

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LOS PRODUCTOS DEL TURISMO DEL INTERIOR Y SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO DE INTERIOR EN ESPAÑA

Santiago Bayón Vera
Agencia Comarcal para la Creación de Empleo
y Desarrollo Económico (ACCDE)
Peñaranda de B. (Salamanca)

1. Panorama general

En el contexto de las nuevas líneas de política turística y tras el comprobado éxito comercial alcanzado por denominación "turismo rural", "turismo verde", "turismo activo o deportivo" o "turismo de interior" en otros países europeos, parece que ha llegado el momento de iniciar un desarrollo del turismo del interior y del turismo rural en España, país de tantas posibilidades ofrece para este tipo de turismo, dada su variedad paisajística, natural, monumental, artística, folklórica, gastronómica, etc. La amplia extensión territorial y baja densidad urbana, industrial y de infraestructuras que ofrece España en comparación con los países europeos industriales, constituye otro factor favorable para este tipo de turismo.

Sin embargo, la promoción del turismo interior, la política de casas de labranza, la promoción de hoteles familiares y sobre todo el diseño, creación y comercialización de productos de turismo verde o rural y muchas otras iniciativas de creación de ofertas turísticas especializadas de estas características, fuertemente apoyadas económica e institucionalmente en Francia, Italia, Austria, Suiza, Irlanda, etc., desde hace años, sin arrancar definitivamente en nuestro país, precisamente por la falta de apoyo público técnico y financiero necesario en las primeras fases, ya institucionalizadas en otras latitudes desde hace más de una década.

Como consecuencia de ello, todo un segmento de la demanda turística, cansada de los destinos clásicos o convencionales, pide otro tipo de producto, más activos y auténticos, o simplemente diferentes, no puede ser satisfecha en nuestro país. Así vemos como familias españolas tienen que orientarse hacia Irlanda, Francia, Italia o Suiza, si por ejemplo quieren pasar vacaciones practicando la equitación o el cicloturismo. En otros casos tiene que acudir a esa misma oferta extranjera para alquilar un "gite" Francés, un "maso" italiano o un "Bavernhof" austriaco, en los que podrán pasar una semana en el campo o la montaña practicando todo tipo de actividades al aire libre que se organizan en las inmediaciones, o por ejemplo para poder disfrutar de unas vacaciones fluviales en un barco de canal, hacer un cursillo de cerámica o de macramé en un bello pueblo en plena naturaleza, o realizar un descenso de exploración en piragua por un Parque Nacional.

España, a pesar de disponer de los recursos básicos necesarios para posibilitar este tipo de turismo activo, deportivo o simplemente verde (paisaje naturales atractivos; pueblos pintorescos; riqueza folklórica, histórica y artesana; monumentos singulares; gastronomía; ríos; embalses; nieve, etc.), no dispone en cambio de una oferta diseñada, organizada y comercializada adecuadamente para explotar esos recursos turísticos-recreativos, ni de estructuras comerciales que promuevan y exploten ese tipo de turismo diferente. Solo a través de contactos personales en ambientes rurales, marginales o deportivos, pueden algunos, a muy pequeña escala, disfrutar de unas vacaciones de este estilo en nuestro país. Para el ciudadano medio y el mercado en general, casi no existe este tipo de oferta que propone una experiencia turístico-recreativa y no convencional en forma de "pequeña aventura controlada" al aire libre, en plena naturaleza, o bien una simple estancia en el medio rural con una gama de actividades recreativo-deportivas y quizá culturales a practicar en los alrededores.

