

# MODALIDADES TURÍSTICAS EN ÁREAS DE MONTAÑA: AUSENCIA DE POLÍTICAS EN PRADES-MONTSANT, CATALUÑA<sup>1</sup>

Rafael López Monné  
Salvador Antón Clavé<sup>2</sup>

Departament de Geografia  
Universitat Rovira i Virgili

Salvando algunas expectativas excesivamente optimistas en relación al papel del turismo como actividad redentora de los espacios rurales en regresión y de las áreas de montaña, actualmente el turismo se está convirtiendo en una valiosa herramienta para poner en valor determinados recursos, conservar el patrimonio natural y cultural y —bajo ciertas condiciones— facilitar algunas alternativas económicas a las poblaciones rurales, tal como se ha venido demostrado en países y regiones con mayor tradición en materia de uso recreativo de los espacios rurales y naturales —Francia o Gran Bretaña, por ejemplo—. Puede esperarse, además, que el desarrollo turístico de los espacios rurales y de las áreas de montaña favorezca su equilibrio económico, ecológico y sociocultural. La experiencia demuestra, sin embargo, que no suelen prodigarse las situaciones en que el turismo acomete este tipo de resultados por evolución espontánea. Tanto es así, que, si se desarrolla al margen de algún tipo de dirección estratégica o de estrategia de planificación, el turismo acaba por generar múltiples conflictos —fundamentalmente ambientales y sociales— que pueden incluso acabar con el propio recurso turístico.

En este sentido, el objetivo de esta comunicación es revisar, a partir de la presentación de dos modalidades turísticas desarrolladas en una misma área rural de montaña, algunos de los efectos de la localización de equipamientos turísticos y del desarrollo de actividades recreativas en ausencia de un marco homogéneo y activo de políticas turísticas. Ambas modalidades, desa-

<sup>1</sup> Esta comunicación se inscribe en el marco del proyecto de investigación PS 91-0079 financiado por la C.I.C.Y.T.

<sup>2</sup> Grup d'Estudis Turístics, Departament de Geografia, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona.

rolladas físicamente a poca distancia la una de la otra, permiten poner de manifiesto la necesidad de arbitrar fórmulas de desarrollo concertado entre agentes y administraciones. El espacio estudiado es uno de los tramos meridionales de la cordillera prelitoral catalana, el formado por los macizos de Prades y del Montsant.

El macizo de Prades —con alturas superiores a los mil metros (Tossal de la Baltasana 1.201 m)— domina el llano litoral del Camp de Tarragona por el norte y lo separa de la depresión central catalana. El Montsant —situado más hacia el interior— ocupa la parte septentrional de la comarca del Priorat. A pesar de su vecindad, tal como se observa en la Figura 1, ambos macizos presentan notables diferencias en su formación y en su roquedo. La variedad de los factores físicos y la distinta ocupación humana de cada uno de ellos ha ocasionado una relevante diversidad de paisajes y ambientes que han ocasionado, de hecho, flujos turísticos y recreativos. Los dos núcleos de población que —de alguna manera— han polarizado el desarrollo turístico y recreativo de la zona son Prades, que ha desarrollado desde antiguo un modelo turístico muy vinculado a las operaciones de promoción de residencias secundarias, y Cornudella, localidad ubicada en el extremo del macizo del Montsant que conecta con el de Prades, que ilustra el desarrollo de un modelo turístico de carácter recreativo.

FIGURA 1. MAPA DE LA ZONA DE ESTUDIO (escala 1:250.000)



FUENTE: Elaboración propia a partir del Atlas de España Aguilar

Debe tenerse en cuenta que, por lo general y hasta el momento, frente a la ausencia de un organismo de gestión mancomunado, cada municipio y, más recientemente, cada Consell Comarcal ha tomado sus decisiones en relación a los diferentes sectores de actividad y, particularmente, al turismo, sin apenas ninguna coordinación horizontal o vertical con el resto de instituciones<sup>3</sup>. No ha sido hasta fechas muy recientes que, desde diferentes administraciones, se han propuesto políticas y programas para el conjunto o para algunos sectores del área. Así, para avanzar en una línea más integrada, recientemente la Generalitat de Catalunya ha delimitado en este territorio la llamada *Zona de Muntanya Prades-Montsant*<sup>4</sup> que engloba un total de 21 municipios pertenecientes a seis comarcas diferentes. Además, una parte significativa del conjunto de los dos macizos está incluida en el Plan de Espacios de Interés Natural (PEIN) promovido por las Consejería de Medio Ambiente del gobierno autónomo. Esta institución actualmente tiene en fase de redacción los estudios de diagnóstico previos a la redacción del Plan Especial que tiene que dotar a la zona de una figura de protección (previsiblemente la de Parque Natural), determinar su zonificación en función de los usos que sean permitidos y regularlos. Entre tales usos se encuentran las actividades de ocio y recreación.

