primer grupo de comunidades autónomas tiene mayor visibilidad hacia la demanda turística, así como mayor número de explotaciones agrarias que diversifican la actividad primaria con servicios turísticos, coincidiendo con el requisito que deben cumplir los alojamientos de agroturismo.

Con estas dificultades para definir el agroturismo, resulta prácticamente imposible contabilizar el número de proyectos agroturísticos que hay en el país, ni desde las administraciones públicas regionales ni tampoco desde portales u asociaciones específicas en internet, como Toprural o ASETUR.

En 2016, la última encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas del estudio “Desarrollo rural: otras actividades complementarias de la explotación” (Vid. Figura 3) revela que existían 15.241 explotaciones agrarias en España que contestaron positivamente a la pregunta “¿Se realizan otras actividades complementarias en las que se utilizan los recursos (superficie, edificios, máquinas...) o los productos de la explotación?”. Dentro de las opciones de diversificación agraria, 3.503 explotaciones indicaron “Turismo, alojamiento y otras actividades recreativas”, un 23% aproximadamente. La comparación de unos datos y otros pone de manifiesto el desencuentro entre estas explotaciones que diversifican su actividad agraria principal con el turismo y su visibilidad con vistas a su comercialización turística.

Figura 3. Importancia de las actividades complementarias en explotaciones agropecuarias en el año 2016



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas años 2016 (INE)

En perspectiva comparada de la serie temporal disponible (Vid. Tabla 1), se observa un descenso en esta variable. En consecuencia, la oferta agroturística ha descendido y la existente es escasamente visible para las personas viajeras que quieren disfrutar de una experiencia de este tipo.

Tabla 1. Evolución del epígrafe “turismo, alojamiento y otras actividades recreativas”

| Año de | 2005 | 2007 | 2013 | 2016 |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Nº de explotaciones agrarias | 4.598 | 5.551 | 4.027 | 3.503 |

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas años 2005 a 2016. INE

En esta línea, la propia Fundación Ecoagroturismo estima la participación del agroturismo en apenas el 0,5% de los proyectos de turismo rural a escala nacional. Los nombres comerciales de muchos de estos proyectos no indican claramente las características de la experiencia turística, por lo que es muy complicado tener referencias fiables que permitan contabilizar cuántos proyectos de turismo rural se han especializado en el agroturismo.

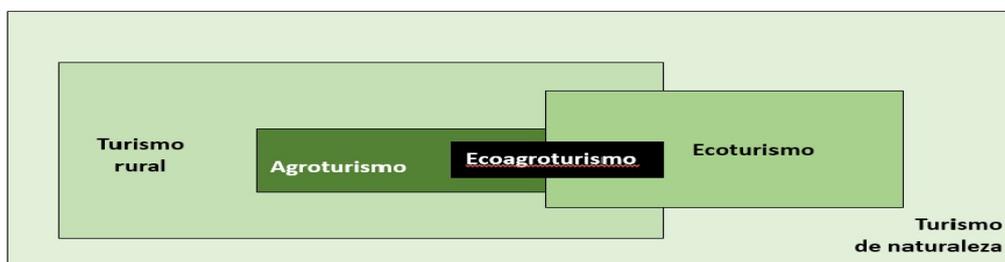
Probablemente, el agroturismo debería ser antes visto como experiencia que como modalidad de alojamiento. En los últimos años, el auge de las denominadas “escapadas turísticas” de la ciudad al campo de corta duración ha hecho que se haya comenzado a visualizar y comercializar las actividades de agroturismo como experiencias turísticas, con productos agroturísticos como “un día en la granja”, “pastor por un día” o “entre viñedos y vinos”. Este tipo de actividades habitualmente finaliza con la venta directa de los productos agropecuarios locales a los turistas, lo que puede ayudar al crecimiento endógeno y desarrollo de las poblaciones locales, respondiendo así a la tendencia a la valorización de productos locales, auténticos, sin transgénicos, sin intermediarios, saludables y ecológicos.

Al mismo tiempo, las poblaciones anfitrionas pueden ver en el turismo un modo de aunar el modo de vida local y la demanda turística de autenticidad, además de aumentar la demanda de un mercado local cada vez más exiguo. Pero de nuevo, dependerá de la calidad de la experiencia y de la transmisión de conocimientos para que se considere agroturismo o cualquier otro tipo de experiencia turística, de mayor o menor calidad.

2.2. El difícil encuadre de los proyectos ecoagroturísticos

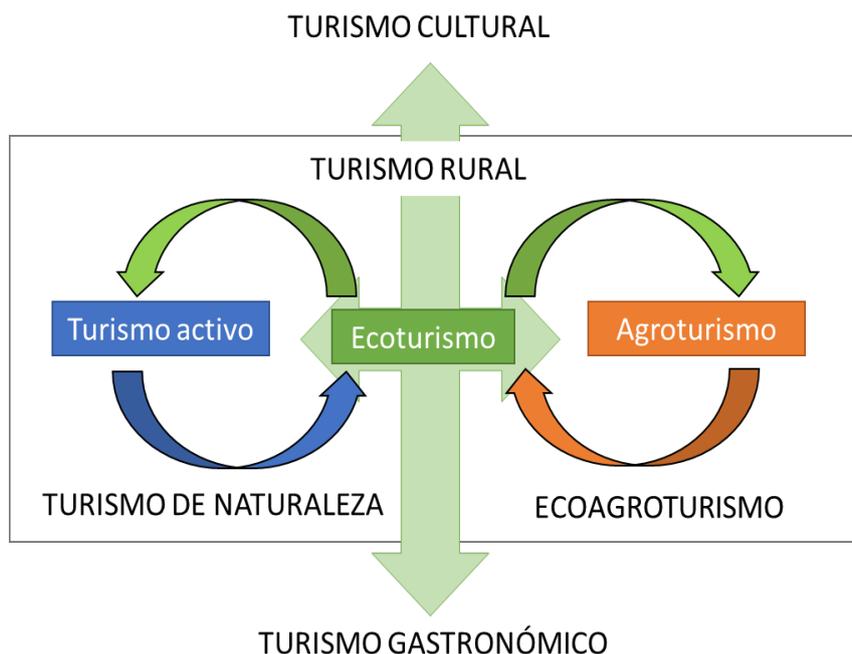
El ecoagroturismo o agroturismo ecológico es una tipología turística de difícil clasificación dentro de tipologías tan genéricas como el ecoturismo y el turismo de naturaleza, el turismo activo y el turismo rural, y dentro de ésta, del agroturismo (*Vid.* Figuras 4 y 5).

Figura 4. Inserción del Ecoagroturismo en las tipologías genéricas a las que pertenece



Elaboración propia

Figura 5. Encuadre del ecoagroturismo en las distintas tipologías turísticas



Fuente: elaboración propia a partir de Cazorla (2015)

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo sostenible tiene en cuenta las repercusiones actuales y futuras tanto a nivel económico, social y medioambiental de los visitantes y la industria en el entorno y la población local.

Del conjunto de actividades de turismo rural y de naturaleza existentes, las modalidades o segmentos que más y mejor incorporan los principios de sostenibilidad son el ecoturismo y el ecoagroturismo.

Por ecoturismo se considera *“aquel viaje responsable a áreas naturales que conserva el ambiente, mejora el bienestar de la población local, e implica interpretación y educación”* (TIES, 2015). Desde la perspectiva del desarrollo de la actividad el ecoturismo debería cumplir con mayor o menor grado los cuatro principios siguientes (Vid. Tabla 2).