En contraste con esta situación, en Francia, Inglaterra, Irlanda, Suiza, Alemania, Austria, Países Escandinavos e Italia; los alojamientos, servicios y equipamientos turísticos-recreativos y deportivos no dejan de crecer desde hace 20 años en las zonas rurales del interior. En estos países, la expansión sin precedentes del turismo rural o de interior, apoyada y coordinada desde la Administración Central, Regional y Local parece ir ligada a la corriente de vuelta a la naturaleza y a cierto agotamiento de los destinos turísticos clásicos, al menos para determinados segmentos de la demanda turística que buscan una experiencia turístico-recreativa original diferente, en general deportiva, cultural o simplemente más activa. En el extranjero este tipo de iniciativas y de ofertas turísticas, han sido puestas en marcha y conducidas principalmente por entidades o servicios públicos locales o regionales que han disfrutado de un fuerte apoyo institucional, técnico, económico-financiero y comercial por parte de la Administración Central y Regional, apoyo que a su vez a aquellos agricultores, artesanos, etc, como incentivo para conseguir que estos se animaran a participar en la adecuación o creación de la oferta del turismo de interior "apropiada en cada comarca", en la creación de las estructuras comerciales y de promoción necesarias, etc. En contraste con esta favorable situación, en España, las pequeñas ayudas exclusivamente económicas para los programas de turismo de interior, sin ningún apoyo técnico ni preocupación

comercial posterior, son absolutamente marginales frente a los importantes medios técnicos, económicos y comerciales; y frente a las específicas soluciones institucionales estudiadas y diseñadas seriamente y puestas a disposición de este tipo de oferta turística en Europa. En España, no existe una política global y un auténtico apoyo, ni para iniciativas públicas ni privadas de estas características. En este sentido se da un claro vacío administrativo y una falta de interlocutor válido en nuestras administraciones públicas, lo que constituye el primer obstáculo de carácter institucional que caracteriza al turismo de interior en nuestro país. Pero además hay otros de naturaleza económico financiero, crediticia, etc.

En España, no se ha pasado todavía de la fase de meras declaraciones públicas, de buenas intenciones, y del nivel de artículos de prensa, charlas, conferencias, ponencias, estudios de gabinete (de estricto carácter analítico-descriptivo y por ello de limitado interés práctico o aplicado, etc) que señalan el indudable interés que tiene el tema para España, dadas las condiciones favorables que ofrece nuestro país en este campo.

Cabe destacar no obstante las iniciativas como los programas de turismo rural en los municipios de la Vera (Cáceres), el Maestrazgo (Teruel-Castellón), Taramundi (Asturias), Casas rurales (Navarra), Cimasur (Aragón).

2. Participación activa de las administraciones turísticas de los países europeos en la promoción, coordinación y comercialización del turismo interior

Como ya hemos señalado más arriba, el campo del turismo rural es en la mayoría de los países europeos, un típico sector de frecuente e importante participación pública, incluso a nivel de diseño, promoción y de la propia gestión de las iniciativas puesta en marcha. Gran parte de las realizaciones de creación de una oferta de turismo de interior son promovidas, gestionadas y comercializadas por sociedades mixtas, municipales, consorcios de participación pública y privada, sindicatos, intercomunales o mancomunidades, etc. La administración turística participa en los consejos de administración u órganos ejecutivos y de gestión de los diversos "montajes turísticos" desarrollados "ad hoc" en cada caso particular y además supervisa la viabilidad técnica y comercial de los proyectos. En algunos casos los servicios regionales, provinciales de turismo, han llegado a estructurar centrales de información, promoción y reserva de oferta creada en su región, realizando una importante labor de homogenización y coordinación de la oferta por un lado y por otro, de promoción y comercialización de la misma en el mercado nacional e internacional.

En el contexto europeo, el hecho de haber sido en gran parte productos lanzados por entidades públicas, presenta además la ventaja que, frente a iniciativas privadas, pueden soportar déficits más prolongados y rentabilidades inferiores a las posibles en términos privados y esto

constituye un factor muy importante en un campo en que la estricta rentabilidad económica directa es reducida y frecuentemente solamente obtenible a largo plazo.

