

**J. M. BACHILLER MARTINEZ**

Departamento de Geografía. Universidad de Valladolid

## **EL TURISMO RURAL COMO PROPUESTA DE REVITALIZACION ECONOMICA DE AREAS RURALES DESFAVORECIDAS: EL SUROESTE SORIANO**

### RESUMEN - RÉSUMÉ - ABSTRACT

En este trabajo se valora la importancia que el turismo rural puede adquirir en la economía de las áreas rurales desfavorecidas, efectuando un análisis de la dinámica turística del suroeste de la provincia de Soria, donde existen extraordinarios recursos paisajísticos e histórico-culturales y algunos intentos de promover una oferta organizada.

\* \* \*

*Le tourisme rural comme proposition pour la revitalisation économique des zones ruraux défavorisées: le sud-ouest de Soria.*- Dans ce travail on évalue l'importance que le tourisme rural peut atteindre dans l'économie des zones ruraux les plus défavorisées, en faisant une analyse de la dynamique touristique du sud-ouest de la province de Soria, où se trouvent d'extraordinaires ressources paysagistes et historique-culturelles et quelques tentatives de promouvoir une offre organisée.

\* \* \*

*Rural tourism as a means to economical revitalization of underdeveloped rural areas: the south-west of Soria.*- This work values the importance that rural tourism may acquire in the economy of underdeveloped rural areas, by means of an analysis of the tourist dynamics of the south-west of Soria province, where there are extraordinary landscape, historical and cultural resources and some attempts to promote an organized offer.

**PALABRAS CLAVE:** Reestructuración agraria. Turismo rural. Recursos básicos. Patrimonio histórico-cultural. Ordenación de la oferta.

**MOTS CLÉ:** Réorganisation agraire. Tourisme rural. Ressources basique. Patrimoine historique-culturelle. Organisation de l'offer.

**KEY WORDS:** Agricultural reorganization. Rural tourism. Basic resources. Cultural and historic heritage. Offer planing.

Es indudable que en el transcurso de la última década las áreas rurales españolas han entrado en un contexto socioeconómico nuevo como consecuencia, primero, de la inserción definitiva en una economía de mercado y, más recientemente, con la incorporación de nuestro país a la C.E.E. y el consiguiente ingreso en la economía internacional. Este nuevo entorno ha destapado la verdadera realidad del mundo rural, sus carencias y problemas, que han llevado a plantear una reorganización del espacio y un cambio de enfoque en la manera de entender el desarrollo rural, para amortiguar la previsible reestructuración de la actividad agraria. Un fiel exponente de todo ello lo constituyen las áreas marginales de media montaña, en las que pueden incluirse todas las serranías sorianas, cuyas producciones tradicionales han dejado de interesar, ya que son economías poco productivas y monocultoras además de productos excedentarios, que no entran en

la disciplina de una sociedad cada vez más abierta y competitiva. Sus perspectivas materiales de desarrollo, en la línea que plantea Miren Etxezarreta, han pasado de tener una base productiva a convertirse en una opción social (ETXEZARRETA; 1993). Algunas de las potencialidades que ofrecen estos espacios, como son, por ejemplo, la creación de paisajes de calidad, la conservación del patrimonio histórico cultural, la mejora de servicios o la organización de actividades al aire libre, se han convertido, pues, en una opción social, cuya capacidad para atraer inversiones dependerá en el futuro del nivel de concienciación que exista sobre el valor de estos recursos.

Estas primeras notas permiten situar el marco general en que se desenvuelve este trabajo, centrado en un espacio que refleja con bastante fidelidad los problemas de revitalización que plantean muchas áreas marginales del interior peninsular.

El suroeste soriano comprende un amplio sector de la cuenca alta del Duero, en la que pueden distinguirse dos espacios bien definidos desde el punto de vista físico: un espacio llano, constituido por la ribera del Duero y su prolongación hacia el este por la cuenca satélite Burgo de Osma-Almazán, situado entre los 850 y 1.000 m de altitud, y un umbral montañoso al sur, formado por un conjunto de elevaciones de mediana altitud (hasta 1.500 m) y una extensa penillanura entre los 1.100 y 1.200 m. Ambos sectores guardan estrechos vínculos económicos y sociales, además de históricos, que se organizan en dos centros de servicios, Almazán y El Burgo de Osma (Fig. 1).

Este área ha sufrido como pocas el declive de un modelo de organización tradicional, cuyo resultado ha sido el desencadenamiento de acelerados procesos de debilitamiento demográfico y desarticulación socio-territorial. Desde 1950 la población se ha reducido un 52% de media, situándose en en 84% en el área de montaña. De las 20.160 personas censadas en 1991 casi la mitad viven en las dos cabeceras de comarca. La población rural se distribuye en 111 entidades de población, caracterizadas por su pequeño tamaño (77 habitantes de media), por su bajísima densidad (3,6 hab/Km<sup>2</sup>) y su elevado índice de envejecimiento (el porcentaje de población con más de 65 años se sitúa por encima del 50%).

Este cuadro demográfico es consecuencia de un contexto económico, en el cual la crisis de la agricultura tradicional, que hoy ocupa todavía a un tercio de la población activa, no ha sido reemplazada por el desarrollo de actividades transformadoras o de servicios, capaces de mantener la población y articular el territorio.

El nuevo entorno que rodea a los espacios rurales, en España reforzado por la constitución de los ayuntamientos democráticos, ha favorecido la aparición de nuevos agentes que, a partir de una toma de conciencia sobre los problemas locales, intentan detener los procesos regresivos a los que se han visto abocados, promoviendo nuevas iniciativas de desarrollo, basadas en el aprovechamiento de los recursos endógenos.

Una de las actividades que más ha centrado la atención es el turismo, por su hipotética proyección y su capacidad de arrastre sobre otras ocupaciones



Fig. 1. Localización del área de estudio.

del mundo rural. En este trabajo se pretende valorar esta opción de desarrollo, en base al estudio de un espacio interior, que fundamenta su atractivo en la riqueza histórico-cultural.

## I. EL TURISMO RURAL ANTE LA CRISIS DEL MODELO DE DESARROLLO TURISTICO ESPAÑOL

No es preciso extenderse demasiado para reconocer la importancia que ha alcanzado el fenómeno turístico en nuestra sociedad, no sólo para las personas que demandan esta forma de aprovechar el tiempo de ocio, sino también para los espacios que satisfacen esa necesidad. Tampoco es necesario insistir en el destacado papel que desempeña la actividad turística dentro de la economía española y el marcado desequilibrio espacial en favor de las zonas costeras, que proviene del monopolio que ha ejercido en el desarrollo del turismo español el binomio *sol y playa*, como recurso más demandado y a la vez más promocionado dentro de nuestra oferta.

Pero el comportamiento excepcional del sector turístico durante varias décadas presenta en los últimos años algunos síntomas de cambio, que han motivado la preocupación de la administración y de los sectores implicados. Si bien los españoles evidencian una mayor actividad viajera, en el turismo extranjero se detectan algunos cambios cualitativos, ante los cuales se ha puesto de manifiesto la falta de adaptación y los costes no superados de tres décadas de espectacular desarrollo de nuestro turismo, caracterizado más por la maximización de los beneficios a corto plazo que por una preocupación por los efectos indeseables a un plazo más largo (BO-TE, 1988).

Por una parte, el turista se inclina cada vez más por un viaje de calidad, en el que se valora de forma creciente aquéllos aspectos de la calidad de vida que no se encuentran en las grandes urbes donde residen habitualmente. De ahí que procuren evitarse situaciones poco deseables como la masificación, la degradación ambiental, la inseguridad o la insuficiencia e inadecuación de las infraestructuras y los servicios, exigiendo, al mismo tiempo, mayores niveles de confort, mejor asistencia y mejor calidad en el trato. Por otra parte, se aprecia una tendencia a fraccionar las vacaciones durante el año y también a moverse por motivos más variados, con salidas más cortas, pero más numerosas. El turismo tradicional de sol y playa representa ya menos del 50% de los viajes turísticos de los europeos al extranjero y desciende ligeramente (SECRETARÍA DE TURISMO, 1990).

Este nuevo panorama lesiona de una u otra forma el perfil tradicional del mercado español, basado en unas vacaciones largas y baratas de sol y playa, y plantea la necesidad de dar entrada a otras es-

trategias de desarrollo turístico que satisfagan mejor las nuevas inquietudes de la demanda. A todo ello hay que añadir la aparición de nuevos países competidores, que se han introducido en el negocio turístico, acaparando una cuota de mercado nada desdeñable.

Con el actual diagnóstico, la primera pregunta que ineludiblemente se suscita es qué lugar ocupa el turismo rural dentro de este escenario complejo en el que se mueve la actividad turística española.

A la hora de plantear una reflexión profunda sobre la posición del turismo rural dentro de las corrientes turísticas actuales, y más aún si nos ceñimos al caso concreto de España, donde esta modalidad ha quedado casi totalmente anulada por la estrategia tradicional de desarrollo turístico, la primera consideración a tener en cuenta es que nos adentramos en una forma de turismo de cierta complejidad, no sólo por la actual imprecisión conceptual y terminológica, sino por la diversidad de factores que interactúan en la misma dirección, y que son objeto de análisis desde muy variadas perspectivas.