Tabla 2. Principios de Ecoturismo según Cazorla (2015)

| | |
|--|--|
| <p>1. Contribuir a conservar los espacios que visitamos tanto los propios turistas como los destinos turísticos y los agentes y actores vinculados a la cadena de valor turística.</p> | <p>2. Convertir la actividad en una auténtica experiencia interpretativa, que sirva para aprender acerca de la historia natural de aquel lugar, las problemáticas ambientales del momento, las iniciativas de sostenibilidad que están en marcha, etc.</p> |
| <p>3. Procurar que el impacto negativo de los turistas sobre el entorno y las culturas locales sea mínimo -que no nulo, porque eso es imposible- y asumible.</p> | <p>4. Contribuir a beneficiar a las economías locales: contratar servicios locales, alojarnos en casas rurales gestionadas desde el propio territorio o comprar productos y recuerdos (alimentos, artesanía, etc.) fabricados por la población local.</p> |

Fuente: Cazorla (2015)

Ramírez (2014) considera que, en Europa, el ecoagroturismo es una tipología en relación directa con el ecoturismo, pero esta inserción dentro del ecoturismo debe ser matizada y mejor definida. En este sentido, la visión ecoturística del ecoagroturismo variará sustancialmente dependiendo de la interacción, el uso y disfrute que la demanda pretenda realizar del proyecto ecoagroturístico. Si la demanda turística no tiene intención de aprender, respetar la cultura local, ayudar al desarrollo sostenible de la comunidad de acogida, aprender a minimizar sus impactos como turista, al tiempo que ofrezca beneficios económicos a la población de acogida (Honey, 2002), muy probablemente esa experiencia no se encuadrará dentro del ecoturismo.

También habrá que tener en cuenta el producto turístico que se ofrezca desde la oferta, lo que también basculará el concepto ecoagroturístico más hacia el campo del turismo rural, hacia el agroturismo o en el mejor de los casos, hacia el ecoturismo (*Vid.* Tabla 3).

Tabla 3. Espacios comunes del ecoagroturismo con las tipologías en las que se encuadra

| Turismo rural | Agroturismo | Ecoturismo |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Se desarrolla en un medio rural dedicado a la producción agroganadera - Los paisajes naturales y/o transformados y el hábitat rural son los principales recursos turísticos - El turismo rural se apoya en un modo de vida rural que contrasta con el urbano: tranquilo, en contacto con la naturaleza, menos modificado y contaminado. | <ul style="list-style-type: none"> - Por lo general, tiene lugar en una explotación privada pero también se pueden utilizar terrenos comunales. - El objetivo es compartir el conocimiento necesario en la gestión de una explotación agroganadera. - Las personas gestoras suelen convivir con los visitantes en un mismo espacio de alojamiento y producción | <ul style="list-style-type: none"> - Implica un proceso de enseñanza-aprendizaje - Se puede desarrollar en explotaciones privadas y áreas naturales. - Supone interés y respeto por el legado cultural, etnológico y natural del área visitada - Ayuda al mantenimiento de la ruralidad - Son proyectos turísticos basados en el respeto del medio ambiente |

Elaboración propia

Desde únicamente el alojamiento, estos proyectos pueden ampliar la oferta de servicios a comidas caseras con productos locales producidos en la propia explotación, o complementadas en la medida de lo posible con las explotaciones agrarias cercanas, a actividades de educación para la sostenibilidad, talleres prácticos sobre esta temática, participación en las labores diarias de la explotación agraria o ganadera, actividades culturales relacionadas o no con la agroecología y la sostenibilidad turística.

Por este motivo, en esta investigación se denominan proyectos ecoagroturísticos y no alojamientos a las empresas agroturísticas participantes, para dar así cabida a la variada oferta cultural, educativa y de sensibilización que pueden llegar a ofrecer.

Sin embargo, como ya se comentaba anteriormente respecto al agroturismo, el producto ecoagroturístico no se encuentra completamente bien aprehendido por la demanda turística, que a menudo lo confunden con las fórmulas más básicas del turismo rural o del agroturismo.

En una fase de la actividad turística en la que se confunden las prácticas tradicionales con el turismo ecológico, verde, sostenible y medioambientalmente respetuoso, Ramírez (2014) cita a Budowsky para denunciar los excesos terminológicos de la inserción del “eco” en la economía turística, que genera dudas, confusión y banaliza los conceptos de sostenibilidad turística, ecoturismo y ecoagroturismo.

A esta confusión conceptual no ayuda que todavía en la actualidad, el ecoagroturismo siga ocupando una posición muy minoritaria dentro del turismo rural o del ecoturismo, que invisibiliza la creación de productos turísticos ligados a la producción, muy comprometidos con la sostenibilidad y la sensibilización medioambiental.

Ramírez (2014) considera que el ecoagroturismo tiene potencial para convertirse en una tipología propia de turismo en áreas rurales que rescaten la cultura local y conserven los ecosistemas naturales, pero la información y educación a la demanda turística son claves para apreciar las diferencias que estos proyectos ofrecen al turista.

III. METODOLOGÍA

El principal objetivo de esta investigación es analizar el papel que el agroturismo ecológico posee en el mantenimiento de una vida rural activa y viva y la diversificación productiva de los paisajes rurales.

Como objetivos secundarios, se ha considerado la función educativa que realiza el ecoagroturismo en la transmisión de la ruralidad a la demanda turística ligada a los conocimientos sobre agroecología, alimentación, producción y desarrollo sostenible en áreas rurales. Dado que son proyectos muy respetuosos con el territorio, en esta investigación se ha preguntado por la capacidad de irradiación de los principios que sustentan estos proyectos en su entorno más próximo.

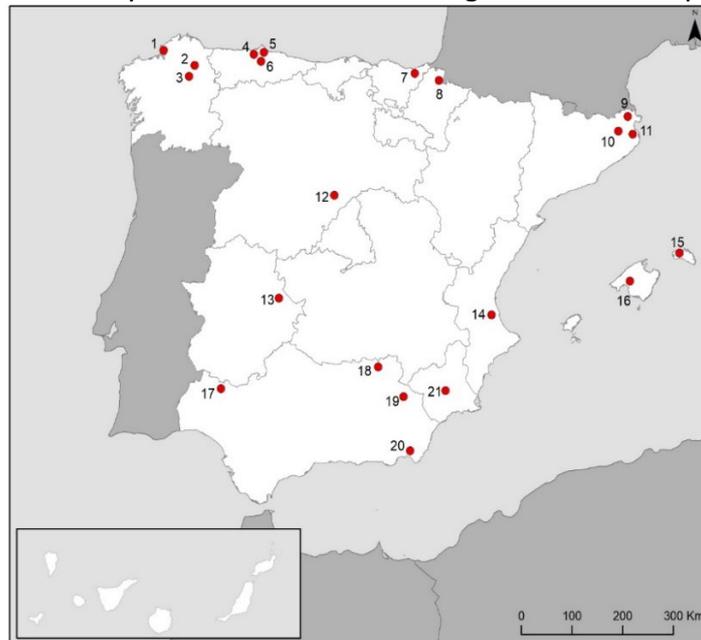
Para este estudio se han seleccionado exclusivamente proyectos ecoagroturísticos con certificado Ceres Ecotur emitido por la Fundación Ecoagroturismo (www.ecotur.es), entidad representante de ECEAT *International* (*European Centre for Ecological and Agricultural Tourism*) en España. El abuso y mal uso de los términos “ecológico”, “natural”, “agroecológico” en la denominación de proyectos no amparados por el sello de calidad Ceres

Ecotur podía distorsionar la selección previa de los proyectos participantes, por lo que fueron excluidos desde el inicio de la investigación.