3. Características y condicionantes particulares de los productos del turismo de interior

En este sentido, hay que destacar que actualmente en España estos productos o paquetes turísticos no convencionales de turismo de interior no cuentan aún con un mercado definido y estable. Existe efectivamente un mercado, pero está muy disperso y resulta difícilmente accesible. Hay que realizar por tanto esfuerzos de promoción mucho mayores y los resultados económicos favorables también hay que planteárselos a un mayor plazo, debido a que el mercado tardará en "entender" este nuevo tipo de turismo y en responder adecuadamente a él.

La segunda faceta negativa es que la creación y puesta en marcha requieren una inversión muy superior a cualquier producto convencional debido a su mayor complicación estructural y por desarrollarse en áreas sin infraestructura turística y con muy poca o ninguna tradición turística, ni comercial, lo que dificulta y alarga sensiblemente las negociaciones para acordar, por ejemplo, la contratación de una cama a un precio determinado, un tipo de comida y su precio, etc., y en general para conseguir unas condiciones técnicas y económicas satisfactorias para ambas partes. En muchos casos la ausencia absoluta de infraestructura de alojamientos obliga a entablar largas negociaciones con los vecinos del pueblo para la contratación de camas privadas e incluso cenas o desayunos en casas particulares para los clientes o visitantes. En otros casos el acondicionamiento de las casas en edificios de arquitectura popular singular resulta más caro que la creación de oferta de nueva construcción.

Resumiendo, para su explotación, los productos de turismo insólito y deportivo presentan los siguientes inconvenientes respecto a los productos de turismo clásico y convencional:

- Mayores inversiones para su creación y montaje, tanto en términos de dinero como de tiempo, debido a sus particularidades estructurales.
- Mayores inversiones para una promoción superior a la que necesitarían productos convencionales.
- Mayor plazo de recuperación de las inversiones anteriores, debido a tener un mercado no masificado, disperso y de difícil acceso, que además responderá sólo a medio y largo plazo.
- Mayor riesgo económico-financiero debido a la dispersión e inestabilidad del mercado para estos productos y a la mayor incertidumbre que tiene cualquier iniciativa vanguardista que no puede basarse en antecedentes sólidos.

4. El turismo de interior como renta complementaria y generador de beneficios sociales

Siguiendo la experiencia europea en este campo, la creación de una oferta de alojamiento y de otros servicios y equipamientos turísticos recreativos en numerosas, áreas rurales del interior de nuestro país, dotadas de enormes atractivos turísticos, pero frecuentemente desprovistas de una mínima infraestructura receptiva y de servicios, puede constituir un factor, indiscutible de revalorización y dinamización socioeconómico de dichas áreas rurales e incluso de sus actividades y producciones tradicionales: agricultura, ganadería, aprovechamientos forestales, artesanía, gastronomía, etc. El turismo de interior genera, efectivamente, una demanda "in situ" para muchas de dichas producciones, mejorando su viabilidad. En este sentido cabe enmarcar perfectamente el turismo de interior en el contexto del "turismo social" con dos lecturas: de cara al habitante de la ciudad al que se le ofrecen más vacaciones activas, sanas y baratas por su sencillez y también desde el punto de vista de la generación de rentas y creación de empleo que entraña para el habitante rural. Los beneficios sociales intangibles que aporta igualmente el turismo de interior, ligado a la recuperación, reconstrucción y rehabilitación del patrimonio rural queda también fuera de toda duda.

En conclusión, cabe por tanto señalar como características positivas o "beneficios sociales" de los productos de turismo de interior, las siguientes:

- Presentan un indudable interés social de cara a la región afectada, como iniciativas de turismo vanguardia, no convencional, insólito y deportivo, que diversifican la oferta turística de cada Comunidad Autónoma, canalizando una frecuentación turística hacia áreas hasta ahora prácticamente desconocidas por el turismo, pero del que a partir de ahora estas zonas (generalmente deprimidas), van a poder extraer un interesante complemento de renta.

- Presentan también un claro interés social desde el punto de vista de la demanda o del usuario, como fórmula que posibilita y facilita la realización de un nuevo tipo de turismo no consumista, creativo, deportivo, rural-natural (medio ambiental), etc.