La propia definición de "turismo" plantea, entre otros, problemas de delimitación temporal, no tanto por la duración mínima (comúnmente aceptada en 24 horas o una pernoctación al menos fuera de casa) como por la duración máxima (en Francia, por ejemplo, inferior a 4 meses).

Tampoco existe una uniformidad sobre el concepto de espacio rural y, mucho menos, sobre el de "Turismo rural". Cada país ha desarrollado una terminología más o menos precisa para designar los distintos subtipos de turismo que se practican en el medio rural, según la forma y el espacio utilizado. Han proliferado distintos conceptos (turismo rural, agroturismo, turismo verde, turismo blando, turismo de naturaleza, turismo cultural, etc) que tienen distinto significado según los países, pero que no son, a nuestro juicio, más que distintas ramas de un tronco común que es el turismo rural, es decir, aquél que utiliza como soporte el espacio rural.

En España prevalece la concepción del turismo rural como actividad turística del interior, en contraposición al turismo de sol y playa. Pero la Secretaría General de Turismo ha elaborado una definición más precisa, entendiendo por turismo rural todo tipo de aprovechamiento turístico en espacio rural, siempre que se trate de un turismo difuso, respetuoso con el patrimonio natural y cultural, y que implique la participación de la población local (GALIANO; 1991). No obstante, en esta materia existe una regulación y un desarrollo normativo desigual entre las distintas Comunidades Autónomas, que contribuye a desorientar la práctica de esta forma de turismo. Quizá por ello sea necesario una unificación normativa y unos criterios homogéneos para definir y regular esta modalidad.

El turismo rural en nuestro país ha mantenido una posición claramente marginal, lo cual no quiere decir sólo que el número de visitantes y la magni-



Fig. 2. Principales recursos histórico-artísticos.

tud de los ingresos hayan sido insignificantes en comparación con el modelo dominante. Se trata de una marginación más profunda, que abarca múltiples facetas, desde la falta de información y promoción y ausencia de estudios, hasta la falta de sensibilidad y de compromiso para mejorar la calidad recreativa de estos espacios.

A pesar de ello, el turismo rural no es un fenómeno nuevo en nuestro país, sino que tiene diversos precedentes y motivaciones. El más importante es consecuencia del éxodo masivo que desencadenó el proceso de industrialización contemporáneo; se trata de un turismo de retorno vacacional de emigrantes, con motivaciones casi exclusivamente familiares, que se instala en alojamientos privados no comerciales.

Otro antecedente del turismo rural, este ya con un planteamiento comercial, lo constituyó el programa de vacaciones en "Casas de Labranza", surgido en 1967. Su desarrollo, sin embargo, fue muy limitado y desigual en las distintas provincias, y no exento de polémica sobre la picaresca que acompañó a las ayudas económicas, que dejaron de otorgarse en 1981. Los usuarios más comunes de las casas de labranza fueron familias urbanas de clase media, siendo reducidísima la participación de extranjeros (GARCIA; 1982).

Es indudable, sin embargo, que el turismo rural ha empezado a suscitar un interés creciente y una preocupación por parte de las administraciones y de los agentes sociales y económicos. En la última década se han multiplicado las investigaciones y los trabajos científicos sobre el turismo en espacio rural; se ha multiplicado la información en prensa, revistas especializadas y folletos de todo tipo. En diversas regiones se han puesto en marcha proyectos de desarrollo turístico o programas de desarrollo rural con un énfasis especial en esta actividad, avalados por distintas administraciones. Existe, en definitiva, una atención nueva hacia los espacios rurales considerados como reserva de lugares de ocio; se puede decir incluso que impera una actitud, un espíritu común de búsqueda de una nueva comunicación entre el hombre y la naturaleza, y de respeto y protección hacia los valores socioculturales que atesora el medio rural.

Las circunstancias que confluyen para explicar esta nueva atmósfera son diversas y afectan tanto al

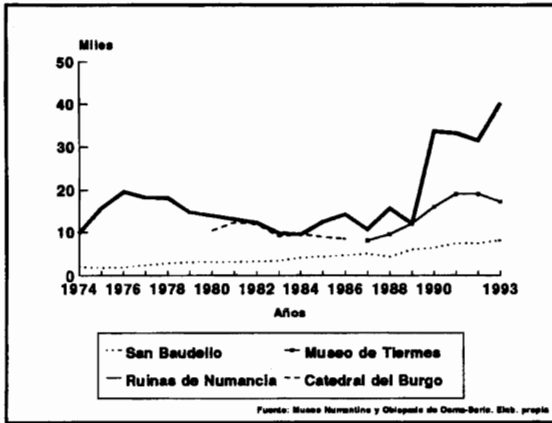


Fig. 3. Evolución de la afluencia turística.

lado de la oferta como al de la demanda. Influye, en primer lugar, el contexto económico; las actuales perspectivas de reestructuración de la actividad agraria en muchas regiones y la necesidad de buscar un equilibrio capaz de frenar la descomposición de la sociedad rural, es uno de los argumentos que alimentan la idea de potenciar actividades alternativas que consigan revitalizar e integrar el tejido socioeconómico de estos espacios.

No falta tampoco un sentido proteccionista, de salvaguarda de todos los valores que encierra el mundo rural frente a la incesante presión que ejerce la sociedad moderna. El medio rural constituye una inagotable reserva de recursos naturales y socio-culturales, ante los cuales existe una creciente sensibilización en las sociedades urbanas. Se dan asimismo unas condiciones objetivas que inducen a pensar en una demanda creciente de los espacios rurales para disfrutar de los períodos vacacionales. Esta realidad se basa en una serie de hechos cada vez más implantados: el aumento de la calidad de vida y la mejora del nivel cultural propugnan nuevos planteamientos en el aprovechamiento del ocio, dirigidos más hacia un enriquecimiento personal que hacia un mero disfrute temporal; el cansancio por la masificación de las áreas costeras motiva también una búsqueda de nuevas formas de turismo; el reposo, la tranquilidad, la posibilidad de respirar aire puro, la búsqueda de una nueva comunicación entre el hombre y su entorno natural, son bienes cada vez más apreciados por una población urbana insatisfecha con las condiciones de vida que le ofrece la ciudad.

Pero, si bien todos estos comportamientos y estrategias contribuyen a crear un entorno muy favorable, el interés que despierta en nuestro país el turismo en espacios rurales no viene aún suficientemente avalado por las cifras. El turismo extranjero sigue manifestando una absoluta predilección por las zonas costeras, indicando como principal moti-

vo de su viaje la búsqueda de sol y playa. En 1989, el 82,1% de los extranjeros que visitaron nuestro país vinieron atraídos por el sol y clima español (SECRETARIA GENERAL DE TURISMO; 1990). Si nos remitimos a la afluencia turística recibida por comunidades autónomas que figuran en vanguardia del turismo rural, como es el caso de Asturias o Navarra, se comprueba que el porcentaje de extranjeros no llega al 3% de la afluencia total.

Por su parte, el turismo nacional tampoco ha demostrado hasta ahora un cambio de tendencia claro en la dirección de los flujos turísticos. Así se desprende al menos de las encuestas realizadas en los últimos años sobre el comportamiento vacacional de los españoles. En 1985 un 56,8% de los encuestados eligieron la costa o la playa como destino de su viaje principal; en 1990 este porcentaje se elevó al 61,2%, mientras que en 1992 ha descendido al 53,7%. Casi en concordancia con esta evolución, los destinos a un pueblo o ciudad del interior pasaron del 22,1 al 17,6% en las dos primeras fechas, elevándose al 19,1% en 1992. Por otra parte, la salida principal con destino a la montaña o la sierra apenas sufrió variación (15,3, 16,1 y 15,8% respectivamente)<sup>1</sup>.

No obstante, sí se observan algunos hechos relevantes que pueden impulsar un cambio de tendencia, como es el que el español demuestre una creciente propensión hacia el viaje y, lo que es más importante, cada vez es mayor el número de personas que disfruta las segundas vacaciones, a lo que contribuye el aumento del nivel de vida y la mejora de las comunicaciones. La proporción de personas que no realizan ningún viaje de vacaciones pasó del 55,9% en 1985 al 46,6% en 1990. Por el contrario, las personas que realizaron dos viajes pasó del 8,3 al 11% y los que salieron en tres o más ocasiones subió del 4,6 al 10,6%. Esta tendencia estructural no está exenta de oscilaciones, debidas principalmente a la coyuntura económica. Así se explica el descenso que se ha producido en 1992, con un 55,5% de personas que no realizaron ningún viaje y sólo un 7,9% que lo hicieron en 3 o más ocasiones. Pero quizá el hecho más destacado que aparece en el panorama turístico nacional sea la tendencia a fragmentar las vacaciones y multiplicar el número de salidas, lo cual supone un cierto cambio en el destino y motivación de las vacaciones, con una gradual preferencia por las regiones del interior a partir del segundo viaje, para descubrir lugares nuevos, disfrutar de unos días de descanso o visitar a la familia.