En este sentido, Ceres Ecotur certifica proyectos de turismo rural, entre ellos los que cumplen con los compromisos establecidos por ECEAT *International* respecto a producción ecológica (certificada o no por comités regionales de agricultura ecológica), sostenibilidad energética, medioambiental y preservación del patrimonio cultural, por lo que todos los proyectos ecoagroturísticos incluidos cumplen unos requisitos mínimos establecidos por esta organización europea que garantiza el compromiso de sus emprendedores con un turismo sostenible y responsable.

Para este estudio, se solicitó a la Fundación Ecoagroturismo la selección de los proyectos turísticos certificados con Ceres Ecotur considerados como agroturismo con producción ecológica agrícola o ganadera. De una selección inicial de 29 establecimientos, de los cuales tres habían cesado su actividad de forma definitiva o temporal en el momento que se contactaron, se consiguieron 21 entrevistas en profundidad a los gerentes de dichos establecimientos ecoagroturísticos. Como se puede apreciar en la Figura 6, la mayoría de los proyectos se encuentran localizados en la parte norte de la Península Ibérica, sobre todo en Galicia y Asturias, donde nació el proyecto de la fundación.

Figura 6. Proyectos analizados de ecoagroturismo en España



Elaboración propia

Correspondencia de los números de la figura 6 con los nombres comerciales de los proyectos

| | |
|--|---|
| 1.- Casa Pousadoira (A Coruña) | 12. El Mirador de la Cigüeña (Segovia) |
| 2.- Ecoagroturismo Archeixal (Lugo) | 13.- El Rincón de los Cerezos (Cáceres) |
| 3.- Reitoral de Chandrexa (Ourense) | 14.- Granja La Peira (Valencia) |
| 4.- Casa El Naturalista (Asturias) | 15.- Turmadèn d'es Capità (Menorca) |
| 5.- La Quintana de la Foncalada (Asturias) | 16.- Agroturismo Can Feliu (Mallorca) |
| 6.- La Cabaña de los Campos (Asturias) | 17.- Finca Montefrío (Huelva) |
| 7.- Pagorriaga (Guipúzcoa) | 18.- Huerta de Cañamares (Jaén) |
| 8.- Agroturismo Mari Cruz (Navarra) | 19.- Posada El Candil (Almería) |
| 9.- Celler La Gutina (Girona) | 20.- Cortiijo La Molina (Almería) |
| 10.- Las Casetas de Mas Titot (Girona) | 21.- Finca Las Nieves (Murcia) |
| 11.- Mas Bohigas (Girona) | |

Las cuestiones de investigación que se plantearon al inicio de este estudio fueron las siguientes:

- 1.- ¿Cómo se crea el producto ecoagroturístico? ¿Qué elemento del mercado turístico ha catalizado su creación: la oferta o la demanda?
- 2.- ¿Qué importancia tienen el elemento turístico y el agropecuario en el proyecto ecoagroturístico?
- 3.- ¿Generan los proyectos ecoagroturísticos en su entorno más cercano algún tipo de sinergias? ¿de qué tipo?

Para contestar a estas cuestiones, se eligió la técnica de la entrevista semiestructurada, ya que este estudio es una investigación exploratoria de un nicho de mercado turístico, que por sus características tiene una participación reducida dentro del turismo rural en España.

Las entrevistas se realizaron por teléfono entre los meses de marzo y abril del año 2019, utilizando un formato semi-estructurado que incluía preguntas sobre el perfil del empresariado, la relación que los proyectos tenían con ECEAT/Ecotur, las características del proyecto ecoagroturístico y la relación con su entorno y con la administración local. También se incluyeron preguntas sobre el perfil de la demanda turística, aunque sin datos estadísticos ofrecidos por los entrevistados, por lo que esta información permite crear un perfil únicamente cualitativo de la procedencia, características demográficas y motivaciones de la demanda.

Al final de las entrevistas se utilizó un cuestionario de ocho enunciados formulados en una escala Likert con una valoración del 1 a 5, sobre el compromiso de sostenibilidad social, económica y medioambiental que tienen estos proyectos en su entorno. La duración de las entrevistas telefónicas fue de 45 minutos de media.

El estudio se completó con una entrevista abierta al presidente de la Fundación Ecoagroturismo de España Ecotur sobre la relevancia del agroturismo ecológico en el mantenimiento de la ruralidad sociocultural y económica, los paisajes rurales y la producción agraria y ganadera en España, respectivamente.

Tras la irrupción del Covid19, las autoras consideraron necesario retomar las entrevistas telefónicas para valorar el impacto de la pandemia en la revalorización de los productos de agroturismo y del turismo rural por parte de la demanda posibles cambios de tendencia apreciables en los proyectos turísticos analizados. En abril del año 2021 se contactó de nuevo con todos los proyectos participantes en este estudio para actualizar la información recopilada anteriormente.

IV. ECOAGROTURISMO EN ESPAÑA

El proyecto de Ceres-Ecotur de la Fundación Agroturismo comenzó formalmente en el año 2005, aunque durante el año internacional del agroturismo celebrado en 2002 se crearon los primeros contactos en Asturias para decidir las directrices que el proyecto debía seguir.

Según el presidente de la Fundación Agroturismo, entrevistado en esta investigación: *“el proyecto surgió de aunar diversas experiencias turísticas que ya en los años noventa utilizaban el sentido común de la forma de vida de sus gestores. Fue la evolución lógica que necesitábamos con el cambio de políticas rurales a mediados de los noventa, cuando se*

fomentó el invertir en turismo rural con fondos europeos. Necesitábamos diferenciarnos del producto típico del turismo rural, formado por un desierto productivo y cultural junto al alojamiento". De este modo, se diseñó un producto turístico implicado y productivo, y no sólo relacionado con el medio rural como respuesta a la masiva llegada de nuevos inversores y emprendedores que concebían el producto turístico, como una extensión de las dinámicas turísticas llevadas a cabo en zonas costeras.

Las dos asociaciones europeas que inspiraron este cambio de rumbo de una pequeña parte de la oferta turística rural en el Norte de España fueron ECEAT *International* y la francesa *Accueil Paysan*. Mientras que ECEAT se relaciona con el movimiento ecologista europeo surgido en Europa Central tras la Cumbre de Río y plasma su compromiso medioambiental con la integración de elementos tradicional etnográficos, culturales y agroecológicos del medio rural, la federación nacional de *Accueil Paysan* enfoca su acción en la acogida de los urbanitas al mundo rural, mostrándoles su ruralidad y su dimensión sociocultural, demográfica y económica del medio rural. De *Accueil Paysan*, la Fundación Ecoagroturismo importó los criterios de respeto al medio ambiente, a un turismo respetuoso con las personas, paisajes y modos de vida rurales y la producción a pequeña escala, preferentemente agroecológica, que empodera al pequeño empresariado agrario y les permite mantener redes de producción y consumo a una escala cercana y humana.

La concreción de este sistema de calidad en territorio español se materializó con la revalorización de "lo agro", de la naturaleza, del respeto a los recursos naturales y de "lo eco" y la ruralidad, ligado a la agricultura sostenible y el patrimonio cultural rural.

Para Severino García, presidente de la Fundación Ecoagroturismo: *"el empresariado ecoagroturístico no debe obsesionarse con las cifras de producción agrícola o ganadera. Mantenemos y conservamos el territorio desde el punto de vista cultural, territorial y ambiental. Son estructuras agrarias y ganaderas coherentes con el territorio"*.

Este emprendedor rural considera que, sin la crisis económica, que rompió el sistema y la dinámica turística rural comenzada una década antes, no habrían podido seguir el objetivo de la fundación. Así, el casi "morir de éxito" en una dinámica turística rural indiferenciada y poco respetuosa con los paisajes del medio rural y con la ruralidad inherente a sus habitantes les otorgó madurez para dar este salto cualitativo y replantearse un turismo más sostenible como urgencia, necesidad y obligación para el mantenimiento del medio rural.