- Contribuyen al "rescate" y conservación del patrimonio arquitectónico rural, habitualmente utilizado para la adecuación en él, de la capacidad de alojamiento y nueva oferta turística necesaria en esta área.

5. Condiciones favorables de las comarcas rurales españolas

La España del interior cuenta con numerosas comarcas rurales o rural-naturales poco conocidas hasta ahora al haber permanecido apartada de las corrientes turísticas tradicionales,

pero que ofrecen una rica variedad de elementos naturales artísticos-monumentales, arquitectónicos, culturales, históricos, folklóricos, gastronómicos, etc. Fácilmente transformables en recursos turísticos explotables por su población autóctona como rentas complementarias y en equilibrio con las actividades tradicionales y la conservación de la naturaleza.

6. Diversificación, desconcentración y desestacionalización de la oferta turística y necesidad de una política específica de turismo de interior

En el contexto establecido por la política de la Secretaría General de Turismo de diversificar y "especializar" la oferta turística española, y ante el hecho de que numerosos países europeos estén rentabilizando, en sus áreas rurales acondicionadas para el turismo, una demanda que bien podría canalizarse hacia España que por su localización resulta fácilmente accesible para el mercado europeo, parece urgente la necesidad de aprovechar las posibilidades que ofrece nuestro país para el desarrollo de productos turísticos insólitos, turismo inédito, turismo aventura, deportivo, turismo rural o "verde" y en definitiva de turismo activo y de turismo de interior.

La oferta turística convencional debe completarse con estos nuevos productos turísticos especializados, singulares o inéditos que demanda el mercado internacional y también el interior. En caso contrario corremos el riesgo de que nuestra oferta turística se quede obsoleta para las nuevas generaciones de turistas que ya empiezan a mostrar sus preferencias por otro tipo de turismo menos consumista y más activo, descubridor, auténtico, creativo, etc. ligado a las nuevas coordenadas culturales y vitales de los últimos años.

Tenemos el convencimiento de las posibilidades que tiene la promoción de este tipo de turismo en determinadas áreas rurales españolas, especialmente del interior, como estrategia de diversificación, desconcentración y desestacionalización de nuestra actual oferta turística:

— Diversificación temática.: para crear nuevos tipos de oferta y de productos turísticos, turísticos-deportivos o turísticos-recreativos que complementen a los actuales y que en estos momentos no son ofrecidos por nuestro país, a pesar de ser demandados por el mercado nacional e internacional y de disponer de los elementos de partida necesarios.

— Desconcentración geográfica.: que lleve el turismo a áreas atractivas y cargadas de recursos turísticos, pero que hasta ahora han permanecido casi completamente al margen del fenómeno turístico por diversas causas.

— Desestacionalización.: debido a que gran parte de la oferta del turismo interior y rural o del turismo especializado o temático, no esté limitado a la campaña de verano como necesariamente ocurre con la mayor parte de la oferta localizada en el litoral junto al mar.

Independientemente de que tras los traspasos de competencias en materia de turismo a las Comunidades Autónomas, sean muchas las competencias y fondos presupuestarios que han pasado a ser gestionados directamente a nivel regional o autonómico, está claro que la estructuración de unas directrices de política de turismo interior y de turismo rural entra dentro de las competencias de "coordinación de la ordenación general de la actividad turística" que se reserva el Estado y que cada Comunidad Autónoma deberá desarrollar de acuerdo con sus particularidades y preferencias. La Administración turística del Estado tiene el deber y la responsabilidad de continuar la labor emprendida con el concurso de subvenciones para la creación y promoción de la oferta de turismo rural, abordando cuanto antes la elaboración e instrumentalización de una política de estas características que sirva de marco de apoyo y de referencia para impulsar las políticas de turismo interior de las Comunidades Autónomas, casi prácticamente inexistentes y que superen los obstáculos y vacíos de carácter institucional y económico-financieros.