## 1. El contexto económico de las tentativas de desarrollo turístico

De manera similar a otras zonas rurales y de montaña desfavorecidas, el espacio delimitado por los macizos de Prades y Montsant se ha visto sumido en un intenso proceso de despoblación y de declive socioeconómico. Entre 1887 y 1981, el área ha perdido cerca de un 70% de su población. Con una superficie de 364 km<sup>2</sup>, en 1991 los trece municipios de la zona central<sup>5</sup> del espacio indicado sumaban 3.998 habitantes siendo su densidad menor a 11 hab/km<sup>2</sup>. Aún siendo la agricultura la actividad económica dominante, la superficie cultivada se ha ido reduciendo año tras año. La baja o nula rentabilidad de los cultivos y las dificultades de mecanización de ciertas tareas

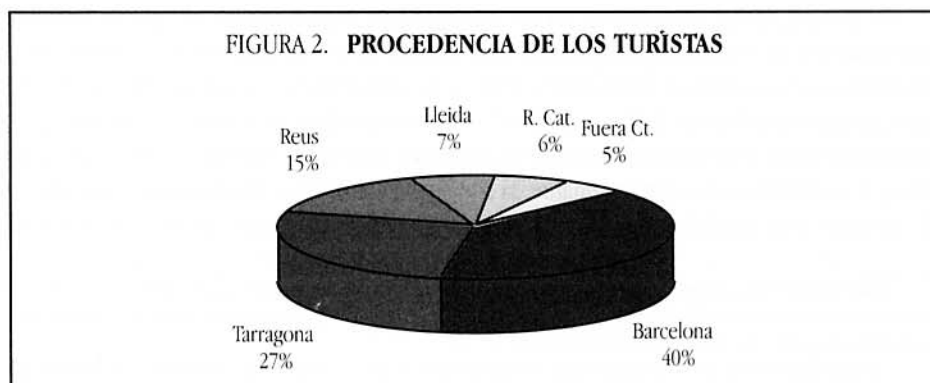
<sup>3</sup> Aún recientemente, el Consell Comarcal del Baix Camp y el Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat presentaron el 2 de febrero de 1995, el *Pla Integral de Desenvolupament Turístic de les Muntanyes de Prades i la Mussara*, que se circunscribe únicamente a los municipios de dicha comarca.

<sup>4</sup> Decreto 328/1989, Llei 2/1983 d'alta muntanya. Esta ley identifica un total de 10 Comarcas de Montaña y 5 Zonas de Montaña en Catalunya. Estas últimas corresponden a aquellos territorios que, apesar de no estar situados en el eje pirenaico, reúnen una superficie y una población comparativamente importante en relación a las comarcas de montaña. El decreto determina la elaboración de un Programa zonal orientado a la resolución de los problemas específicos que presenta como área de montaña, tales como la mejora de las comunicaciones, la protección del medio ambiente y la dotación de infraestructuras y equipamientos, con una vigencia de cinco años. El de la Zona Prades-Montsant, aprobado muy recientemente (21/2/95), tiene prevista una inversión de 3.490 millones. Afecta 8 poblaciones del Priorat, 6 del Baix Camp, 4 de la Conca de Barberà, 1 del Alt Camp, 1 de Les Garrigues y 1 de la Ribera d'Ebre. Debe indicarse que Catalunya está dividida en 41 comarcas; estas representan el nivel intermedio de organización administrativa y división territorial entre municipios y gobierno autónomo. En la actualidad, además de estos tres niveles, continúan vigentes las Diputaciones Provinciales.

<sup>5</sup> Arbolí, La Bisbal de Falset, Cabassers, Capafonts, Cornudella, Margalef, La Febró La Morera, Poboleda, Prades, Ulldemolins, Vilanova de Prades y La Vilella Alta. Municipios escogidos para el estudio *Turisme rural al Montsant-Serra de Prades. L'experiència de Cornudella de Montsant* (LÓPEZ, 1993).

agrícolas han conducido al abandono de tierras —especialmente las más marginales—<sup>6</sup>. A ellos cabe añadir factores como las dificultades que impone el medio físico; las sucesivas crisis de adaptación a las leyes del mercado internacional; la escasa industrialización; y, definitivamente, la ausencia o fracaso de las políticas de desarrollo en el marco de una inexistente ordenación del territorio. Como resultado, la marginalización de este espacio en términos productivos se ha ido acentuando.