Por tanto, la conclusión que se puede extraer a la vista de estos datos es que, en contra de lo que se argumenta con frecuencia, la afluencia turística hacia los espacios rurales no procede tanto de un giro

<sup>1</sup> Los diferentes datos se han obtenido de los estudios que realiza la Dirección General de Política Turística sobre las vaca-

ciones de los españoles, publicadas en la revista *Estudios Turísticos*.

significativo en las corrientes turísticas tradicionales como de la tendencia a multiplicar el número de salidas en otras épocas del año (Semana Santa, Navidades,...) o durante los puentes y fines de semana. Los datos recogidos en la encuesta de 1987 resultan bien expresivos: la preferencia por el litoral baja del 52% en el primer viaje al 39% en el segundo y al 35% en el tercero y cuarto viajes, mientras que el destino a un pueblo del interior pasó sucesivamente del 29 al 37 y 36%, y hacia un lugar de la sierra o de la montaña del 9% al 12 y 16% respectivamente.

En sintonía con estos datos, se aprecia también una diferenciación en la duración de las vacaciones y en el planteamiento de las mismas. El turismo rural suele practicarse de forma espontánea y durante períodos más breves, adquiriendo mayoritariamente un carácter personal, de visita a familiares y amigos, estableciéndose en alojamientos privados no comerciales, bien en casas de residentes o en residencias secundarias.

Esta realidad nos sirve para situar la posición de prudencia desde la que se debe abordar este fenómeno, cuya capacidad de generación de riqueza en el medio rural suscita posturas contrapuestas. La cuestión que se plantea, en cualquier caso, es qué respuesta se va a dar a los indicios de crisis que presenta el modelo turístico tradicional de nuestro país y qué papel debe jugar el turismo rural, teniendo en cuenta los intereses que se están defendiendo a la hora de diseñar una nueva estrategia de desarrollo turístico. Parece claro que cualquier intento de reorganizar la oferta turística costera, adecuándola a las nuevas exigencias de la demanda, conllevaría un descenso de la clientela, a no ser que su distribución estacional fuera más equilibrada. El espacio rural y "urbano-interior" aparecen entonces como los únicos capaces de multiplicar la afluencia sin peligro de costes añadidos; el problema estriba en diseñar adecuadamente la oferta turística que más conviene a cada espacio.

## II. LA ACTIVIDAD TURISTICA COMO FACTOR DE DESARROLLO LOCAL EN EL SUROESTE SORIANO

El suroeste soriano, como toda la provincia en general, constituye un ejemplo de espacios rurales periféricos con una estructura socioeconómica predominantemente agraria que, ante la intensidad del proceso de desocupación del territorio y las perspectivas de reestructuración de la actividad agraria, tratan de buscar nuevas formas de desarrollo, avaladas por ese nuevo entorno que rodea a los espacios rurales. La actividad turística, como dedicación activa y dinámica ó factor destacado en la organización del espacio, se presenta entonces como una aspiración más que como una realidad definida por un modelo de organización concreto, lo cual no significa que el turismo sea una actividad extraña. La

cuestión principal es ver si el turismo constituye una aspiración colectiva y un verdadero proyecto local o simplemente una actividad concebida solo por los sectores implicados y algunas administraciones públicas.

### 1. VALORACION DEL POTENCIAL TURISTICO

Es indudable que para que un espacio genere un flujo turístico de cierta entidad es una condición imprescindible que disponga de un producto que sea demandado por un segmento más o menos amplio de población. Pero este requisito, con ser fundamental, no sería suficiente por sí mismo si no se complementa con otra serie de acciones que posibiliten esa corriente, con una suma de voluntades interesadas en acoger y retener a esos visitantes.

El potencial turístico de una región depende de una serie de factores cuantitativos y cualitativos, capaces de crear unas condiciones suficientes para generar un flujo turístico. El primero y más importante de ellos es la presencia de unos recursos, es decir, unos elementos con capacidad para atraer visitantes. El grado de atracción de un recurso es difícil de cuantificar, pero dependerá en gran medida de su calidad y singularidad, y de otros factores complementarios como son la distancia a centros consumidores, la accesibilidad del lugar, su nivel de equipamiento o su situación respecto a otros centros o rutas turísticas.

Pero el factor "recurso" es demasiado amplio y demasiado vago como para definir la capacidad de atracción de un espacio y, sobre todo, su capacidad de retención sobre la demanda. Es preciso utilizar otros parámetros que posibiliten una diferenciación más precisa. En este aspecto resulta útil la diferenciación entre recursos básicos y complementarios introducida por Francisco Leno, aplicando criterios de funcionalidad. Los recursos básicos son aquellos que constituyen el soporte de las actividades que sustentan los programas de un plan, cuyo papel es atraer y fijar la demanda en la zona. Los recursos

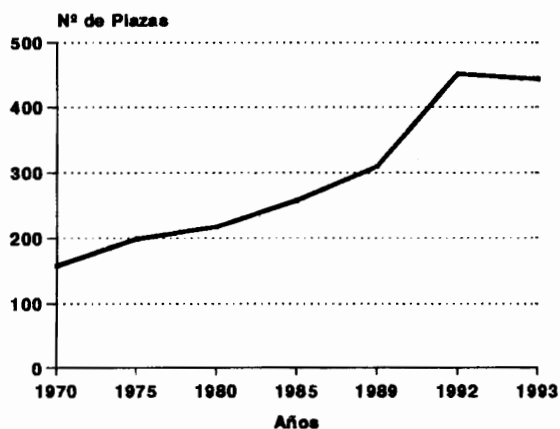


Fig. 4. Evolución del número de plazas hoteleras.

complementarios se refieren a aquellos que no tienen el suficiente atractivo como para justificar la dotación de equipamientos, puesto que generan estadías de muy corta duración (LENO CERRO, 1992).

Pues bien, siguiendo esta clasificación, podemos afirmar que en el suroeste soriano proliferan los recursos complementarios, pero faltan recursos básicos o los que existen están infrautilizados. Los primeros presentan un extraordinario valor, básicamente representado por la enorme riqueza y variedad de su patrimonio histórico-cultural (fig. 2). No obstante, si tuviéramos que hacer una valoración global del patrimonio existente en la comarca, argumentaríamos que no existe un monumento representativo que sobresalga por su singularidad y que sea de conocimiento general; más bien, su principal riqueza radica, precisamente, en el conjunto, en la suma de una diversidad de pequeños monumentos, cada uno de los cuales encierra un particular atractivo. Por ello, quizá es difícil hablar de un centro autosuficiente, capaz de generar, por sí sólo, una corriente turística específica. Quizá el núcleo que más se acerca a tal consideración sea El Burgo de Osma, que cuenta con un flujo muy importante inducido por la catedral y los valores que encierra, o el yacimiento celtíbero-romano de Tiermes.

La riqueza monumental se ve reforzada en algunos casos por la presencia de espacios de calidad ambiental, ligados a menudo al entorno de los caseños o de los recintos amurallados. Patrimonio y paisaje forman, como en tantas otras comarcas del interior, el tándem sobre el que se apoya el atractivo turístico del espacio objeto de estudio.

Pero estos recursos suelen generar un turismo itinerante, de corta estancia, que acaba convirtiéndose en una nueva forma de colonización del medio rural. Faltan entonces motivos o recursos básicos, capaces de atraer y retener a la población. Tales recursos son menos abundantes y suelen requerir una intervención o un esfuerzo de organización, que expresa mejor el interés de un espacio por promocionar el turismo. Algunos ya existen, como es el caso de la celebración en invierno de unas jornadas gastronómicas en torno a la matanza tradicional del cerdo, promovidas por iniciativa privada en la localidad de El Burgo de Osma; otros están infrautilizados, como, por ejemplo, el deporte de la caza, que ofrece claras potencialidades, pero que se ven frenadas por determinadas inercias locales. No faltan tampoco elementos que podrían aprovecharse, como es el caso del río Duero para la práctica deportiva o el yacimiento de Tiermes para la organización de actividades culturales. Esta realidad refleja, en definitiva, la existencia de una separación entre lo que se puede llamar recursos actuales y recursos potenciales, que sólo puede salvarse con el convencimiento pleno de que el turismo puede constituir una fuente de riqueza importante para la comarca, base imprescindible para el derroche de iniciativas

e imaginación que requiere un proyecto de esta naturaleza.

Por otra parte, las condiciones para que una comarca genere un flujo turístico significativo no dependen sólo de sus recursos internos sino también de su situación respecto a otros centros o rutas turísticas y de su grado de accesibilidad. Hay que considerar, a este respecto, dos aspectos positivos: el primero, la proximidad al mercado madrileño y la tendencia observada en él a rebasar el radio de los desplazamientos turísticos; el segundo, la existencia de una cierta ventaja de situación, ya que existen otros centros de interés cultural o espacios naturales de calidad en un ámbito relativamente cercano, tanto de Soria como de otras provincias limítrofes, sobre todo Guadalajara y Segovia. La accesibilidad, sin embargo, no es tan óptima, pese a las mejoras que se han introducido en los últimos años. Así, es preciso efectuar grandes rodeos o transitar por carreteras estrechas y tortuosas, inadecuadas para el transporte colectivo, para acceder a determinadas localidades, lo cual condiciona los movimientos turísticos dentro de la comarca.

Esta comarca cuenta, en definitiva, con algunos recursos importantes y ventajas de situación, pero adolece de recursos básicos, capaces de retener a la población, y de un nivel de infraestructura adecuado.