Entre el contenido de esta política estatal de promoción del turismo de interior y especializado en España en el marco de la distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas, cabría distinguir entre otros los siguientes elementos:

- Ayudas de carácter económico-financiero: crédito turístico específico adaptado a las particularidades de la oferta y servicio del turismo de interior y ayudas a fondo perdido significativas.
- Creación de nuevas figuras, montajes jurídicos y fórmulas ágiles y adecuadas para la gestión eficaz de las iniciativas de turismo interior: públicas, mixtas y privadas.
- Líneas específicas de apoyo institucional a cargo de las distintas instituciones públicas. Creación de servicios específicos de promoción y gestión del turismo rural en las Comunidades Autónomas y contratación de gestores comarcales financiados por ellas, que detecten, coordinen, dinamicen y ayuden a la puesta en marcha, promoción y gestión de dicha oferta y servicios.
- Clara delimitación de competencias y responsabilidades de gestión de esta política a nivel estatal, de las Comunidades Autónomas y local. Jerarquías y coordinación vertical y horizontal entre todos los organismos y servicios implicados en los distintos aspectos y escalones administrativos del turismo de interior. Organigramas de coordinación institucional vertical y horizontal.
- Normativa específica en el contexto de la distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas, que recojan, desarrollen y den fuerza vinculante a las fórmulas y contenidos anteriores.
- Estructuración de un modelo de "programa tipo" de estudio, creación, gestión, promoción y comercialización de una oferta de turismo de interior a nivel comarcal, a proponer por el Estado, a las Comunidades Autónomas para su consideración y eventual aplicación teniendo acceso a los incentivos y ayudas especiales y específicas en favor del turismo de interior, siguiendo experiencias extranjeras del tipo de los "Pays d'Accueil" Franceses.

7. Concepción general del programa de aprovechamiento de los recursos medio ambientales y turísticos de la Cañada Real de Mostrencas de Extremadura [Cabezas del Villar (Ávila) a Medina del Campo (Valladolid)]

7.1. Introducción

7.1.1. LA NUEVA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMO COMPLEMENTO DE LAS ACTIVIDADES TRADICIONALES Y COMPATIBLE CON LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Un adecuado programa de creación de una oferta y de servicios turísticos-recreativos en un área rural, a través de la construcción o acondicionamiento de la capacidad receptiva necesaria, de la mejora de las infraestructuras y de la revitalización, adecuación y puesta en valor del patrimonio natural, arquitectónico-monumental, folklórico-cultural, histórico, gastronómico, etc., de las comunidades rurales afectadas, constituye un claro instrumento de generación de renta y empleo y ofrece además una atractiva dimensión como factor estimulante de conservación y mejora del entorno físico y humanizado de las comarcas afectadas y como dinamizador de ciertas actividades y producciones locales demandadas por el sector turístico: artesanía, alimentos naturales, productos de la huerta, especialidades gastronómicas locales, etc. Sin excluir determinados proyectos turísticos de mayor escala, bien concebidos, estructurados y localizados, aquí se trata sobre todo de plantear el turismo, o la creación de una oferta turístico-recreativa en el medio rural, como una actividad complementaria y no excluyente de las producciones y labores tradicionales que contribuya a potenciarlas y ponerlas en valor y que además resulte fácilmente gestionable por la población local y abordable con recursos financieros limitados que no requieran elevados endeudamientos.

La concepción, su dimensión y escala, el diseño y materiales utilizados, así como las fórmulas de gestión de la oferta y servicios creados, tendrán en cuenta esta búsqueda de compatibilidad y complementación con la economía local tradicional (condiciones para el desarrollo endógeno) y con la preservación del marco físico-natural de la Cañada Real de Mostrencas y de los espacios naturales sensibles o singulares (áreas sensibles) recorridos por esta.