Sin embargo, este espacio rural de montaña es cada vez más frecuentado —aunque de forma difusa y sin fórmulas de gestión de la demanda establecidas— con la finalidad de satisfacer necesidades recreativas especialmente durante los fines de semana y períodos de vacaciones cortos o, en caso de disponer de segunda residencia, períodos estivales. Tal como muestra la Figura 1, la demanda que visita la zona suele provenir, mayoritariamente, de localidades cercanas o, en todo caso, de Barcelona. Así se desprende, cuando menos, de los resultados de un sondeo realizado entre marzo y julio de 1992 entre los visitantes de las cinco principales localidades con atractivo e infraestructura turística y recreativa de la zona<sup>7</sup> (LÓPEZ, 1993). En concreto, la conurbación Tarragona-Reus situada a unos 40 km del área de destino era el origen del 42% de los visitantes mientras que el área de Barcelona situada a unos 140 km significaba el 40%. Motivaciones específicas como la escalada o el senderismo justificaban la presencia de visitantes de otros orígenes. Junto a ellas, motivaciones afectivas y culturales completaban la lista de finalidades que llevaban a los ciudadanos del área de Tarragona y de Barcelona a acercarse a la zona.



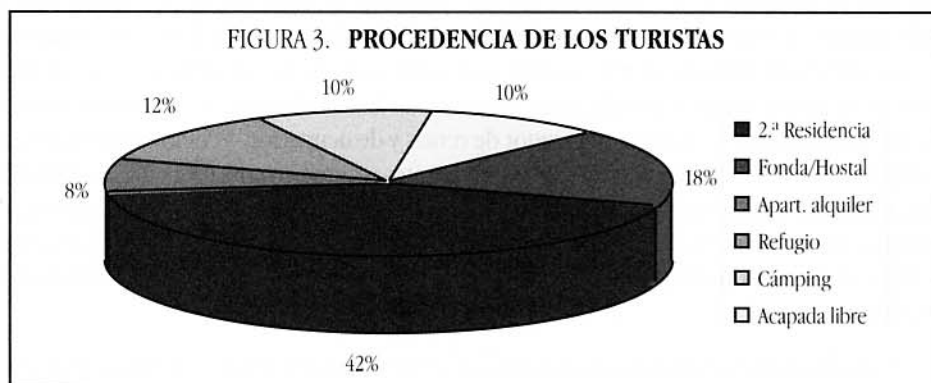
FUENTE: Elaboración propia

La Figura 2 muestra que si bien más del 56% de los visitantes encuestados declararon pasar o haber pasado una noche como mínimo en la zona, la oferta de alojamiento en este espacio excluida la residencia secundaria era y sigue siendo actualmente muy escasa. Sin contar

<sup>6</sup> Existen excepciones dentro de esta tendencia general. Por un lado, la calificación de la patata de Prades como producto con denominación de origen ha permitido incrementar el precio de venta y lograr su rentabilidad como cultivo. Este también es el caso, aunque con diferencias, del vino del Priorat y del aceite de oliva Siurana.

<sup>7</sup> Cornudella, Siurana, Scala-Dei, Ulldemolins y Prades.

con el núcleo de Prades —principal localidad en la jerarquía de asentamientos de la zona—, en 1992 el resto de poblaciones del área de estudio apenas contaban con cincuenta habitaciones entre fondas, hostales y una sola *casa de pagès*. En estos últimos años, esta oferta ha llegado incluso ha disminuir en algunas poblaciones<sup>8</sup>. La oferta de cámpings —relativamente reciente— se concentra en Prades y Vilanova de Prades.