## 2. EL CARACTER INCIPIENTE DEL TURISMO EN EL SUROESTE SORIANO

La aparición de una funcionalidad como espacio recreativo en este sector, como en toda la provincia en general, es relativamente reciente y presenta características similares a las de otras áreas rurales del interior peninsular. El turismo, como un fenómeno colectivo, empieza a manifestarse en el transcurso de los años sesenta y se desarrolla más claramente en la década de 1970. Su origen radica en la intensa corriente migratoria que afectó a esta

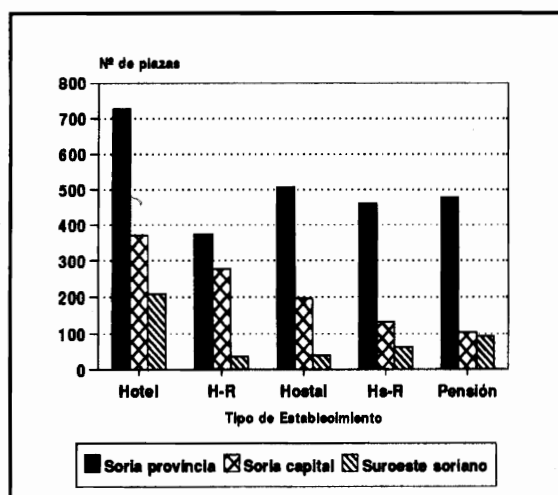


Fig. 5. Distribución de las plazas hoteleras. 1993.

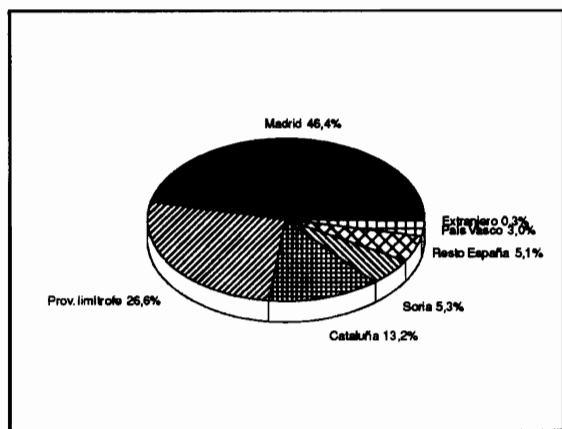


Fig. 6. Procedencia de los visitantes.

comarca en esas dos décadas. Se trata de un turismo de retorno vacacional de emigrantes, impulsado por motivos personales, que se concentra fundamentalmente en los meses estivales y durante las fiestas de Navidad, aunque también se ha extendido a los fines de semana y puentes del calendario laboral. Es un turismo que ha ido en aumento con la mejora del nivel de vida y el desarrollo de las infraestructuras viarias, pero que apenas deja fondos, ya que suele utilizar alojamientos privados, si bien se moviliza cada vez más dentro de su estancia en el pueblo natal.

Otra característica de estos comienzos fue la escasa repercusión que tuvo el programa nacional de vacaciones en casas de labranza. En el año 1980 sólo seis poblaciones en toda la provincia disponían de alojamientos para turistas incluidos en este programa, de las cuales sólo una —Berlanga de Duero— pertenecía al sector suroccidental (SECRETARIA GENERAL DE TURISMO; 1980).

La afluencia turística ajena a motivos personales era muy escasa y se limitaba a un reducido grupo elitista de clase media o media alta, con un alto nivel cultural, que se acercaba de forma espontánea a visitar los principales monumentos. Por otra parte, la inexistencia de una infraestructura hotelera adecuada impedía un desarrollo de la demanda y condenaba la afluencia a convertirse en un turismo de paso, que debía alojarse en la capital o en centros extraprovinciales.

Junto a este turismo espontáneo, movido por diferentes motivos, surgió en los años setenta una tentativa peculiar de promover una oferta turística organizada. La iniciativa partió de un empresario de hostelería afincado en El Burgo de Osma y tuvo como objetivo promocionar la restauración durante los meses invernales, de baja demanda. La idea consistió en conmemorar comercialmente una costumbre de gran tradición en la comarca como es la matanza del cerdo. La iniciativa se puso en marcha

en 1974, celebrándose sólo durante tres días, y fue poco a poco tomando auge hasta prolongarse desde hace algunos años durante 6 fines de semana en los meses de febrero y marzo, con un ámbito de atracción internacional. Las “Jornadas de la Matanza” constituyen un ejemplo muy interesante de promoción turística, basado en la diversificación de la oferta, que ha llegado a configurar en El Burgo de Osma un turismo de simbiosis entre la Catedral y el hotel Virrey Palafox, un turismo integrador entre el arte y el buen comer.

Es preciso manifestar en estos comienzos la ausencia de algún tipo de organización o gestión turística a nivel provincial. Las actuaciones de la administración central se han limitado casi exclusivamente a realizar algunos estudios, editar determinados folletos y mantener una oficina de información en la capital, cuyos horarios no se adecuaban precisamente a la función que debía cumplir.

La preocupación por el turismo como un sector productivo capaz de generar riqueza en la provincia de Soria dio un salto cualitativo con la constitución del *Patronato Provincial de Turismo* en el año 1987, cuyas iniciativas, en un campo tan inédito, han sido forzosamente importantes, aunque en conjunto sean todavía insuficientes. Pero la creación del Patronato no fue un hecho aislado dentro del contexto provincial. Un año antes había surgido una iniciativa de organización y desarrollo turístico a nivel comarcal, enclavada precisamente en el espacio objeto de estudio. Un total de 12 municipios se agruparon para constituir la denominada Mancomunidad Municipal Turística “*Tierras del Suroeste Soriano*”, cuyos estatutos fueron aprobados el 3 de Abril de 1986<sup>2</sup>. Esta experiencia interesante, por lo que a toma de conciencia sobre el valor de los recursos locales se refiere, en un contexto de crisis en la actividad agraria, ha tenido, sin embargo, una vida muy lánguida, que no deja por ello de plantear la posibilidad de organizar y potenciar un fenómeno, que hasta hoy se ha desarrollado de forma espontánea.

Aunque el turismo en esta comarca se puede considerar, en definitiva, como una actividad casi embrionaria, la afluencia turística interesada por los valores histórico-culturales ha experimentado un desarrollo muy positivo, tal como expresa la evolución del número de visitantes registrados en distintos centros dependientes de la Junta de Castilla y León (Fig. 3).

Resulta significativo observar el desenvolvimiento de la afluencia a la ermita de San Baudelio, de la que se posee una serie más prolongada. Desde 1974 hasta 1983 el número de visitantes creció muy ligeramente; a partir de 1983 y sobre todo de 1988, el ritmo de incremento se ha acelerado. Mejor ex-

<sup>2</sup> Estos municipios son: Almazán, Barca, Berlanga de Duero, Burgo de Osma, Calatañazor, Caltojar, Castillejo de Robledo,

Gormaz, Langa de Duero, Montejo de Tiermes, Rello y San Esteban de Gormaz.

ponente de este aumento de la demanda en los últimos años lo constituye el museo de Tiermes, inaugurado en 1987. En tan sólo cinco años la cifra de visitantes ha pasado de 8.000 a más de 19.000.

En la catedral del Burgo de Osma, dependiente del obispado, la afluencia ha descendido levemente en la década de los ochenta, pero los datos son más inexactos ya que se contabilizan únicamente las entradas vendidas entre los turistas que demandan servicio de guía, quedando excluidos, por tanto, aquellos que visitan el monumento por cuenta propia.

Estos centros, situados en el suroeste soriano, se encuentran entre los más visitados de la provincia, aunque se mantienen a cierta distancia de los ubicados en la ciudad de Soria o en sus proximidades (Museo Numantino, Arcos de San Juan de Dueiro y ruinas de Numancia). En todos ellos se advierte un fuerte repunte a partir de 1987, como demuestra el ejemplo representativo de las ruinas de Numancia, que en el año 1993 atrajeron a más de 40.000 visitantes, frente a los 11.000 de 1987.

Pero a pesar de la tendencia ascendente que se deduce de estos datos, el volumen de personas que practican este tipo de turismo es evidentemente muy escaso y presenta además un perfil bastante bien caracterizado. Resulta llamativo comprobar, y esto expresa las circunstancias en que se desenvuelve el turismo en provincias como la soriana, el desconocimiento tan grande que existe de los recursos. Más del 65% de los visitantes manifiestan haber conocido el monumento a través de familiares o amigos, por sólo un 13,1% que lo descubrieron a través de algún folleto turístico, y un 21,4% que lo hicieron por otras vías<sup>3</sup>. Este hecho resulta suficientemente significativo como para reclamar una preocupación especial por el tema de la información.