Mientras que los proyectos ecoagroturísticos cumplen con la labor ambiental y de garantes del paisaje, la concepción de la ruralidad presenta más dificultades, como se verá a continuación.

V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se van a presentar los resultados obtenidos en este estudio atendiendo a las hipótesis de investigación planteadas al inicio del análisis empírico y al trabajo cualitativo llevado a cabo con los proyectos participantes en este estudio. También se añadirá la pregunta realizada en 2021 sobre los efectos de la pandemia en una posible revalorización de los espacios productivos rurales con fines turísticos.

5.1. Creación del producto ecoagroturístico: ¿desde la demanda o desde la oferta?

Tras la realización de las entrevistas, queda claro que la especialización ecoagroturística supone una apuesta firme por un proyecto de vida que se basa en la agroecología y la sostenibilidad pero que necesita a la actividad turística para mejorar su viabilidad económica.

De paso, permite compartir y visibilizar la idiosincrasia rural local, los procesos agroecológicos y la sostenibilidad de la producción y el consumo a un número mayor de personas. De este modo, el turismo actuaría de correa de transmisión entre un proyecto de vida en una explotación agroecológica y su plasmación en un proyecto de divulgación, educación para la sostenibilidad y en mayor medida, en un proyecto turístico.

La práctica totalidad de las personas entrevistadas comenzaron un proyecto de vida en el que se primaba la producción agroecológica para autoconsumo, la venta directa o venta en el mercado convencional en entornos rurales necesitados de apoyos para el mantenimiento de su ruralidad.

Sin embargo, la oferta no se dirige a una demanda que busca ecoagroturismo, sino que busca turismo rural, agroturismo y en casos muy puntuales, ecoagroturismo. Esto provoca que muchas veces haya un potencial sin cubrir por parte de la demanda, que desconoce los beneficios del ecoagroturismo y su labor social (incentivar el comercio y la producción local), medioambiental y de educación para la sostenibilidad.

Para realizar un mejor análisis de ambas partes del mercado ecoagroturístico, se van a presentar los resultados en los siguientes dos subapartados.

5.1.1. La oferta ecoagroturística certificada en España

Con el fin de analizar el perfil de la oferta de ecoagroturismo, en esta investigación se preguntó por el origen urbano/rural, su relación con el sector agrícola o ganadero anterior a la puesta en marcha del proyecto, su nivel educativo y su formación académica y especialización en el sector turístico.

Así, el 75% de las personas emprendedoras en ecoagroturismo presentan una edad media avanzada entre 45 y 65 años, relacionado en muchos casos con una experiencia profesional previa distinta a la agricultura o el turismo y un cambio de trabajo motivado en muchos casos por un proceso de crecimiento personal hacia un modo de vida basado en la sostenibilidad, la producción y consumo local. Una entrevistada de Andalucía comentaba que *“el campo está muy envejecido. Fuimos los nuevos hace 29 años y seguimos siendo los nuevos. La gente quiere ganar dinero, muchas vacaciones y aquí no es posible”*.

Ninguna de las personas entrevistadas era agricultora o ganadera previamente a la puesta en marcha del proyecto ecoagroturístico. Es más, el 85% de los entrevistados no tenía relación previa directa con el sector primario.

Sin embargo, es interesante constatar que un 75% del empresariado provenía de territorios rurales, siendo del mismo pueblo o comarca 65% de ellos y de otras zonas rurales el restante 10%. Esto supone un fuerte compromiso con los territorios rurales y con los proyectos productivos que han emprendido.

Respecto a su formación, el 75% de las personas entrevistadas tenía estudios universitarios muy relacionados con el sector primario, el desarrollo local, la biología, las ciencias ambientales o la ingeniería agronómica. La capacidad para educar en sostenibilidad

junto con la apuesta por vivir de y por la escala local en el consumo y producción agroecológicas son los pilares de los proyectos ecoagroturísticos. Velar por la buena transmisión de estos pilares implica un compromiso personal muy alto en ambas partes de los proyectos, la productiva y la turística.

La creación de un producto turístico ligado al modo de vida de estos emprendedores supone ingresos complementarios para la explotación agroecológica y el enriquecimiento del proyecto hacia actividades de divulgación, culturales y etnográficas (Vid. Figura 4).

Tabla 4. Oferta de servicios y actividades socioculturales llevadas a cabo por los proyectos analizados

| | |
|--|---|
| Actividades culturales: | Conciertos musicales Talleres de yoga/chikung Recitales de poesía Recorridos etnográficos Paseos guiados para visitar la granja/explotación agrícola |
| Actividades guiadas especializadas: | Visitas guiadas a las bodegas Jornadas micológicas Cursos de ornitología impartidos por personal externo |
| Servicios gastronómicos | Desayunos, comidas o cenas con productos propios o de cercanía Venta de productos propios de la explotación o de cercanía Elaboración de productos caseros Regalo o venta de productos de la huerta/granja para uso de los clientes |
| Educación ambiental | Educación ambiental para público infantil Visitas de grupos de escolares Campamento de verano Bioconstrucción Paseos naturalistas fuera de la propiedad Aprovechamiento de los saberes tradicionales Explicar el ciclo del huerto ecológico |
| Actividades en la explotación agraria | Integrar a los visitantes en el día a día de la explotación Recogida de huevos de las gallinas Trabajo en el huerto Dar de comer a los animales de la explotación agraria |
| Actividades culturales | Talleres de pan en horno de leña Taller de procesado de lana Taller de alfarería Taller de queso fresco Taller sobre plantas medicinales Talleres de cocina Talleres de cosmética natural |
| Actividades de colaboración social | Encuentros con mujeres maltratadas Rehabilitación de personas en riesgo de exclusión social Relación con los centros educativos cercanos para realizar talleres temáticos |

Elaboración propia

Sin embargo, al ser proyectos pequeños, la mayoría del empresariado no puede delegar en otra persona empleada parte de sus responsabilidades en el espacio turístico o en el agroecológico para potenciar más el pilar de la divulgación y enseñanza ligados al ecoturismo, agroecología u otro tema que suscite interés. Esto crea un círculo vicioso de hipercualificación ligado a la limitación de tiempo y energía para llevar la parte educativa de dichos proyectos. Un entrevistado comentaba que: *“No ofreces sólo una cama, sino que la*

gente quiere convivencia y aprender. Y muchos son muy absorbentes (...) puedes hacer esto por un tiempo, pero desgasta mucho al final”.

5.1.2. La demanda ecoagroturística

En esta investigación no se ha incluido un análisis a la demanda turística por la dificultad e imprecisión que ello suponía, pero se realizó una aproximación del perfil sociodemográfico y motivacional a través de la percepción que el empresariado ecoagroturístico tiene de su demanda turística. Así, no se ha conseguido un perfil aproximado de los turistas que visitan los proyectos analizados, pero sí se pueden presentar a grandes rasgos los segmentos de la demanda más interesada y sus motivaciones, que además se encuentran en la misma línea que la bibliografía especializada sobre esta temática.

El empresariado entrevistado enfatizó que la mayoría de su clientela reside en grandes áreas urbanas, que son las principales áreas emisoras para el agroturismo. Estos residentes urbanos viajan en familia con niños pequeños, por lo que para muchos usuarios que han perdido la conexión con el entorno rural de sus familiares, la visita a un proyecto de estas características supone la reconexión con el modo de vida de su juventud o con los recuerdos que tenían de pequeños al visitar a sus familiares que aún vivían en áreas rurales. Un entrevistado afirmaba que *“hay gente que procede del mundo rural y que ya no tiene conexión. Quieren darles esa experiencia a sus hijos o revivirla ellos mismos”.*

Al desaparecer las raíces y/o los espacios rurales de las corrientes de retorno de gran parte de la población urbana, estos turistas urbanos buscan a través de estos proyectos turísticos, la recuperación con esas conexiones rurales perdidas, aunque también el agroturismo crea nuevas vivencias y experiencias a un público mayoritariamente urbanita.