FUENTE: Elaboración propia

De hecho, el turismo ha sido escasamente impusado en cuanto a actividad productiva. Así, la oferta de productos artesanales ligados a una imagen de la zona es muy débil a pesar de que se elaboran productos alimenticios de primera calidad. La estructura turística y recreativa de la zona se puede definir como débil e incompleta, sin demasiadas posibilidades recreativas organizadas en forma de negocio (especialmente antes de la aparición de la Escuela Forestal en 1991) y sin iniciativas relevantes vinculadas al aprovechamiento del patrimonio histórico localizado en este área, a pesar del continuo crecimiento de visitantes que experimentan, por ejemplo, las ruinas de la antigua Cartuja de Scala-Dei —en proceso de recuperación y consolidación—. La inexistencia hasta el momento de operadores receptivos locales —empresas que conocen y están presentes en los mercados especializados en turismo rural y que son capaces de ensamblar las diferentes ofertas de servicios turísticos de la zona para elaborar productos diferenciados y ajustados al máximo a las motivaciones de determinados segmentos de mercados— unido a la falta de un proyecto turístico coordinado para el conjunto de la zona<sup>9</sup> han dificultado aún más el desarrollo de iniciativas tendentes a contemplar el turismo como un elemento dinamizador de los recursos locales, promotor de actividades diversas y elemento fundamental del tejido productivo de este área más allá de la mera captación de rentas.

<sup>8</sup> Las elevadas inversiones que se requerían para adecuar las antiguas fondas a las nuevas normativas de seguridad en alojamientos turísticos ha llevado a cerrar "oficialmente" estos servicios.

<sup>9</sup> Los habituales recelos entre municipios vecinos han impedido cualquier concertación a este nivel. Las actuaciones de los Consells Comarcals que tienen territorio en este área —cinco en total— plantean, en el mejor de los casos, actuaciones puntuales en el espacio sobre el que tienen jurisdicción sin coordinación con el resto de actuaciones.

## 2. El modelo residencial: el caso de Prades

Si bien por sus características y por su posición en la jerarquía de asentamientos del área, la localidad de Prades puede constituirse como capital de servicios turísticos y recreativos de este área de montaña y, en base a esa función, potenciar, el desarrollo de actividades lúdicas como la práctica deportiva y el contacto con la naturaleza en el conjunto de la zona, la inexistencia de una estrategia definida en este sentido por parte tanto de las administraciones públicas como de la propia iniciativa privada, están favoreciendo la consolidación de un modelo turístico escasamente dinámico —aunque generador de rentas y de ocupación— como es el residencial. De hecho, en estos momentos, son espacios adyacentes o periféricos de este núcleo central los que centralizan una parte importante de las funciones recreativas que afectan el área; como, por ejemplo, algunos centros de la vecina comarca de la Conca de Barberà —en especial, l'Espluga de Francolí— o, a partir del inicio de las iniciativas surgidas al amparo de la Escuela Forestal organizada en Cornudella.

Con una población estabilizada en torno a los 550 habitantes, Prades —a 950 m de altura— es la única localidad de este entorno de montaña que —aún sin ganarla— no pierde población. Se trata de un núcleo tradicional de turismo de interior, *descubierto* a principios de siglo por excursionistas y estudiosos de Reus y de Tarragona. La bondad de su clima de montaña lo consolidó como centro de salud, especialmente para los enfermos de tuberculosis. De ahí que la forma de alojamiento más utilizada haya sido desde siempre las casas de los lugareños, aun cuando han existido diversos intentos fallidos de construir un sanatorio. Los ingresos en concepto de alojamiento de enfermos o visitantes han constituido tradicionalmente un complemento nada desdeñable a las economías de las familias que admitían huéspedes. Tanto es así que la estrategia de complementariedad de rentas en base al alojamiento de forasteros ha pervivido hasta la actualidad.

Además, cuando a mediados de los años sesenta se produce el primer aumento significativo de la afluencia —en un contexto mimético al del desarrollo inmobiliario que se produce en el litoral bajo el pretexto del turismo—, se desarrollan rápidamente iniciativas destinadas a la edificación de residencias de uso temporal y a la venta de suelo para la constitución de nuevos espacios edificados y no urbanizados en el entorno de la población. Como resultado de este proceso, se estima que Prades cuenta actualmente con unas 600 viviendas de segunda residencia y con unos 100 pisos de alquiler no regularizados frente a tan sólo 39 plazas hoteleras ofertadas por un único hostel y, desde 1991, 219 parcelas del camping (a las cuales deben añadirse las del recientemente creado camping de Vilanova de Prades).