### 3. LA PROGRESIVA READAPTACION DE LAS INFRAESTRUCTURAS DE ALOJAMIENTO

Es indudable que para que el turismo genere riqueza en una comarca es imprescindible que ésta ofrezca unos servicios capaces de captar una parte del presupuesto previsto por el turista. La dotación de servicios es, precisamente, uno de los problemas que más condiciona el desarrollo del turismo rural, hasta el punto de convertirse en un círculo vicioso difícil de romper. Dado el perfil tradicional del turismo rural, la oferta de alojamiento suele caracterizarse por un predominio del alojamiento privado sobre la oferta turística comercial. Aunque es difícil evaluar su alcance, las residencias secundarias y,

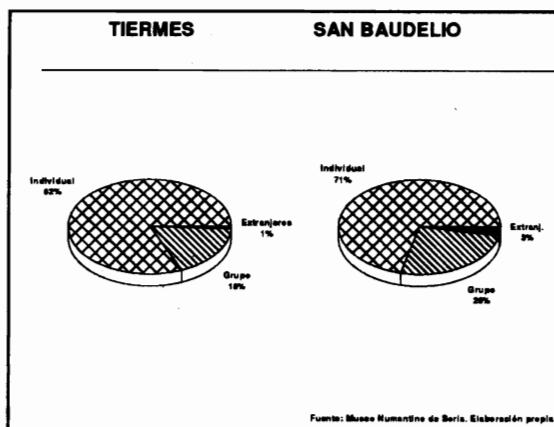


Fig. 7. Composición de la afluencia turística media. 1987-1991.

sobre todo, las viviendas de familiares y amigos, son las formas de estancia más utilizadas. El alojamiento privado, por otra parte, es el único que existe en la mayoría de los municipios; en nuestro caso concreto, tan sólo cinco núcleos ofertan plazas turísticas comerciales; esta oferta se caracteriza además por la escasez de plazas y la baja calidad de las mismas, si bien su evolución en los últimos años registra una mejora cuantitativa y cualitativa, acorde con el aumento del número de visitantes. En los años setenta la oferta hotelera era muy reducida y estaba integrada en su mayoría por pequeños establecimientos de baja categoría. El número de plazas se fue incrementando con bastante lentitud hasta 1990, año en que sufre un claro repunte gracias exclusivamente a la ubicación de dos nuevos y modernos hoteles en El Burgo de Osma, que han significado un claro relanzamiento de esta villa en el plano turístico. Con ellos, la villa burguense concentra ya el 55% de la oferta turística, compuesta por un total de 443 plazas, siendo la única localidad que oferta plazas hoteleras, con un significativo 29% de toda la provincia.

Aún así, la situación hotelera dentro del contexto provincial se puede considerar como poco relevante, ya que este cuadrante oferta sólo un 16,2% de las plazas hoteleras de la provincia. En esta distribución destaca el elevado peso de la capital, que aglutina el 42,4% de las plazas totales y el 55% de las correspondientes a establecimientos hoteleros.

Pero la tendencia creciente de la afluencia turística interesada por los valores culturales, asociada a una demanda invernal relacionada con la caza ha propiciado el desarrollo de nuevas inversiones procedentes de personas dedicadas ya al sector servicios. De este modo, se están construyendo dos pequeños hostales y un camping en la localidad de Retortillo de Soria, más otro hostel proyectado en las inmediaciones del yacimiento de Tiermes, que

<sup>3</sup> Los datos que se manejan a lo largo del trabajo han sido obtenidos mediante encuesta, que se desarrolló entre febrero de 1988 y septiembre de 1989, y que fue cumplimentada por un

4,5% de los visitantes en el museo de Tiermes y un 1,3% en la ermita de San Baudelio.



supondrán el inicio de la oferta comercial en el área de montaña.

En conjunto, la infraestructura hotelera de este sector dista mucho todavía de poder acoger un movimiento turístico de cierta relevancia, y más aún de poder ofertar plazas de calidad a grupos numerosos. El turismo que llega tiende a alojarse en el exterior, generalmente en la capital, aunque la insuficiencia de la oferta hotelera en toda la provincia queda patente también en determinados fines de semana y períodos vacacionales. Este hecho plantea un serio problema de infraestructura, cuya resolución, dada la estacionalidad de la demanda, sólo puede orientarse si se concibe como una actividad complementaria o con la búsqueda de atractivos en las épocas de escasa afluencia.

#### 4. EL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

La intervención de los distintos factores que han constituido el hilo conductor de este capítulo han favorecido, como se ha demostrado, una evolución positiva de la afluencia de turistas. Esta mayor afluencia, sin embargo, no es debida a una transformación sustancial de la oferta turística, sino más bien a una intensificación de las formas de turismo originarias. El conocimiento de la demanda actual nos muestra algunos datos significativos, que pueden ser orientativos del tipo de servicio que reclama este turismo, las deficiencias más llamativas con las que se encuentra y la política a seguir de cara a lograr una intensificación y diversificación de la oferta.

##### A. Una demanda claramente definida desde el punto de vista espacial y socio-cultural

La proximidad de grandes centros urbanos se puede considerar de vital importancia para el desarrollo del turismo rural, máxime si tenemos en cuenta que el radio de desplazamientos no es todavía muy dilatado. El estudio de la procedencia de los visitantes delimita un radio de atracción de unos 250 km, desde el que se desplaza más del 80% de la

afluencia turística al suroeste soriano. La dependencia del mercado madrileño es en nuestro caso bastante manifiesta al comprobar que en él residen casi la mitad de los turistas que visitan los dos monumentos donde se realizó la encuesta —museo de Tiermes y ermita de San Baudelio—. De áreas más distantes, sólo Cataluña obtiene cierta relevancia, con un 13,2%, mientras que destaca la reducida afluencia de vascos y, sobre todo, de extranjeros.

Estas proporciones globales ofrecen muy pocas variaciones según se trate de un turismo individual o en grupo de más de 5 personas. Las modificaciones también son muy ligeras si hacemos una diferenciación por monumentos; la única reseña importante es que la procedencia madrileña se intensifica en el caso de Tiermes, elevándose el porcentaje hasta el 48%. Este ascenso se explica por la existencia en el sur de la provincia de diversas vías de penetración desde centros como Ayllón, Siguienza y Atienza, que constituyen espacios de ocio para la población de la capital, lo que convierte a Termancia en una clara prolongación de esta zona turística.

Hay que advertir, por otra parte, que según las entradas registradas en ambos monumentos, donde se distingue entre entradas individuales, de grupo y de pago (extranjeros), el turismo individual supera ampliamente al turismo colectivo o en grupo, constatándose una diferencia aún mayor en el caso de Tiermes. Destaca en ambos centros la escasísima llegada de extranjeros; en Termancia ronda el centenar de media anual en el quinquenio 1987-91, mientras que en San Baudelio casi se duplica esa cifra, representando un 3% aproximadamente de la afluencia total.

La distribución por edades de la corriente turística presenta un predominio absoluto de las edades jóvenes, considerando tanto las edades propiamente juveniles (18 a 29 años) como las que consideramos adultos-jóvenes (30 a 44 años). Estas edades son las que manifiestan, en principio, mayor propensión al viaje, como se deduce especialmente en el turismo que se desplaza individualmente. En esta forma de desplazamiento, generalmente mediante vehículo particular, tienen muy poca entrada tanto la población infantil como la población de 65 y más años. El turismo en grupo, que es más difícil de cuantificar por la heterogeneidad de los integrantes, presenta una distribución diferente. Este turismo, que responde a un tipo de desplazamiento más organizado, da entrada en mayor proporción a la población infantil, a las personas mayores y también a las adultas entre 45 y 64 años. Los grupos más numerosos están integrados por personas adultas o de la tercera edad y por estudiantes; también son habituales los desplazamientos de varias familias, compuestas por los matrimonios y varios hijos.

De los estadillos que se rellenan mensualmente en estos monumentos y tomando los correspondientes al verano de 1989 en el museo de Tiermes, se

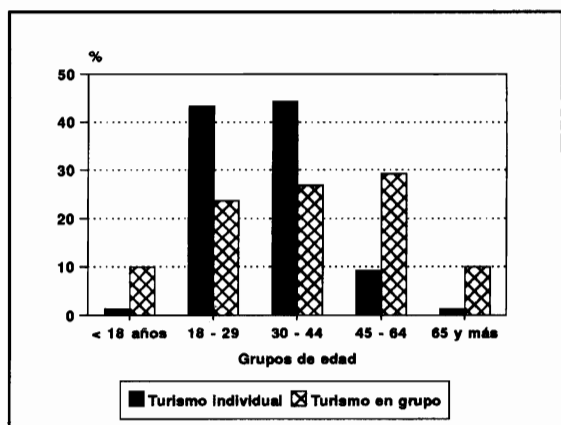


Fig. 8. Distribución por edades del turismo receptivo.

puede comprobar que el desplazamiento más común se realiza en grupos de 3 a 5 personas, provistos de vehículo particular; estos representan un 50% del total; a continuación, con un porcentaje análogo entre el 23 y 24%, se sitúan los grupos de 2 o menos personas y los de 6 a 10, quedando un reducido 3% para los desplazamientos de grupos superiores a los 10 turistas.

La formación académica de los visitantes nos ofrece datos bastante reveladores. El turismo que llega por propia iniciativa, en vehículos particulares, generalmente en grupos de cinco o menos personas, posee un alto nivel académico. Tres de cada cuatro turistas que se acercan a estos monumentos poseen estudios universitarios, elevándose al 50% los que disponen de un título superior. El turismo que llega en grupos mayores o viajes organizados ofrece una mayor dispersión; baja notablemente la proporción de licenciados universitarios y aumenta, por el contrario, los que tienen estudios primarios o bachiller superior, debido sobre todo a que los viajes organizados están integrados mayoritariamente por estudiantes y personas de la tercera edad.