Así, es inevitable establecer una conexión con el turismo de retorno a áreas rurales anterior a la formalización del turismo rural. Así, una entrevistado enunciaba que *“el concepto lo tenemos claro: somos como los tíos del pueblo”.*

Las personas entrevistadas avisaban de que el perfil de la demanda varía sustancialmente a lo largo del año. En los períodos vacacionales de verano y Pascua, hay más grupos de familias de grandes ciudades españolas o del sur de Francia, sobre todo en el norte de España. Buscan el destino, pero también se preocupan por la naturaleza del proyecto. En líneas generales, su principal motivación es conocer la cultura local, permitir a sus hijos que conozcan el trabajo agrícola y de las granjas de acogida, la autenticidad de espacios rurales vivos y productivos, la educación ambiental y etnográfica y huir de aglomeraciones. Su estancia media es mayor, y repiten, lo que permite una mayor interacción y respeto con el proyecto turístico.

Esta realidad refleja la importancia que la demanda otorga a la parte agroturística de estos proyectos. Que además busquen la condición agroecológica de los proyectos es todavía menos común, pero no se cierran a comprenderla y aprender de ella. Un entrevistado gallego afirmaba que *“la gente viene por la alimentación, no por el concepto de ecoagroturismo o de bioconstrucción. Pero la alimentación arrastra”.*

Sin embargo, varias personas entrevistadas declararon que las escapadas cortas de fines de semana de gente de la propia región o de regiones colindantes durante la estación media o baja atraen a un público mucho menos comprometido con estos proyectos, no

interesado por la base divulgativa y educativa de estos proyectos y que no interaccionan con los quehaceres agrícolas o ganaderos diarios.

Precisamente, para disuadir a estos turistas interesados únicamente en la parte turística del eco-agro-turismo, varias personas afirmaron poner trabas en el momento de la contratación para que no se malinterpretaran ni el espacio ni los proyectos, e incluso invisibilizaban el servicio de alojamiento para potenciar otros servicios menos demandados, pero más prioritarios para el empresariado.

Así, nos encontramos una demanda que puede buscar indistintamente un destino o temática específica y que, una vez instalados en el proyecto, descubren la riqueza del mismo. Una entrevistada afirmaba que *“quienes vienen ni siquiera saben que hay ecoagroturismo (...) el tipo de turista que nos busca por lo que hacemos y por quienes somos, aún no es suficiente para hacerlo rentable”*.

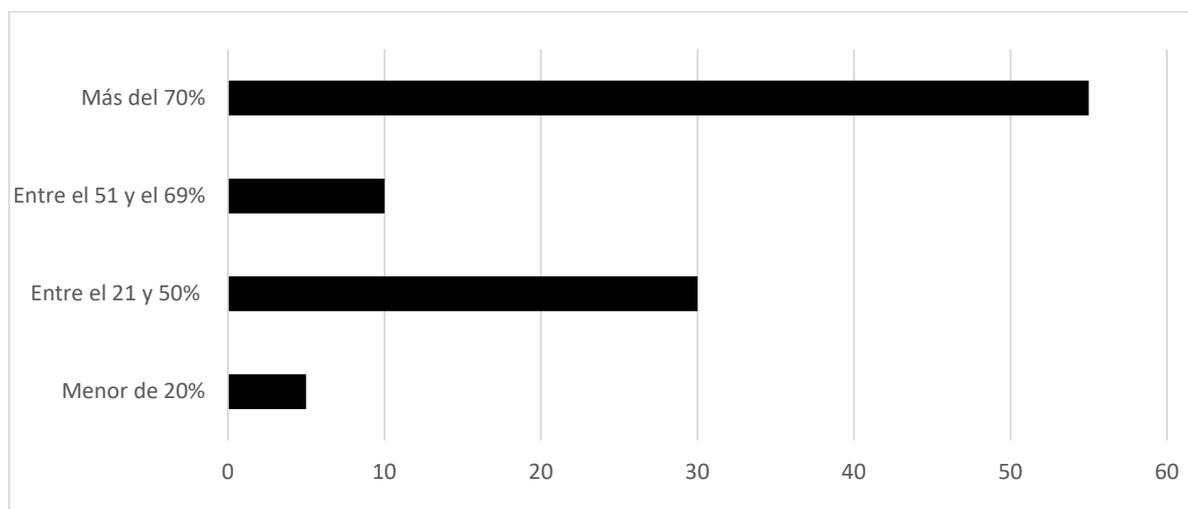
5.2. Importancia del elemento turístico en proyectos agroecológicos

Para la práctica mayoría de las personas entrevistadas, el proyecto ecoagroturístico es su principal fuente de ingresos, además de su hogar y su espacio de producción. Pero ¿ayuda el turismo a mantener la agricultura y ganadería o es al contrario? ¿qué es más rentable en el ecoagroturismo?

Esta pregunta es clave para entender la dependencia de una u otra actividad y el objetivo principal de estos proyectos. El 70% de los proyectos comenzaron su actividad con la producción agroecológica antes que con la turística y tan sólo el 25% lo hicieron a la vez. Básicamente se debe a que la mitad de los proyectos se asentaban en explotaciones que eran propiedad de los gestores o sus familias, con actividad ganadera o agrícola anterior. De este modo, y con el objetivo de complementar la renta procedente de las actividades agrícolas, se inició el proyecto turístico.

Sin embargo, al ser preguntados por el porcentaje de ingresos que proceden del turismo y de las actividades primarias, la práctica totalidad de los proyectos contestaron que gracias al turismo pueden mantener su actividad agroecológica (Vid. Figura 7).

Figura 7. Aportación de ingresos de la actividad turística al proyecto ecoagroturístico



Elaboración propia

En otras palabras, el turismo es una actividad más rentable, menos fluctuante y predecible a corto y medio plazo desde un punto de vista económico, y se ha convertido en la actividad principal de los proyectos ecoagroturísticos. Es *“el apuntalamiento de la actividad agraria”* según un entrevistado, mientras que otra entrevistada consideraba que los ingresos procedentes del turismo *“eran 100% limpios”* en contraposición al trabajo agrícola o ganadero. Este resultado contradice los principios del agroturismo, en el que la actividad turística debe ser sólo contemplada desde un punto de vista complementario de las actividades rurales tradicionales.

También es debido a que el agroturismo encaja muy bien en pequeñas explotaciones agroganaderas del norte peninsular, más intensivas y multifuncionales, que combinan la granja con la producción agrícola y en las que los propietarios viven en la propia explotación. Estas explotaciones cubren las necesidades de consumo de las familias y obtienen un excedente limitado que no puede venderse a gran escala, *“un complemento en especie”*. De hecho, las respuestas en las que predomina la producción agroecológica en los ingresos de la explotación provenían de grandes fincas de producción extensiva de la mitad sur del país.

La visión que se tiene desde la Fundación Ecoagroturismo corrobora que en la situación actual del mundo rural en España es *“el turismo el que permite que las actividades tradicionales puedan sobrevivir”*.

5.3. La repercusión territorial de los proyectos ecoagroturísticos

Como se manifiesta en esta pequeña muestra de proyectos seleccionados para esta investigación, el ecoagroturismo representa una oferta turística muy seleccionada y excepcional.