La dinámica generada por la afluencia temporal de residentes permite afirmar que cerca de un 80% de la población vive directa o indirectamente del turismo (CASALS, 1994). Aún así, el ingente potencial lúdico y recreativo de su entorno ha sido escasamente encauzado como forma de negocio turístico. Solamente, la instalación del camping ha convulsionado —tam-



bién en términos recreativos— este modelo tradicional escasamente productivo. Debe tenerse en cuenta, en este sentido, que las rentas complementarias obtenidas a través del alojamiento en casa y la venta de suelo pueden estar favoreciendo un cierto conformismo entre la población autóctona. En definitiva, este modelo tiene como rasgos característicos —siguiendo a CRUZ (1994)—: (1) el nivel socioeconómico medio y medio-bajo de los turistas que frecuentan la zona —que practican un turismo con alta estacionalidad, poco activo y con bajo nivel de gasto—; (2) el dominio de la residencia secundaria o de las casas alquiladas como forma de alojamiento dominante —no controlada ni reglamentada—; y (3) la precariedad del ordenamiento urbanístico y turístico de la localidad —que no aprovecha todos los recursos que pone en juego el entorno—.

La consolidación de un modelo basado en la producción inmobiliaria en detrimento de otras posibilidades fundamentadas en la dotación de equipamientos y de actividades recreativas, ha dificultado la inserción de este espacio en la dinámica de los mercados dominantes en la actualidad. Así, si bien la existencia de residencias secundarias ha ocasionado una significativa afluencia de población flotante durante los fines de semana, vacaciones cortas y en verano y un importante flujo de rentas fiscales, en general no ha repercutido de manera intensa en la dinamización del sector terciario a nivel local. Por lo demás, ha impuesto importantes rigideces en la estructura territorial local —ocupación de suelo y deterioro del paisaje fundamentalmente— que han ocasionado algunos desequilibrios que pueden poner en peligro el desarrollo de la actividad turística a medio y largo plazo. Dado que, hoy por hoy, el entorno natural y paisajístico constituyen el principal recurso turístico de esta zona, su deterioro puede ocasionar las puertas a cualquier proyecto consistente de turismo rural de calidad. La escasez de capitales, empresarios, técnicos y especialistas —habitual en este tipo de áreas— y la poco acertada acción de las administraciones, constituyen los principales obstáculos para llevar a cabo la reconversión del modelo residencial imperante.

En este sentido, continuar con el actual esquema, sin intentar dimensionar de manera óptima su oferta, supone comprometer la posibilidad de establecer un modelo de desarrollo sostenible. Por el contrario, como señala J. CALATRAVA (1992: 78-79), si se desea que el turismo rural sea capaz de generar rentas a la población rural y mantener al mismo tiempo un cierto equilibrio entre los sistemas ecológico, socioeconómico y cultural, se debe tender a ofrecer, entre otras cosas, el contacto con una naturaleza lo menos alterada posible; una dimensión limitada; la inserción de los equipamientos en el espacio construido —desarrollos en el interior de los núcleos existentes, sin construir urbanizaciones fuera de ellos y manteniendo un estilo constructivo similar al rural original—; y una capacidad recreativa a partir del conocimiento y la participación en los hábitos y costumbres de la vida rural.

En cualquier caso, como ya han indicado otros autores en relación a casos similares (TROTTINO, 1992), la alternativa residencial debería reconvertirse hacia un modelo de utilización multifuncional del territorio que permita la dinamización de los recursos locales, ya sean éstos naturales o socioculturales. Es decir, debería tender hacia un modelo más acorde con las nuevas mo-

tivaciones y demandas del mercado, y por otro lado, más coherente con las limitaciones del entorno social y del espacio. De ahí que las estrategias de desarrollo turístico que se formulen no deben centrarse en tratar de conseguir atraer a más visitantes, sino —en todo caso— en incrementar el valor añadido generado por el producto turístico ofertado. La dotación en materia de actividades recreativas puede ser una vía de actuación en este sentido.