Efectivamente, la oferta o productos turísticos a crear, serán compatibles con la preservación físico-natural de la Cañada Real de Mostrencas y en todo caso con el régimen de protección que pudiera establecerse para el conjunto o determinados tramos de la traza. Igualmente serán compatibles con el mantenimiento del uso ganadero de la Cañada trashumancia o para las nuevas fórmulas de ganadería extensiva. La frecuentación turística y los productos turísticos a crear, se estructurarán en el marco del mantenimiento y desarrollo de las actividades rurales, artesanales y comarcales y de promoción de los elementos y productos ligados a los recursos locales. Cada comarca debe guardar celosamente su personalidad e idiosincrasia particular y ponerla adecuadamente en valor como recurso turístico.

En el Cuadro 1 sobre "gestión coordinada de recursos" sistematiza las posibles líneas de complementación de la actividad turística con otros sectores productivos tradicionales de las áreas rurales.

Conviene insistir en el enfoque realista y pragmático que deberá seguirse en todo momento para el desarrollo de las iniciativas.

Se trata efectivamente de elaborar un programa coordinado de proyectos viables, técnica y comercialmente de creación, promoción y comercialización de una oferta turístico recreativa adaptada al recorrido lineal de la Cañada Real de Mostrencas y a las comarcas atravesadas, que permita una efectiva instrumentación práctica del programa tras su elaboración y aprobación.

7.1.2. ELEMENTOS RURALES TRANSFORMABLES EN RECURSOS TURÍSTICOS-RECREATIVOS

Entre los elementos que ofrecen en general las comarcas rural-naturales poco actuadas del interior, transformables en recursos turísticos-recreativos y deportivos, destacan en una primera aproximación los siguientes:

- Cultura campesina tradicional.
- Espacios y paisajes rural-natural y poco actuado, muy favorable como soporte de cualquier actividad recreativa o deportiva al aire libre: rutas a caballo, marchas a pie, circuitos en bicicleta, etc.
- Paisaje forestal.
- Paisaje estepario.
- Arquitectura popular de interés y conjuntos arquitectónicos de gran singularidad y atractivo. Interesante configuración del hábitat familiar.
- Otros recursos monumentales de interés: ermitas, caserones-palacios, ruinas, molinos, hornos, tejas, construcciones agrícolas, etc.
- Ríos y cursos de agua.
- Artesanía.
- Caza y pesca.
- Elementos folklóricos (fiesta, canciones), tradiciones (leyendas) de interés.
- Gastronomía, cocina local tradicional y natural.
- Silencio y tranquilidad general. Ritmo de vida relajado y distendido.
- Facilidad de acceso sin soportar atascos y problemas de tráfico.

— Mantenimiento del medio ambiente circundante con reducidas alteraciones humanas que permita aún un cierto "descubrimiento" por parte del turista de zonas y lugares singulares, rincones apartados, establecimientos curiosos, etc.

7.1.3. DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DEL PROGRAMA DE CREACIÓN DE OFERTA TURÍSTICO-RECREATIVA EN UN ÁREA-RURAL

1. Rehabilitación, adecuación y recuperación de alojamientos turísticos de acuerdo con las características de la arquitectura popular de las zonas, a explotar en un régimen de alquiler en núcleos que disponen de determinados servicios e instalaciones para organizar actividades deportivas, culturales, etc., de cara a posibilitar la captación de clientela urbana y extranjera de alto poder adquisitivo fundamentalmente.

2. Rehabilitación, adecuación y recuperación de alojamientos turísticos aislados, en construcciones de cierto carácter, reconvertidos en usos turísticos a explotar en régimen de alquiler por días, fines de semana, etc.

- San Miguel de Serrezuela (Ávila). Antigua posada.
- San Miguel de Serrezuela (Ávila). Antiguas escuelas.
- Salmoral (Salamanca). Antiguas escuelas.
- Cantaracillo (Salamanca). Antigua fábrica de curtidos.
- Gimialcón (Ávila). Edificio de carácter palaciego.
- Horcajo de las Torres. (Ávila). Molino.
- Monte de Santa Bárbara (Bobadilla del Campo)(Valladolid). Antiguas viviendas.
- Medina del Campo (Valladolid). Antiguo hospicio con pinar.
- Alba de Tormes (Salamanca). Estación ferroviaria.