La Fundación Ecoagroturismo aúna y congrega bajo su paraguas una oferta con un producto turístico muy concreto, pero tan disperso geográficamente que imposibilita la generación de dinámicas territoriales a escala comarcal, salvo en la comarca de la Sidra en Asturias, donde se gestó la propia fundación.

En las regiones donde la estructura de la tierra permite compatibilizar varias actividades (agrícola, ganadera y turística), el empresariado de este estudio se mimetiza entre la oferta agroturística, como sucede en la práctica mayoría del norte de la península. No sucede lo mismo en gran parte del país, debido al aislamiento territorial y de los objetivos de los proyectos, donde la especialización se visibiliza como otro proyecto más de turismo rural.

Es cierto que el riesgo de ser interpretados como proyectos de turismo rural se puede dar en cualquier parte, máxime si los proyectos se insertan en agencias de turismo online genéricas o específicas de turismo rural. Pero en entornos donde el agroturismo o el ecoturismo han luchado por distinguirse de la indiferenciada oferta rural, tanto oferta como demanda conocen qué producto potenciar y lo enriquecen con su propio carácter.

En este sentido, la comercialización es un elemento básico en el que se muestra este aislamiento del ecoagroturismo. Todas las personas entrevistadas declararon que las reservas provenientes de la web de ECOTUR eran significativamente muy bajas, lo que demuestra que la búsqueda de estos proyectos se realiza por destino con sus recursos turísticos, pero no tanto aún por concepto.

Por este motivo, todo el empresariado mantiene contactos con la estructura turística rural en su entorno, y utilizan diversos medios de promoción y venta que los posicionan dentro del mercado territorial en el que se encuentran, aún a riesgo de difuminar su identidad.

Además, en la mayoría de los casos, los productos y servicios agro y ecoturísticos se realizan dentro de la explotación, en un espacio privado, como si de un *resort* se tratase (Gunn, 1994).

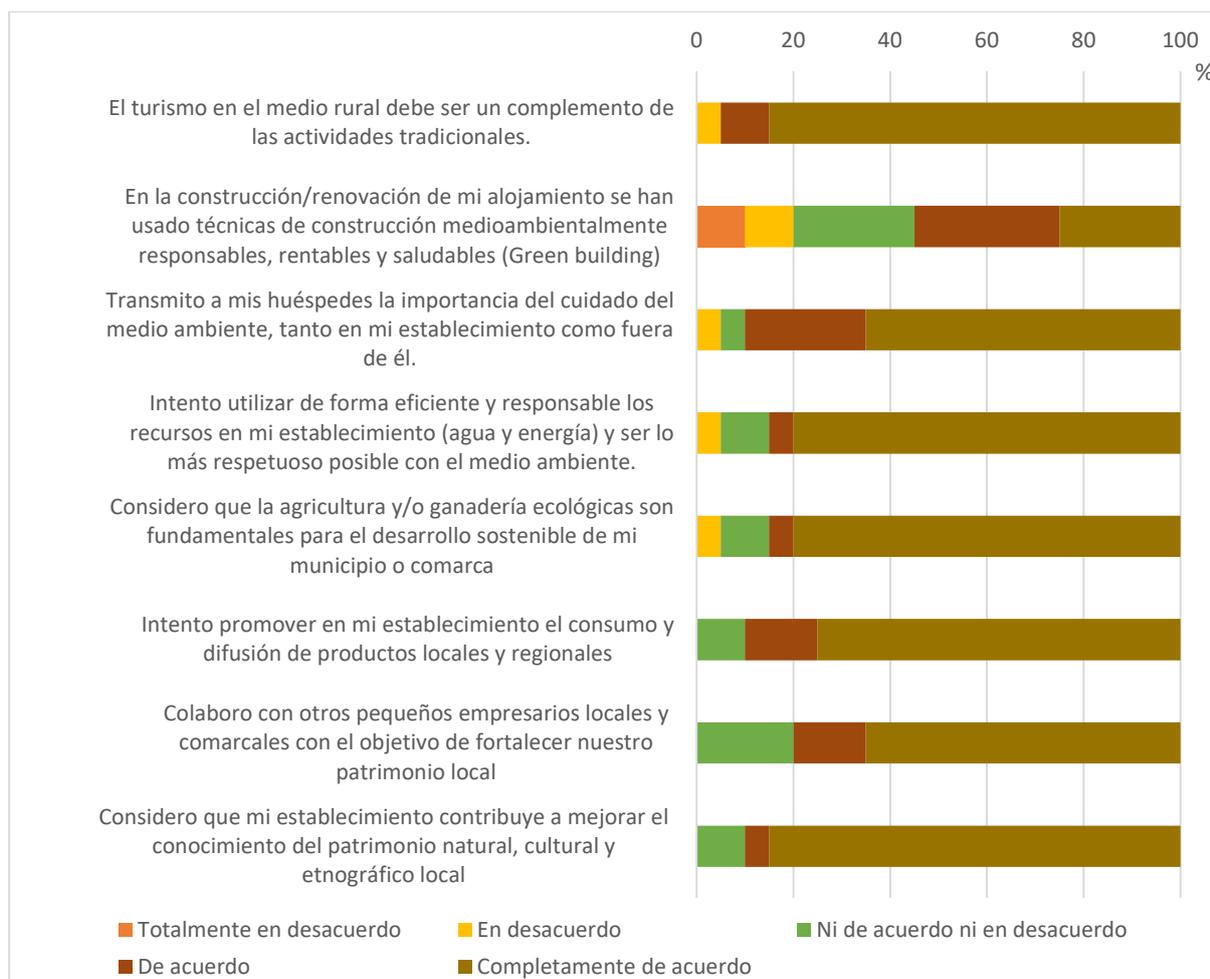
Así, podría afirmarse que los proyectos ecoagroturísticos en su mayoría encajan en la definición de *resort* turístico de Gunn (1994): *“complejos turísticos independientes que proporcionan una variedad de actividades de recreación en una localización restringida”*. De la capacidad y posibilidades para interactuar con el entorno más cercano y complementar la oferta de actividades realizadas en la explotación, dependerá el grado de conexión y de irradiación del proyecto a su entorno.

Para valorar su conexión con el territorio, se finalizó la entrevista telefónica con una serie de afirmaciones sobre el papel divulgador, turístico y productivo que ocupan en su entorno más cercano.

Las personas entrevistadas mayoritariamente consideraban positivo su papel en la actividad turística de su comarca, pero también su labor productiva (*Vid.* Figura 8). Su sensibilidad por la producción local permite fomentar el consumo de productos locales, bien propios o implicando a los productores cercanos. También recomiendan la compra de productos, la realización de talleres y actividades en su entorno más próximo, con el fin de complementar la experiencia y la transmisión de conocimientos no sólo en el ecoagroturismo, sino haciendo partícipe a la red de productores locales.

Un proyecto localizado en el Pirineo Navarro comentaba que *“tras veinte años aquí, no creo que hayamos sido motor de cambio, pero sí una ventana a otras posibilidades. No sólo para los turistas que vienen, sino para los vecinos (...) no somos mucho de pregonar lo que hacemos, pero estamos en contacto con la gente del pueblo y con otros agroturismos y al final, hablando con ellos, sin querer trasladar tu forma de ser a otros temas y vas viendo pequeños cambios”*.

Figura 8. El ecoagroturismo en su entorno más cercano



Elaboración propia

Otra posibilidad para interactuar con su entorno es a través de la puesta en valor de la producción local, que mayoritariamente realizan estos proyectos. El presidente de la Fundación Ecoagroturismo afirmó que *“antes se producía para la población rural y el mercado local y ahora los turistas conforman el nuevo mercado local”*.