### 3. El modelo recreativo: la experiencia de Cornudella de Montsant

A 12 km de Prades se localiza Cornudella de Montsant. Se trata de una localidad que, a diferencia de Prades, no tiene ninguna tradición en la recepción de turistas. Aún en la actualidad, su principal actividad económica continua siendo la agricultura. Sin embargo, desde 1991 se han desarrollado diversas iniciativas de carácter recreativo que han significado una aportación singular a la estructura turística y dinámica local y del conjunto del espacio estudiado. Estas iniciativas surgen al margen de un proceso de definición y de planificación turística. En concreto, en 1987, un grupo de bomberos voluntarios realizaron, paralelamente a un estudio sobre la posibilidad de recuperar forestalmente algunas parcelas del municipio quemadas o abandonadas, algunas propuestas para aprovechar las posibilidades turísticas que ofrece la zona. El ayuntamiento se sumó a las iniciativas del grupo de voluntarios y como resultado de todo ello, en 1990 se firmó un convenio de colaboración con el INEM para crear una escuela-taller. La *Escola Forestal i Casa d'Oficis Siurana* nació con el objetivo de formar a unos cincuenta jóvenes como profesionales de grado medio como técnicos en viveros forestales, guardas forestales y guías de montaña. En este caso, el proyecto tenía como objetivo que, una vez finalizado un período de formación de 3 años, se pudieran crear una treintena de puestos de trabajo en el municipio. La escuela-taller finalizó sus actividades el 30 de noviembre de 1993 habiendo formado alrededor de ochenta alumnos.

Los cursos impartidos por la Escola Forestal en el módulo de turismo combinaron las clases teóricas y la experiencia práctica a través del diseño y puesta en el mercado de diferentes servicios y productos turísticos (senderismo, bicicleta de montaña, escalada, equitación, piragüismo, tiro con arco, itinerarios de naturaleza y visita de patrimonio histórico). Los alumnos se organizaron formando la *Agrupació de Guies de Muntanya Lo Carrascllet*, embrión de la empresa actual *Guies de Montsant i Muntanyes de Prades*, que ocupa a seis personas (dos todo el año y cuatro en temporada de verano). Durante 1994, el primero como empresa, recibió alrededor de 4.500 clientes, aunque aproximadamente unos 2.000 únicamente solicitaron los servicios de alquiler de barcas en el vecino embalse de Siurana. Según la empresa, una parte importante de la facturación provino de estancias cortas entre semana, de varios días o de un día solo, de grupos de estudiantes de enseñanza secundaria a los cuales se ofrecía un paquete combinado de actividades de aventura con alojamiento en un refugio de montaña —dada la precaria estructura de la zona en este sentido—. La mayoría de visitantes provenían del área de Tarragona-Reus.



Una primera evaluación de los resultados indica que el éxito de la oferta recreativa de Cornudella se ha visto condicionado por (1) la deficiente estructura turística de la zona; (2) la escasez de inversiones significativas en el área —locales o foráneas—; y (3) la estrategia empresarial. En concreto, en relación a la primera cuestión, si bien, teóricamente, la aparición de una oferta de actividades recreativas podría haber resultado un factor positivo en el contexto turístico no sólo de Cornudella sino de todo el conjunto del área de montaña, la inhibición y descoordinación de las administraciones y de los propios y escasos agentes privados han supuesto un freno muy importante a su desarrollo y consolidación. No debe perderse de vista, por otro lado, que esta iniciativa no surge de una estrategia empresarial con voluntad de obtener beneficios a partir del uso recreativo del espacio sino como resultado de un proyecto de formación en un núcleo de montaña. En este contexto, la empresa que se deriva de la escuela-taller nace con recursos limitados y escasa capacidad de financiación para el desarrollo de producto y para posicionarse en el mercado —no sólo el local sino también el nacional e internacional—. Esta limitación sólo ha podido ser parcialmente superada gracias al profundo conocimiento de la zona y de sus recursos que tienen sus promotores. De ahí que sus propios resultados —que han sido satisfactorios en relación a la oferta de deportes de aventura— como empresa y como proyecto sean todavía limitados. Finalmente, se han intentado desarrollar otras estrategias centradas en los segmentos de actividades educativas en la naturaleza y de visitas culturales.

Inicialmente, para su comercialización se ha asistido a ferias de turismo de ámbito generalmente local con la esperanza que los clientes interesados acudieran al conocer el producto ofertado. Sin embargo, a partir de la experiencia de 1994, los promotores empresariales parecen haber orientado su actividad hacia el segmento de escolares de educación secundaria, dado que una alternativa probablemente más adecuada para pequeñas empresas con recursos limitados la constituye la especialización y la *segmentación del mercado*, es decir, la identificación del tipo de visitante que se desea captar en base a las posibilidades recreativas del área.