Este perfil general presenta también pocas variaciones en los distintos monumentos objeto de la encuesta. Quizá lo más llamativo sea que el porcentaje de licenciados se eleva hasta el 66% entre los visitantes que llegan individualmente a San Baudelio y baja al 44% los que visitan Termancia, lo cual revela que este yacimiento resulta mucho más accesible a todo tipo de público, como se demuestra al observar los perfiles laborales.

A estos niveles académicos se asocian unas categorías profesionales bastante bien definidas. El turismo individual, el que se acerca como sabemos en un número inferior a cinco personas, esta formado mayoritariamente por profesionales de la enseñanza, funcionarios y trabajadores de servicios privados, que componen globalmente casi el 60% del turismo que visita esta zona. Resulta significativa la elevada proporción de obreros que figura dentro de este movimiento turístico, un 9,5%, lo cual refleja el interés creciente por la cultura y el

arte que muestra un colectivo que no tiene, en general, la formación cultural de los anteriores. Un análisis más detallado advierte que esta significativa afluencia se concentra casi en un 100% en el yacimiento de Tiermes.

La distribución profesional del turismo que acude en grupos de más de 5 personas presenta un perfil diferente. En él se nota el peso del sector estudiantil y el de los jubilados, integrantes mayoritarios de las excursiones organizadas. Debido también a la propia heterogeneidad de muchos grupos, es frecuente encontrar entre las respuestas una dedicación profesional variada dentro del mismo grupo.

## B. Un turismo estacional y de corta duración

La acusada estacionalidad en los meses centrales del verano es otra de las características de la afluencia turística a este espacio rural, aunque sin alcanzar el nivel de acumulación del turismo costero, debido a su menor dependencia respecto a las condiciones climáticas. En Tiermes, la mitad de los visitantes se concentran en los meses de julio y agosto, aunque este último recibió por sí sólo el 37,4% de los turistas en el año 1991, un porcentaje algo más elevado que el que registra la ermita de San Baudelio, con un 29,1% de visitantes.

Aparte de la concentración estacional en los meses de julio y agosto, se suelen producir dos picos secundarios coincidiendo con las fiestas de Semana Santa y Navidad (Fig. 11). El volumen de afluencia es mínima en los meses de noviembre y en el período comprendido entre enero y mediados de marzo. Durante esta temporada sólo se recibe una décima parte de los turistas en Tiermes y un 15% en San Baudelio. A finales de marzo, que algunos años coincide con la Semana Santa, comienza a activarse el movimiento, que se prolonga hasta mediados de octubre.

La comparación de la afluencia turística entre 1987 y 1991 expresa bastante bien el ascenso que ha experimentado el turismo en este sector; ascenso que se percibe en los meses que se pueden considerar como más idóneos para programar una salida, es decir, desde mediados de marzo a mediados de octubre, pero muy especialmente durante los meses centrales del verano.

La evolución intraanual muestra un característico perfil en dientes de sierra, que es prácticamente paralelo si unimos los dos monumentos. Los picos más importantes, salvados los meses centrales del verano, coinciden generalmente con períodos festivos o puentes del calendario laboral; así, si analizamos la curva de 1991 en que la afluencia ha sido máxima, como sabemos, se observa que las crestas más destacadas se corresponden con la semana 13 (fiestas de Semana Santa), con la semana 18 (puente del 1 de Mayo), con la 20 (puente de San Isidro), con la 30 (puente de Santiago), con la 44 (puente de la festividad de todos los Santos),

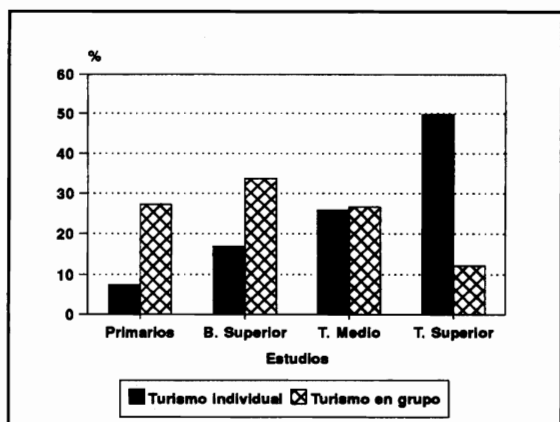


Fig. 9. Nivel académico del turismo receptivo.

con la semana 49 (puente de la Inmaculada y día de la Constitución), y con las dos últimas semanas del año, fiestas de Navidad.

Dicho perfil queda ratificado más expresivamente si observamos la evolución de la afluencia durante los fines de semana (Fig. 13). En ella queda perfectamente remarcada la importancia que poseen estos puentes y períodos festivos no sólo dentro del volumen global de visitantes (estos picos multiplican por tres la afluencia normal de turistas en un fin de semana) sino también y, sobre todo, porque contribuyen a extender la campaña turística a otras estaciones distintas a la del verano.

Otra de las variables que mayor repercusión económica tiene para el desarrollo de esta actividad es el tiempo de permanencia de los visitantes que, en nuestro caso, debe quedar matizado por el lugar de alojamiento y la forma de estancia. En la encuesta se contemplaron tres tipos de situaciones: los que se encontraban de visita por la comarca, los que estaban de visita turística por la provincia de Soria, y los que estaban pasando las vacaciones en algún pueblo de la comarca o sus alrededores, bien en casa propia o en casa de familiares o amigos. El número de estadías varía notablemente en uno y otro caso, y también según se trate de turismo individual o turismo en grupo.

Como conclusión podemos afirmar que difícilmente puede hablarse de una zona turística propia, que retenga y ordene una corriente turística específica; más bien, se trata de un turismo convencional, de paso, que se organiza y se desplaza desde otros puntos ajenos.

Los datos globales del turismo individual muestran, en principio, un predominio de las personas que manifiestan hallarse de visita por la zona, recorriendo de forma itinerante diversos monumentos; suman en conjunto un 45,8% de los visitantes. Un 31,2% declara estar de visita turística por la provincia de Soria y un significativo 22,9% se encuentra pasando las vacaciones en algún pueblo, en alojamiento no comercial. El tiempo medio de estancia sufre una gradación según sea la modalidad de la visita; así, los que viajan específicamente por la comarca son los que tienen un tiempo de estancia más corto, 1,9 días de media; los que recorren la provincia de Soria permanecen un tiempo mayor, 4,4 días, siendo los que pasan sus vacaciones en un pueblo los que tienen una estancia media más prolongada, con 12,9 días.

Sin embargo, un análisis más pormenorizado introduce distintos matices que modifican la imagen positiva que inicialmente pueden transmitir estos resultados. Ya de antemano, conviene establecer una distinción entre la afluencia que visita el yacimiento de Tiermes de la que acude a la ermita de San Baudelio. La visita por la zona es mayoritaria en el yacimiento de Tiermes (49%), mientras que en San Baudelio lo que domina precisamente son los que manifiestan estar de visita por la provincia de Soria

(46,4%), lo cual está muy en relación con la situación de ambos monumentos: el primero encuentra mejor accesibilidad desde puntos cercanos o incluso limítrofes a la provincia de Soria, desde donde se organizan excursiones de un día; el segundo entraría a formar parte de las rutas planificadas desde la capital. En ambos casos, la mayoría de las visitas se efectúan desde un núcleo foráneo, por lo que, insistimos, una de las características que mejor identifica el turismo cultural de estas tierras es que se trata de un turismo de paso, de un turismo itinerante, con una estancia generalmente inferior a un día.

De la proporción de turistas que visitan la zona (unos 8.200 si tomamos los datos de 1989), sólo un 23,8% se aloja en algún municipio del suroeste, aunque su tiempo de permanencia sea el más elevado (3,1 días de media); por el contrario, uno de cada tres se desplaza durante un día desde un domicilio particular y un 17,7% lo hace desde centros más o menos alejados, también por el mismo espacio de tiempo. En el caso concreto de Tiermes, y dada la proximidad con las provincias de Guadalajara y Segovia, donde existen centros turísticos de importancia, como Sigüenza, Atienza, Riaza o Ayllón, se registra un cierto movimiento de visitantes desde estos municipios, que alcanza, según la encuesta, al 10,5% de las entradas.

Las personas que se encuentran de visita por la provincia de Soria, aparte de permanecer más tiempo, tienen un planteamiento distinto en su viaje. El 45% centraliza su visita desde la capital, mientras sólo un 11% se aloja en algún municipio del suroeste. Se da también una significativa presencia de visitantes que se desplazan desde la tierra de Pinares durante los meses de verano; representa un tímido 8%, que es muy escaso si lo comparamos con el movimiento turístico que se genera en esta comarca soriana. Precisamente, uno de los retos que cabría plantearse sería conseguir que este turismo tradicional de la tierra pinariega dedicara algún día a recorrer itinerarios culturales por las tierras vecinas del suroeste.