Sin embargo, se plantean dos problemas básicos. Ante una pequeña producción destinada al autoconsumo y al consumo en el ecoagroturismo por parte de los turistas, el empresariado considera que existen trabas legales y administrativas que bloquean y dificultan la venta directa de productos locales producidos en las propias explotaciones. Un proyecto localizado en el pirineo navarro revelaba que *“la venta directa va a desaparecer si la administración estatal no hace nada en contra. Los establecimientos ecológicos demandamos que se puedan vender productos propios y locales (...) Es ilógico que a pocos kilómetros (En Francia) se valore y respete tanto la venta directa y aquí sólo se pongan obstáculos a los productores”*.

La regulación de la venta directa como medida de desarrollo rural que contribuya a aliviar la situación precaria del segmento de turismo rural, asfixiado por la estacionalidad y las cargas administrativas, es también muy asimétrica en sus desarrollos normativos y, por lo tanto, supone también un obstáculo en el desarrollo de esta actividad. A nivel nacional, el Real

Decreto 9/2015, de 16 de enero, por el que se regulan las condiciones de aplicación de la normativa comunitaria en materia de higiene en la producción primaria agrícola, deja a las comunidades autónomas la regulación de la venta directa. El resultado, como se decía, ha sido muy desigual, permitiendo en determinadas regiones la venta de prácticamente todos los productos de la huerta e incluso algunos de origen animal, y en otros, remitiendo multas por el desarrollo de esta actividad por parte de las zonas veterinarias rurales.

Una entrevistada expresaba que *“lo que yo puedo generar, lo ofrezco. Pero es un riesgo poner leche de mi vecindario porque puede ser peligroso”*. Es cierto que algunos proyectos han creado su propio registro sanitario y que pueden comercializar en sus explotaciones los productos ya envasados. Pero en otros casos, la normativa regional limita las posibilidades de crecimiento del producto turístico que se ofrece. Una ganadera castellanoleonesa indicaba que sus turistas pueden ir a ver el ganado a los pastos comunales y pueden darle de comer a los animales, pero no puede ofrecer la carne fresca o procesada en su establecimiento, porque es la gestora del matadero quien se encarga de la distribución de su producto.

El otro problema reside en la identidad gastronómica territorial. El mercado local vinculado a la eco-agro-gastronomía convierte el paisaje en “comestible” para los visitantes, un recurso de primer orden en la toma de decisión de la visita. Una entrevistada en Asturias denunciaba que el mercado local no puede proveer en exclusiva de fabes ni sidra producidas localmente, por lo que en temporada alta una parte significativa del consumo de estos productos proviene de la República Checa o de Bolivia, lo que es contraproducente con el fomento de la producción local. Dicho de otro modo, ni las producciones convencionales, ecológicas o agroecológicas juntas, ni los proyectos que combinan turismo con producción agroecológicas, son capaces de mantener la producción de variedades autóctonas locales. Por eso, la mayoría de las personas de este estudio veían con escepticismo la valoración y el apoyo que la administración brindaba a los proyectos que regentan. Así, un entrevistado declaraba *“cuanto más se va el sistema a otros lados, más me refuerzo en mi decisión de ser rebelde”*, mientras que otra persona se quejaba de que *“somos la guinda para hacer bonita la oferta, pero somos células aisladas”*. Cada proyecto ha de lidiar con las limitaciones que les ofrece la administración regional que le corresponda.

Un entrevistado almeriense denunciaba la simplificación del turismo rural por parte de la administración: *“El geranio con la bicicleta en una casa mediterránea es el reclamo. Solo se reconoce una realidad de ecoturismo sobre el papel, pero no en la realidad. El turismo queda para folletos. No hay una apuesta que vaya más allá de las cuatro paredes, aunque tú te dediques a mantener un espacio productivo tradicional. Quizás en el norte o en Cataluña se ve más protegida, pero en el sur no.”*

Además, según la propia Fundación Ecoagroturismo: *“la administración pública no preparó a la gente del medio rural para gestionar el modelo de territorio rural que ellos necesitaban. Una gran parte del empresariado son nuevos actores rurales, que crearon un producto sabiendo lo que necesitaba la demanda, pero no son la línea natural de gente rural”*.

5.4. El ecoagroturismo tras la pandemia del Covid19

Una de las principales características de los proyectos analizados es la intensa comunicación e interacción del empresariado con su clientela, por lo que fue muy interesante volver a contactar con las personas participantes del estudio para entender cómo han sido sus experiencias turísticas tras el inicio de la pandemia. En su mayoría, estaban de acuerdo con

que había habido una revalorización de la vida rural y del producto turístico rural por parte de la demanda: *“Hubo un vertiginoso posicionamiento de las plataformas masivas con la naturaleza, los pueblos... Mi sensación como gestor de turismo rural es que no ha sido todo lo buena que parece. Es como acordarte de un bombero el día del incendio (...) Mientras la pandemia esté en el aire, hay gente que se ve volcada hacia lo rural por prevención, protección, como un sanatorio. Pero no somos un sanatorio. Somos una casa rural”*.

Las personas entrevistadas consideran que, por primera vez en muchas décadas, los urbanitas se han replanteado su manera de vivir y han mirado con cierto entusiasmo a los espacios y modos de vida rurales: *“Los turistas que llegan traen una gran motivación por la naturaleza y la vida rural, les impacta la sostenibilidad y la autosuficiencia con la que vivimos... energía, agua, alimentos, generación de productos (sidra, etc.). Y sobre todo el escenario creado”*.

A pesar de la revalorización del turismo rural por parte de un número mayor de turistas, la mayoría del empresariado todavía no puede valorar si supone un cambio de tendencia a medio plazo o simplemente, una situación coyuntural por la pandemia.

Sí es cierto que el informe de tendencias de viaje publicado por *Euronews travel* (2020) analiza una subtendencia emergente de turismo ecológico que han llamado "Cultivaciones" (acrónimo de "cultivo" y "vacaciones"). En la era post Covid-19, ha habido un cambio claro hacia el crecimiento personal, la conexión con la tierra, los vínculos con la comida y la autosuficiencia. En otras palabras, permitir a los viajeros sumergirse en el paisaje, familiarizarse con la agricultura y ganadería locales, al mismo tiempo que se educa en sostenibilidad.

La pandemia también ha acelerado dinámicas muy positivas que ya se percibían anteriormente relacionadas con el auge del ecoturismo. Un entrevistado del sur peninsular comentaba que: *“hay una tendencia de valorar más las propuestas auténticas. Se ha acelerado este último año, pero dentro de la dinámica de los últimos años. Vienen con la motivación para conocer el entorno como nosotros lo presentamos. No hemos partido desde cero con la pandemia”*.

VI. CONCLUSIONES

En las últimas décadas, hemos vivido una constante reestructuración productiva de la agricultura y ganadería españolas, por lo que los procesos ligados a la diversificación económica, funcional y laboral de la población rural y la ganancia de capital rural han ganado mucho más protagonismo en el debate por el mantenimiento de un mundo rural sano y vivo.

Pese a la inclusión en la agenda de los gobiernos de la preocupación por el creciente abandono y despoblación del medio rural español y de la capacidad contrastada del turismo rural y el agroturismo en España para la supervivencia del mundo rural y de su ruralidad, lo cierto es que no se perciben políticas públicas robustas y coordinadas que se orienten tanto a generar escenarios atractivos tanto para la acogida de negocios turísticos que asienten población en el medio rural, como para la visualización de experiencias que animen a la demanda al consumo de estos productos. Si bien el turismo ha demostrado un efecto multiplicador en las economías locales, éste debe ir acompañado de otras medidas procedentes de otros ámbitos sectoriales, como se ha evidenciado en las respuestas de los informantes en este estudio.