Sin duda, la ausencia de operadores receptivos, la inhibición de la administración y la descoordinación con los pocos agentes que actúan en el conjunto de la zona —incluidos los de la vecina localidad de Prades— han limitado el éxito de la propuesta. En conjunto, la zona no tiene una *imagen de destino* vinculada a los deportes de aventura y a las actividades recreativas en la naturaleza. No ha existido hasta este momento ningún esfuerzo en este sentido por parte de las diferentes administraciones para crearla<sup>10</sup>. Por su parte, la *imagen del producto* es débil, y, en líneas generales, no se diferencia de la que ofrecen otros destinos más consolidados.

Considerando la situación de partida, la organización y el desarrollo de la escuela y la posterior creación de la empresa en un contexto humano envejecido ya han sido de por sí un éxito. Sin embargo, también es verdad que —dadas la capacidad financiera de la empresa y el propio contexto

<sup>10</sup> Es el caso contrario de la "Ruta del Cister", donde las entidades públicas han empezado, aunque tímidamente, a elaborar una imagen de destino diferenciada. Poblet, uno de los tres monasterios que forman la ruta —Poblet, Santes Creus y Vallbona—, está situado a los pies de las montañas de Prades.

empresarial— su mera creación no ha asegurado su futuro y —más importante aún—, a pesar de su efecto de demostración, no ha dado pie a la creación de otras empresas complementarias o en competencia. Más aún, las propias instituciones locales y una parte relevante de la población todavía contemplan las iniciativas turísticas con cierto recelo y manteniéndose a distancia.

#### **4. Las modalidades de desarrollo y la ausencia de políticas**

Prades y Cornudella representan dos modelos de desarrollo turístico y recreativo característicos de ciertas áreas rurales y de montaña. Sus limitaciones responden a la inexistencia de estrategias empresariales y de políticas públicas definidas<sup>11</sup>. Sin embargo, sin duda, en un contexto económico como el rural y de montaña —con escasa capacidad en términos humanos y financieros—, la existencia de líneas de actuación es un factor fundamental de cara a un desarrollo local equilibrado. La debilidad de la estructura turística de la zona en su conjunto dificulta, sin duda, la posible reconversión de la actual alternativa residencial de Prades y la consolidación de una alternativa recreativa como la de Cornudella. Las administraciones no han asumido el problema de la falta de iniciativas privadas —locales y foraneas— para cubrir los vacíos en dicha estructura. No se ha creado ningún tipo de organismo o entidad que pueda incentivar nuevas empresas, coordinar experiencias, fijar estándares y asumir el asesoramiento que necesitan los promotores de cualquier iniciativa turística que nazca en el medio rural (GILBERT, 1992).

Sin asesoramiento ni incentivación, plantear retóricamente cuestiones como el potencial de desarrollo endógeno del turismo es, cuando menos, una falacia. Hasta hace tan sólo unas décadas, las comunidades rurales de montaña se han dedicado básicamente a la producción de alimentos para asegurarse la subsistencia y, sólo cuando era posible, para su comercialización. Estas comunidades, normalmente envejecidas y diezgadas de elementos jóvenes por la emigración, difícilmente pueden desarrollar de un día para otro la mentalidad y la iniciativa necesaria para pasar de una economía de producción de productos agrícolas a otra de prestación de servicios turísticos. Servicios de ocio y recreación destinados a un mercado urbano en continua evolución y que responde a valores y referentes culturales con frecuencia muy diferentes de los rurales.

Debe tenerse en cuenta, precisamente, que el turismo rural es un fenómeno urbano, y por lo tanto, su implantación en el ámbito rural responde cada vez más a los criterios de racionalidad y especialización económica y productiva características del ámbito urbano-industrial (ENTRENA 1992). Por este motivo, el desarrollo sólo puede ser posible si, adecuando los proyectos a la dimensión local y a la característica territorial de los territorios que los han de soportar, se superan los esquemas del turismo convencional y se fomenta una mentalidad profesional entre los operadores que permita, en base a los principios de planificación y comercialización establecidos,

<sup>11</sup> Por ejemplo, el camping, la mayor inversión turística de los últimos años y que supone un cierto cambio en el modelo tradicional, es una inversión foránea.

elaborar productos competitivos que cumplan además las características de sostenibilidad y respeto con el medio natural y social que de esta actividad se exigen. Es el Estado —en sus múltiples niveles— quien reúne las condiciones necesarias para fomentar dicha sostenibilidad, mediante incentivos o impedimentos legales que eviten o minimizen las externalidades negativas que el libre mercado acarrea (DE KADT, 1994) y que favorezca la formación y la participación de la población local en las empresas de turismo rural.