Otro dato relevante, que es común a ambos modelos de desplazamiento, es el alto porcentaje de

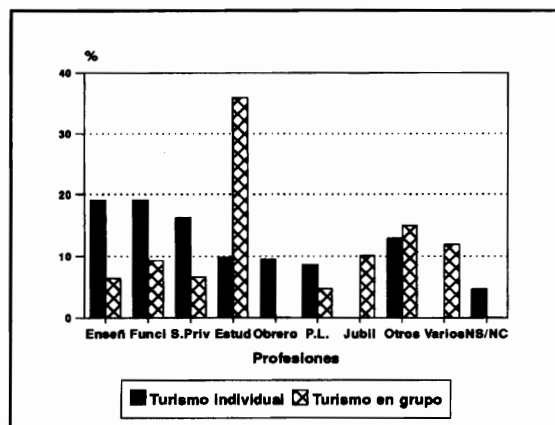


Fig. 10. Dedicación profesional del turismo receptivo.

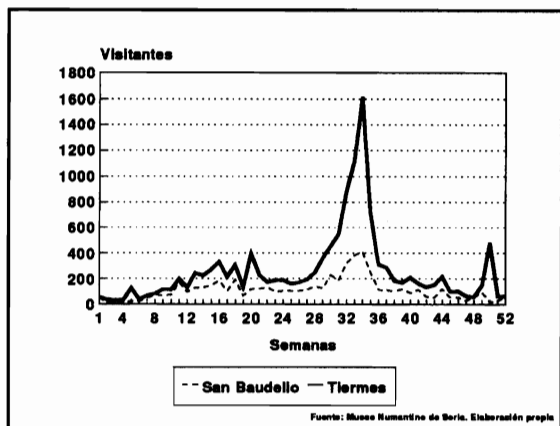


Fig. 11. Afluencia turística media. 1987-1991.

personas que no contestan o declaran no saber donde alojarse. En el primer caso representan un 13,2% y en el segundo un 12%.

El turismo de estancia en municipios rurales es un turismo generalmente de retorno, que procede en un 44,3% de municipios del suroeste, y en un 40% de algún pueblo próximo de la provincia o de otra provincia limítrofe. La mitad de estos turistas se alojan en casa particular y casi un 50% en casa de familiares, siendo mínimas las personas que veranean en casa de alquiler.

El turismo en grupo reproduce, con mayor elocuencia si cabe, estas mismas características. Se trata de un turismo de paso, que visita alguno de los monumentos más significativos, pero que se aloja casi siempre fuera de la provincia. Dos de cada tres grupos de más de cinco personas que visitan la zona aducen permanecer sólo un día. Son excursiones rápidas que se organizan desde Madrid o desde una provincia limítrofe o simplemente, como en el caso de la catedral de El Burgo de Osma, de un turismo que va de camino hacia otros lugares y aprovecha el paso por la villa para visitar la catedral.

### C. Lugares de alojamiento y principales itinerarios

Las cuestiones relacionadas con el alojamiento y la restauración son curiosamente las que ha suscitado mayores lagunas. Es posible que entre los encuestados existan personas que no hayan considerado oportuna la pregunta, pero creemos que este vacío está plenamente relacionado con uno de los principales problemas que arrastra este sector para la práctica turística, la falta de servicios, la falta de información o simplemente la necesidad de recorrer muchos km para poder elegir un restaurante donde comer o un hotel donde pernoctar. Estas deficiencias no ayudan a retener al turista al menos un día, contribuyendo, por el contrario, a que su presencia se convierta en meramente esporádica.

Ya hemos subrayado antes, y conviene recordarlo aquí, que el hábito más común de desplazamiento entre los turistas que visitan esta comarca es aquél que se realiza desde centros situados a un ra-

dio aproximado de unos 250 km, por espacio de un día y sin necesidad de alojamiento. Existe también un alto porcentaje de turistas que se mueven sin saber exactamente el lugar donde piensan alojarse: este porcentaje oscila entre el 8% para el turismo individual y el 12% para el turismo que visita la provincia.

Si nos centramos en el turismo que se aloja en las tierras del suroeste, debemos destacar la funcionalidad que adquiere la villa de El Burgo de Osma, como centro desde el que se organizan las visitas a los principales monumentos y parajes de la comarca (cañón del río Lobos, Tiermes, Castillo de Gormaz, etc.). El Burgo, con un 44%, figura a la cabeza de las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros, seguido de Berlanga con un 18% y San Esteban de Gormaz con un 5%. Lo más llamativo es que, además del escaso porcentaje de retención, hay todavía un 32% de la afluencia que no utiliza alojamientos comerciales sino que practica la acampada libre en distintos espacios, lo cual supone unas 800 personas a lo largo de 1989. Hemos de destacar también la escasa participación de Almazán dentro de este movimiento, debido a su posición excéntrica respecto a los monumentos donde se efectuó la encuesta.

La falta de servicios y la desinformación afloran de nuevo a la hora de buscar un lugar para el almuerzo. Cerca del 30% de los visitantes no sabe o no contesta donde va a comer o cenar, cuando, sobre todo desde Tiermes, las distancias no son precisamente cortas en tiempo. Junto a este elevado porcentaje y en estrecha relación con el tipo de desplazamiento descrito, existe un gran número de turistas que tienen previsto comer en su propia casa, cuya proporción se eleva al 17%.

Los lugares elegidos para el almuerzo difieren según la visita sea a Tiermes o a San Baudelio. En Tiermes, la iniciativa privada ha aprovechado este flujo turístico para instalar un pequeño restaurante, que consigue retener aproximadamente a uno de cada cuatro turistas que visitan el yacimiento. Un 15% de visitantes prefieren llegar hasta El Burgo de Osma y con porcentajes menores figuran San Esteban y Retortillo de Soria. Los que visitan San Baudelio, que es un monumento más accesible, siguen, en cambio, unas trayectorias más dispersas. Un 13% almuerza en la vecina Berlanga y, en porcentajes menores, se acercan al Burgo de Osma, Soria, Almazán o incluso Medinaceli.

Los trayectos seguidos por este turismo cultural itinerante están bastante bien definidos y, en gran medida, condicionados por la infraestructura viaria. Son viajes largos y rápidos en los que se selecciona minuciosamente los principales monumentos a visitar o los pueblos más atractivos, que son desgraciadamente los únicos elegidos, porque en gran parte son también los únicos recomendados y los únicos que aparecen en las guías o folletos turísticos.

En San Baudelio, la ruta más repetida es la que visita Rello-Caltojar-San Baudelio-Berlanga de Duero-Castillo de Gormaz. En Termancia, con su localización en el borde suroccidental de la provincia y la estructura de la trama viaria, las rutas que siguen los turistas son más complejas y diversificadas, y dependen en buena medida si están haciendo turismo por la zona o están de visita por la provincia en general. Los que se encuentran de visita por la provincia, la principal vía de acceso a Tiermes es desde El Burgo de Osma y San Esteban, siguiendo posteriormente hacia Berlanga, Rello, San Baudelio o incluso Medinaceli. Los visitantes que declaran hacer turismo por la comarca siguen tres vías de penetración: la más importante, y que habría que prestarle gran atención, es la que se introduce por el sur desde los núcleos turísticos de Sigüenza, Atienza, Riaza y Ayllón principalmente; la segunda es la que se desplaza desde El Burgo y San Esteban, y la tercera desde Berlanga.

Con todos estos datos, se puede configurar con bastante exactitud el perfil del turista que visita este espacio. Es un varón o mujer adulto-joven, con título medio o superior, que se desplaza desde Madrid o desde una provincia limítrofe a la soriana durante uno a tres días; que se aloja en la capital o en algún centro próximo a la provincia de Soria y que en su estancia recorre varios itinerarios en los que visita los monumentos más representativos, que conoció fundamentalmente a través de familiares o amigos.

### 5. UN ENTORNO GENERAL FAVORABLE, PERO UNAS POSIBILIDADES REALES MENOS CLARAS

En el transcurso de la última década, la convergencia de varios factores ha impulsado la idea de considerar al turismo como una opción de desarrollo de las áreas rurales, dentro del proceso de diversificación económica que se está concibiendo para muchos espacios, cuyas producciones tradicionales encuentran un futuro incierto. Existe pues un entorno favorable, que ha levantado expectativas en muchas comarcas, donde la evolución del mercado ha situado las potencialidades por encima de la afluencia actual. Sin embargo, este nuevo entorno no deja de plantear numerosas cuestiones, cuyo análisis permitirá valorar con mayor objetividad el alcance real que puede tener esta actividad en un espacio como el suroeste soriano. ¿Cuánto desarrollo puede generar el turismo; qué capacidad de absorción de mano de obra puede traer consigo?. Siendo un planteamiento que procede, como casi siempre, del exterior, ¿qué respuesta va a encontrar en la población rural, artífice principal de cualquier programa de desarrollo?. ¿Qué condiciones reales ofrece este espacio para conseguir una mayor retención del presupuesto de viaje del turista y en qué medida puede participar de ella la población local?.