De este modo, el turismo ha de plantearse como un complemento a las actividades productivas locales. El saltarse esta premisa puede provocar la generación de escenarios turísticos en yermos productivos, cuyos agentes turísticos no sólo cierran las puertas de los establecimientos al llegar la temporada baja, sino que se mudan a sus residencias habituales urbanas hasta la próxima estación turística.

Urge un replanteamiento de la fórmula extendida del turismo rural que permita un trabajo en red, mayor innovación, planificación desde la base y más relación experiencial con la agricultura y los residentes del medio rural.

Los proyectos ecoagroturísticos son una oferta turística consciente, coherente con la idiosincrasia de los espacios en los que se insertan y representan y responsables en su papel de garantes del paisaje y la esfera social y cultural. Son proyectos turísticos que exceden los objetivos del turismo rural y que fluctúan, sobre todo desde la perspectiva de la demanda, desde un producto básico e indiferenciado hasta un producto turístico muy educativo y responsable.

El escaso número de estos proyectos, su pequeño tamaño, la desconexión territorial de la red de proyectos en la geografía española y la dificultad para sacar adelante el producto diseñado por su empresariado con unos recursos humanos, económicos y de tiempo muy escasos limita la repercusión e importancia del ecoagroturismo dentro de sus tipologías genéricas: rural y ecoturística.

Como reflexionó Pereiro (2015, 47) en su análisis sobre uno de los proyectos analizados, estos proyectos presentan una *excepcionalidad cultural* perdida en los entornos turísticos rurales donde se localizan, con poca irradiación y reconocimiento dentro del turismo rural.

A pesar de las limitaciones mencionadas, estos proyectos apuestan por sostener una producción local cada vez más débil frente a las dinámicas de la gran distribución comercial, ofreciendo a los productores un mercado directo y local donde comercializar sus productos. Sin duda, esta renovada función de comercialización, junto con su labor de educación socioambiental para un público urbanita y de garantes de los paisajes productivos tradicionales ayuda a que los proyectos ecoagroturísticos puedan ser considerados como una de las subtipologías del turismo rural más enriquecedoras y coherentes con los territorios rurales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amat, P. (1999). El fenómeno del turismo rural y el contrato de agroturismo en el ordenamiento jurídico español (Tesis doctoral). Universidad de Valencia. Recuperado de <https://m.riunet.upv.es/handle/10251/117693?show=full>
- Cánoves, G., Garay, Ll. y Duro, JA. (2012): Turismo rural en España: avances y retrocesos en los últimos veinte años. *Papers de Turisme*, nº 51, 7-21.
- Cazorla, X. (2015). Curso online: herramientas para la gestión sostenible de empresas de turismo rural y de naturaleza. Centro Nacional de Referencia en Agroturismo.
- Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, R., Rujescu, C. Marin, D. (2019). Agritourism- A Sustainable Development Factor for Improving the 'Health' of Rural Settlements.

- Case Study Apuseni Mountains Area. *Sustainability*, 11, 1467. <https://doi.org/10.3390/su11051467>
- Cors, M. (2020). Una aproximación geográfico-jurídica al agroturismo en España desde el punto de vista de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, nº 46, 25-46. <https://doi.org/10.6018/turismo.451481>
- Entrena-Durán, F. (2012). La ruralidad en España: de la mitificación conservadora al neorruralismo. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, vol. 9, nº 69, julio-diciembre 2012, 39-65.
- Euronews Travel (2020): Travel Trend Report October 2020: travel after 2020 what will tourism look like in our new reality? Recuperado de: <https://www.euronews.com/travel/2020/10/26/travel-after-2020-the-new-reality>
- Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural, 2019 (2020). Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es.
- Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas (2020). Desarrollo rural: otras actividades complementarias de la explotación: turismo, alojamiento y otras actividades recreativas. Evolución del número de explotaciones agrarias 2005-2016. Recuperado de Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas. Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Flanigan, S., Blackstock, K. y Hunter, C. (2015). Generating public and private benefits through understanding what drives different types of agritourism. *Journal of Rural Studies*, nº 41, 129-141. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.08.002>
- Guerrero, A., Campón, A.M. y Hernández, J.M. (2012). Aproximación al concepto de agroturismo a través del análisis de la legislación española en materia de agroturismo. En J.L. Jiménez-Caballero, P. De Fuentes Ruiz y C. Sanz Domínguez, *Turismo y sostenibilidad: V jornadas de investigación en turismo (33-54)*, Sevilla: Facultad de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla.
- Gunn, C. (1994). *Tourism planning*, tercera edición. Londres: Taylor and Francis.
- Honey, M. (2002). *Ecotourism and certification: setting standards in practice*, Island press.
- Parlamento Europeo. (2011). Sobre Europa, el primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=CS>
- Parra, E. y Calero, F.J. (2009). Agroturismo, turismo sostenible y zonas ultraperiféricas: el caso de la región macarronésica. *Estudios Turísticos*, nº 181, 83-102. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2006.04.006>
- Pereiro, X. (2015). Turismo de base local en Galicia: ecoagroturismo Arqueixal o la excepción cultural como modelo. *Revista andaluza de antropología*, nº8 (Turismo de base local en la globalización), 45-67. <https://doi.org/10.12795/RAA.2015.i08.03>
- Philip, S., Hunter, C. y Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, nº 31, 754-758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>

- Porras, C. (5, 3, 2015). Destinos creativos y sostenibles, tendencias para un nuevo viajero. Hosteltur. Recuperado de https://www.hosteltur.com/110002_destinos-creativos-sostenibles-tendencias-nuevo-viajero.html
- Pulido, J.J. y Cárdenas, P.J. (2011). El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo. Boletín de la AGE, nº 56, 155-176.
- Ramírez, E. (2014). Agroecoturismo: aportes para el desarrollo de una tipología turística en el contexto latinoamericano. Anuario Turismo y Sociedad, vol. XV, 223-236. <https://doi.org/10.18601/01207555.n15.13>
- Rodríguez, G. (2019). El agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. Centro Agrícola, vol. 46, nº 1, enero-marzo 2019. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0253-57852019000100062&script=sci_arttext&tlng=pt
- Sadowski, A., Wojcieszak, MM. (2019). Geographic differentiation of agritourism activities in Poland vs. cultural and natural attractiveness of destinations at district level. PLoS ONE, 14(9). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0222576>
- Sayadi, S. y Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español. Cuadernos de Turismo, nº 7, 131-157.
- The International Ecotourism Society, TIES (2015). Recuperado de <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- Testa, R., Galati, A., Schifani, G., Di Trapani, AM, Migliore, G. (2019). Culinary Tourism Experiences in Agri-Tourism Destinations and Sustainable Consumption- Understanding Italian Tourists' Motivations. Sustainability, 11(17), 4588. <https://doi.org/10.3390/su11174588>
- Urry, (2001). La mirada del turista. Turismo y Patrimonio, nº 3, 51-66. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2001.n3.03>
- Vîntu, C.R., Chiran, A.C., Leonte, E.C., Stefan, M. y Jitea, M.I. (2016). Can agritourism be a viable niche market for the small Romanian fruits and vegetables producers?. Notulae Botanicae Horti Agrobotanici Cluj-Napoca, vol. 44, nº 2, 619-624. <https://doi.org/10.15835/nbha44210570>

CONTRIBUCIONES DE LAS AUTORAS

Autora 1: se ha encargado de la concepción original del trabajo, la adquisición e interpretación de los datos cualitativos, la redacción y revisión crítica de parte del artículo y la aprobación final de la versión a publicar.

Autora 2: se ha encargado de la concreción y redacción del marco teórico, la revisión crítica de parte del artículo y la aprobación final de la versión a publicar.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación no ha contado con ninguna fuente de financiación externa.