3. Rehabilitación, adecuación y recuperación de edificaciones de carácter monumental con uso hotelero de alta calidad, para captación de una clientela de gran poder adquisitivo, con opción a compra.

- Mancera de Abajo (Salamanca). Palacio de Luis de Toledo.
- Campillo, El (Valladolid). Balneario-Hotel.
- Arévalo (Ávila). Antiguas escuelas Juan II.

4. Construcción de áreas de recreo con equipamiento turístico recreativo, adecuación de áreas de "pic-nic" y de acampada en áreas forestales y naturales, selección, preparación y seña-

lización de rutas ecológicas, pedagógicas o de interés paisajístico, señalización de las rutas monumentales y construcción de puestos de observación de la avifauna salvaje.

5. Rehabilitación y recuperación de edificios destinados a "AULAS DE LA NATURALEZA", donde se podrá impartir cursos a grupos reducidos, información sobre las vías pecuarias, rutas a realizar, así como exposiciones permanentes relacionadas con temas pecuarios, venta de fotos, diapositivas, vídeos, y bibliografía sobre los mismos temas. También podrá ofertarse, productos tradicionales de los municipios que recorren la cañada.

6. Rehabilitación y recuperación de edificios que guarden las características de la arquitectura popular destinados a restaurantes.

7. Eliminación de las incompatibilidades con la actividad turístico-recreativa: limpieza general de las comarcas, eliminación de vertederos y escombreras.

8. Creación, composición y organización de una sociedad mixta gestora (municipios, administración turística-autonómica privada), para la gestión y coordinación de las iniciativas y proyectos incluidos en este programa. Dependiente de este organismo gestor. Creación de un servicio comercial de información y reservas, promoción, etc. Este servicio comercial se encargará además del diseño y creación de "productos" y "paquetes turísticos" a partir de la oferta turístico-recreativa y deportiva creada en el área y de la inspección y control cualitativo y cuantitativo de esta oferta para evitar su degradación.

9. Creación de una escuela de hostelería de alta calidad donde se formen especialistas con la particularidad a este tipo de turismo rural.

10. Creación de un centro-temático relacionado con las vías pecuarias, formando una biblioteca especializada en temas pecuarios. En este centro se realizarán proyecciones, conferencias, congresos, etc. relacionados con temas agroganaderos.

11. Se elaborarán guías de 15 itinerarios con información detallada de los posibles recorridos, así como con los datos de interés que existan en los municipios colindantes.

12. Creación de establos de nueva construcción o rehabilitando tenadas para encerrar a los caballos, para efectuar los recorridos que se plantean realizar a caballo.

13. Rehabilitación, recuperación y consolidación del despoblado de Villar de Matcabras, con destino a la creación de un municipio-granja escuela, donde se realizan cursos, charlas, exposiciones, etc. sobre temas agrícolas y ganaderos.

14. Señalización de la cañada a lo largo del recorrido.

15. Creación y adecuación de locales para el almacenamiento de bicicletas en alquiler.

16. Programas Formativos.

Búsqueda de difusión e implantación de aquellas tecnologías idóneas para salvaguarda de un patrimonio ambiental atractivo y potencialmente rentable, evitando la utilización indiscriminada de recursos productivos inductores del factor riesgo, tendentes a la devaluación del medio.

Formación de agentes especializados en la difusión y ampliación de tecnologías idóneas como necesidad que hay que inducir a la generación de un mercado de trabajo con identidad propia y capaz de dar una respuesta integrada a las nuevas necesidades de carácter endógeno.

17. Celebración de 5 JORNADAS.

Que sirvan de puesta al día en los temas relacionados con las temáticas del programa.