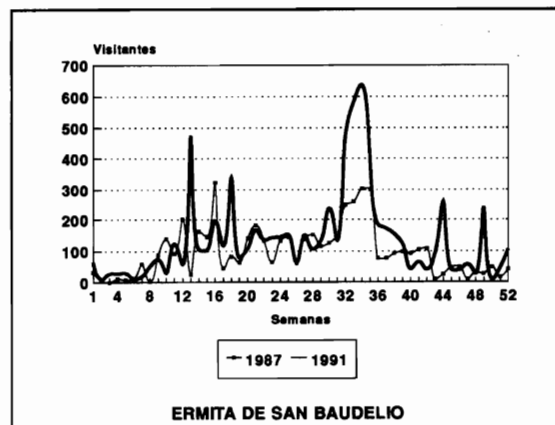
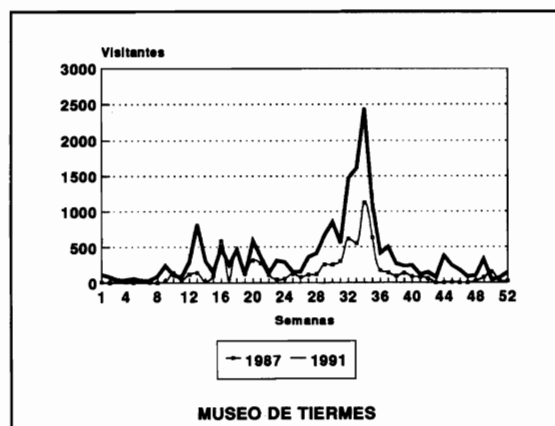


Fig. 12. Afluencia turística registrada. 1987 y 1991.

Hemos comprobado a lo largo del trabajo que existe un movimiento creciente de personas interesadas por los valores histórico-culturales y paisajísticos, pero que practican un turismo itinerante, organizado desde centros extracomarcales e incluso extraprovinciales, que apenas dejan recursos en el ámbito rural. Ante esta situación, cualquier intento de lograr un impulso significativo de la actividad turística debe contemplar dos estrategias básicas: una de potenciación y otra de ordenación del espacio y mejora de infraestructuras y servicios.

Conociendo las condiciones de la afluencia turística, tres son al menos las prioridades que deben plantearse: por un lado, aumentar la demanda; por otro, retener más tiempo al turista y, por último, conseguir que los municipios de menor rango participen en la renta que el turismo proporciona. Estas tres premisas requieren unas condiciones mínimas, como son la existencia de unos recursos básicos o de una oferta de alojamiento, que se adecúe, además, a las exigencias de la demanda; ambas no se dan hoy por hoy en el área de estudio.

Ya hemos señalado la escasez de recursos básicos, pero también la presencia de motivos susceptibles de ser aprovechados con una dosis de imaginación y creatividad. La oferta de alojamiento, elemento básico para el desarrollo del turismo rural, se enfrenta al problema de la estacionalidad, que solo puede ser resuelto con la promoción invernal de actividades o concibiéndose como una dedicación

complementaria. Esto limitaría el desarrollo de modelos empresariales convencionales, para contemplarse, más bien, como un complemento de rentas en el seno de las pequeñas y múltiples empresas familiares que proliferan en el medio rural, en la línea de la pretendida reconversión hacia unidades familiares de pluriactividad. En esa dirección se orientaría la constitución y posterior promoción de una red de casas rurales, donde el campesino pudiera ofrecer un alojamiento confortable al turismo de calidad que visita estas tierras. Esta sería una estrategia apropiada, siguiendo la senda de algunas comunidades, como es el caso de Navarra; pero su consecución se enfrenta a varias dificultades que no dejan de crear ciertas incertidumbres en un proyecto de esta naturaleza: primera, la definición de un marco jurídico que posibilite el desarrollo de este tipo de oferta; segunda, que el modelo de alojamiento es distinto al que con cierto éxito se ha promocionado, por ejemplo, en la comunidad navarra, ya que el inquilino no alquila una casa en el campo sino una habitación dentro de la casa del propietario; tercera, que la capacidad de respuesta en la población rural es más que dudosa, si tenemos en cuenta el elevado grado de envejecimiento de esta población, las dificultades que entraña su reconversión y la escasa capacidad empresarial que han demostrado las actividades del campo. Además, la disponibilidad de casas tampoco es tan amplia, puesto que se registra un cierto turismo de retorno vacacional que limita la posible oferta. Quizá por ello, la pequeña hotelería rural, que sea expresión de lo autóctono, dentro de un servicio de calidad, sea también una de las posibilidades llamadas a cubrir el defecto actual de alojamiento.

Aparte de su potenciación, el turismo rural necesita también una ordenación y una mejora de infraestructuras y servicios. La ordenación supone introducir nuevos criterios para la utilización del espacio, tanto rural como urbano, que lleva implícito la reconversión de espacios agrarios en espacios de ocio, la inclusión de medidas de protección para determinados espacios de calidad o una respuesta distinta hacia los recursos turísticos que interesa promocionar. Estos factores han creado siempre un conflicto con los intereses de la sociedad tradicional. Se puede decir que la disposición colectiva hacia una actividad nueva como es el turismo puede medirse a través de la preocupación y respeto que la población y las instituciones han mostrado por su propio patrimonio histórico-cultural; en este aspecto cabe denunciar, por desgracia, las agresiones que ha sufrido el paisaje urbano de los caseríos y el importante deterioro físico en que se encuentran algunas manifestaciones básicas de nuestro legado cultural. Este hecho sólo empezará a superarse cuando

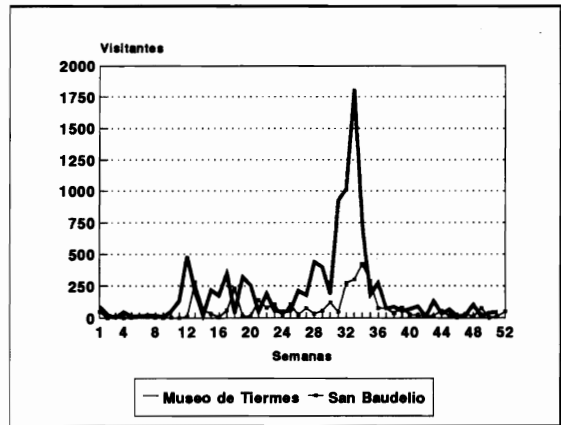
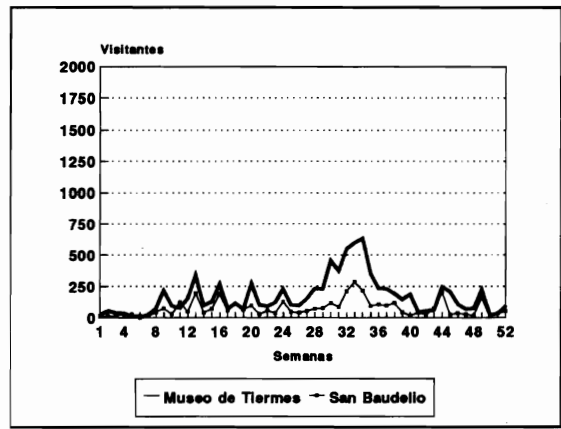


Fig. 13. Distribución de la afluencia turística en 1991. Fines de semana (arriba); días de diario (abajo).

haya una verdadera conciencia de que la agricultura no tiene porvenir en estos espacios y, por tanto, hay que pensar en actividades alternativas a las que dedicar mayores esfuerzos y mayores dosis de imaginación y creatividad.

La mejora de infraestructuras y servicios es una condición sine qua non para elevar el atractivo turístico de comarcas como la que nos ocupa. La mejora de la accesibilidad, que en nuestro caso pasaría sobre todo por una mejor comunicación entre la montaña meridional y el valle del Duero, una mejora también de las vías de acceso desde la provincia de Guadalajara, y la apertura de un nuevo eje de comunicación paralelo a la sierra de Pela, junto a los temas de información, señalización, servicios mecánicos, estaciones de servicio, etc. siguen siendo el caballo de batalla de una acción coordinada entre la administración y la iniciativa privada.

Para todo ello se precisa un convencimiento pleno, tanto por parte de las administraciones como de los propios interesados, de que el turismo puede convertirse en una fuente de recursos importante por el que merece la pena ser llamado a participar en la formación de un nuevo espacio local.

## BIBLIOGRAFIA

- BOTE GOMEZ, V. (1988): *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid: Editorial Popular.
- COMUNIDADES EUROPEAS. Asamblea consultiva económica y social (1990): *Turismo y desarrollo regional*. Bruselas: Comité económico y social.
- ETXEZARRETA ZUBIZARRETA, M. (1993): "Enfoques actuales sobre el desarrollo rural". *Seminario de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio*. Soria, 26 a 30 de Julio. Soria: Fundación Duques de Soria.
- LENO CERRO, D. (1992): "La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el canal de Castilla". *Estudios Turísticos*, nº 116. Madrid: Secretaría de Turismo, pp. 49-85.
- GALIANO, E. (1991): "El turismo rural en España". *Estudios Turísticos*, nº 110. Madrid: Secretaría de Turismo, pp. 39-48.
- GOMEZ OREA, D. (1992): "El turismo rural. Alternativa de desarrollo en comarcas desfavorecidas de montaña". *Urbanismo*, nº 12. Madrid: Colegio Oficial de Arquitectos, pp. 41-51.
- SECRETARIA GENERAL DE TURISMO (1980): *Guía de vacaciones en casas de labranza*. Madrid: Secretaría de Turismo.
- SECRETARIA GENERAL DE TURISMO (1992): "Las vacaciones de los españoles en 1992". *Estudios Turísticos*, nº 116. Madrid: Secretaría General de Turismo, pp. 87-112.
- SECRETARIA GENERAL DE TURISMO (1990): "Libro Blanco sobre el turismo español". *Estudios Turísticos*, nº 108. Madrid: Secretaría General de Turismo.