La escasa coordinación a nivel de promoción y comercialización del producto turístico existente, la falta de diversificación y segmentación de mercados y la insuficiencia de las formas de comercialización dominantes dificultan el desarrollo. Frente a ello, deberían articularse estrategias competitivas de diferenciación, especialización y coordinación de los productos disponibles y estrategias de desarrollo destinadas incrementar el número de productos existentes; a crear nuevos productos para los mercados actuales; a desarrollar nuevos mercados utilizando productos existentes y a diversificar la dinámica a través de nuevos productos y mercados.

Considerando el contexto presentado, parece recomendable la creación de algún tipo de agencia u organismo autónomo<sup>12</sup> que sea capaz de asesorar, incentivar y promover proyectos turísticos y desarrollar estrategias propias para el sector siguiendo un modelo de turismo en áreas de montaña más acorde con los objetivos que con esta actividad se persiguen. Para ello, es imprescindible partir de una concepción y global de la zona, y por lo tanto comporta la casi utópica labor —pero no por ello menos exigible— de coordinar los diferentes niveles de administración implicados, establecer programas, prioridades y llevarlos acabo de forma coherente. Para las nuevas y pequeñas empresas resultará especialmente importante definir claramente una estrategia que se ajuste al funcionamiento actual de los mercados turísticos. Ello comporta segmentar la demanda, elaborar un producto específico y comercializarlo adecuadamente. A las administraciones les queda la responsabilidad directa de realizar una adecuada política de imagen de los destinos y de incentivar y asesorar las iniciativas, sean estas locales o no. Al fin y al cabo, la adopción de estrategias con finalidad turística se significa, en espacios como el indicado, como un instrumento efectivo para la dotación de mejores servicios e infraestructuras para la propia población residente y para la mejora efectiva de su bienestar.

## BIBLIOGRAFÍA

CALATRAVA, J. (1992): "El turismo rural como recurso endógeno en el desarrollo local: consideraciones teóricas y comentarios sobre las Alpujarras Altas Occidentales" (in) *Desarrollo Rural: Ejemplos Europeos*. Madrid: Ministerio de Agricultura, IRYDA, pp. 67-91.

<sup>12</sup> A nivel nacional son destacables la creación de "Carrefours" rurales a partir del programa piloto de la Dirección General de Información, Comunicación y Cultura de la Comisión Europea. Un ejemplo interesante lo constituye el Centro Europeo de Información del Medio Rural (CEIP) de La Rioja, asociación sin fin de lucro formada por diferentes entidades públicas y privadas, la cual ha gestionado también un programa LEADER.

- CASALS, I. (1994): *El turisme a les muntanyes de Prades. Prades, el turisme rural com a proposta de desenvolupament turístic*, Tarragona: Seminario de Geografía del Turismo, URV (policopiado), 16 págs.
- CRUZ, J. (1994): "Excursión al Alto Mijares y Alto Palancia", (in) *Innovación en productos turísticos: situación actual y prospectiva*. (Benicàssim 5-9 setembre), Fundación Cavanilles (policopiado), 46 págs.
- DE KADT, E. (1994): "Making the alternative sustainable: lessons from development for tourism" (in) SMITH, V. L., & EADINGTON, W. R. (eds.) *Tourism alternatives. Potentials and problems in the development of tourism*, pp. 47-75.
- ENTRENA DURÁN, F. (1992): "Cambios en la concepción y en la organización del espacio rural", *Estudios Regionales* n.º 34, pp. 147-162.
- GILBERT, D. C. (1992): "Perspectivas de desarrollo del turismo rural", *Revista Valenciana d'Estudis Autonòmics* n.º 13, pp. 167-193.
- LÓPEZ, R. (1993): *Turisme rural al Montsant-Serra de Prades. L'experiència de Cornudella de Montsant*, Bellaterra: Seminario de Tercer Ciclo sobre Nuevas Tendencias Turísticas, UAB (policopiado), 35 págs.
- SERVEI D'ACCI COMARCAL (Dir. Gral. Planificació i Acció Territorial, Generalitat de Catalunya) (1994): "Elaboració dels nous plans comarcals de muntanya", *Espais* n.º 38, pp. 40-44.
- TROITIÑO, M. A. (1992): "Turismo y medio ambiente en zonas de montaña", (in) *Desarrollo local y medio ambiente en zonas desfavorecidas*. Madrid: MOPT, pp. 79-99.
- WTO/OMT (1993): *Sustainable tourism development: guide for local planners*. Madrid, WTO.