

Canarias y el turismo rural: Tendencias, el caso de la isla de Gran Canaria

.....

Ángela García Cabrera

José Juan Castro Sánchez

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

RESUMEN

El turismo, en esta era de la globalización, es un producto de las sociedades avanzadas, y las islas Canarias, dadas sus condiciones naturales, se han convertido en uno de los primeros lugares turísticos masivos elegidos por muchas personas venidas de todo el mundo. Más específicamente, el turismo rural, al que históricamente no se le ha prestado la suficiente atención, por parte de los investigadores del turismo (Page y Getz, 1997), está surgiendo lenta pero firmemente y convirtiéndose en un factor de subsistencia importante en las zonas rurales de las sociedades avanzadas. En España, este fenómeno del turismo rural tiene sus débiles inicios en la década de los años 1950, pero hoy un nuevo tipo de turismo rural está emergiendo como resultado del interés que en él están poniendo las entidades públicas y privadas. Este es el caso de la isla de Gran Canaria, y más concretamente, el de seis municipios de esta isla cuyos resultados del estudio exploratorio realizado se encuentran en esta investigación sociológica que, a su vez, refleja una cierta tendencia del turismo rural en esta región canaria.

Palabras claves: turismo rural, turismo sostenible, globalización, alojamientos rurales, ocio, descanso.

ABSTRACT

Tourism, in this globalization era, is the product of advanced societies, and the Canary Island Region of Spain, given their natural conditions, have become the first tourist massive choice by a great number of people coming from different parts of the world. More specifically, Rural Tourism, to which historically has not been paid much attention by tourism researchers, (Page and Getz, 1997), is slowly becoming an important economic element of subsistence in many rural areas in the advanced societies. In Spain, this rural tourist phenomenon goes back to the late 1940's early 1950's, yet today a new type of rural

tourism is emerging due to the fact that both the public and private sector are taking part in it. This is the case of Canary Island Region, and most concretely the case of the Island of Gran Canaria where we have conducted this exploratory sociological research study in six of its representative municipalities. The outcomes of the study reflect the tendency rural tourism is taking in the present time in this Canary Island Region of Spain.

Keywords: rural tourism, sustainable tourism, globalization, rural accommodations, leisure time, rest.

1. INTRODUCCIÓN

En la primera parte de este estudio reflejamos la revisión que de la literatura sobre el tema del turismo rural hemos considerado relevante, tanto a nivel global como regional del Archipiélago Canario, al tiempo que en su segunda parte presentamos un caso de investigación sociológico práctico de seis municipios en la isla de Gran Canaria que darán al lector una visión somera del estado en que actualmente se encuentra el *turismo rural* en la isla de Gran Canaria. Detallamos con cierta precisión la dificultad en su realización, dada la evidente falta de datos oficiales al respecto, si bien entendemos que este fenómeno del turismo rural es un fenómeno emergente en el Archipiélago Canario.

2. ALCANCE Y LIMITACIONES

La realización de este estudio se fundamenta en la creciente importancia que va tomando esta nueva modalidad de turismo, llamado *turismo rural* o *turismo sostenible* considerado importante desde todos los puntos de vista –económico, medioambiental social y político– en esta sociedad globalizada en la que nos movemos.

Desde el inicio del mismo nos encontramos con una seria limitación: no hay datos oficiales en cuanto al número de turistas que hacen uso del *turismo rural* en el Archipiélago Canario. El mismo Instituto Canario de Estadística (ISTAC) no ha considerado aún necesario incluirlo como dato discriminatorio en su plan de recogida de datos. Hay datos, del número de camas oficiales por municipio que compiten con las plazas no oficiales que gestionan directamente los propietarios de dichas camas, bien por medio de la eficaz publicidad “de boca a boca” o bien a través de centrales de reservas de turismo rural. Ello se debe, en gran parte, a una no oficialidad de alojamientos rurales existentes, que si bien están en muy buenas

condiciones de habitabilidad, es más, muchos de estos alojamientos rayan el más absoluto lujo tanto exterior como interior, no cuentan con la debida acreditación oficial. Al no existir datos que incluyan esta otra forma de entrada de turistas en el mundo del turismo rural, no hay forma de poder hablar de un universo turístico del que partir. Hemos partido, en su ausencia, del total de camas oficiales disponibles en los seis municipios estudiados considerados como universo al 100%. Es por ello que nos hemos visto limitados a sólo realizar análisis de frecuencias con los datos que de cada municipio hemos podido recabar.

Estas limitaciones con las que nos hemos encontrado, nos han hecho más difícil la elaboración de este trabajo, si bien confiamos en que pueda ser un punto de partida para futuros estudios multidisciplinarios sobre este tema, convencidos de que habrá que estudiarlo más en profundidad y con más recursos humanos y materiales, al igual que se ha hecho con el ya veterano *Turismo Tradicional de Sol y Playa*. El marcado interés que se detecta en los turistas entrevistados que utilizan esta modalidad de ocio y las tendencias que se detectan acerca del mismo, sería suficiente para justificarlo.

3. EL TURISMO: UN FENÓMENO DE DIMENSIÓN GLOBAL

No cabe la menor duda de que el turismo, al que frecuentemente se le denomina como la *industria más grande del mundo* (Sharpley y Telfer, 2002, p. 1) es un gran negocio. A finales del pasado siglo XX sólo el turismo internacional generó al año 450 millones de dólares norteamericanos, mientras que el turismo global, esto es, el internacional y el doméstico juntos, se estimó que producían cerca de unos 3.5 trillones de dólares (Sharpley y Telfer, 2002). Más aún, se piensa que estas cantidades seguirán creciendo en un futuro. No en vano desde hace mucho tiempo el turismo está considerado como una industria en constante crecimiento. Dado que las expectativas actuales acerca de este crecimiento rondan el 4% de llegada de turistas internacionales y que lo que ello deja desde la perspectiva económica es altamente considerable, las proyecciones para el año 2020 apuntan a que el turismo internacional estaría generando unos 2 trillones de dólares norteamericanos (Sharpley y Telfer, 2002).

Este dato nos demuestra que en las sociedades modernas avanzadas la demanda turística continúa su imparable búsqueda de nuevas formas de disfrutar el tiempo de ocio, no importa cuán lejos del lugar de origen o costoso estas formas puedan estar, si con ello el ratio calidad/precio se ajusta a parámetros alcanzables a las diferentes clases sociales mundiales.

El *Turismo Tradicional de Sol y Playa* está exigiendo otras formas de turismo alternativo, y una de estas nuevas formas es el turismo en el espacio rural visto como el lugar idóneo para todos aquellos turistas venidos de muchas partes del

mundo en busca de tranquilidad, contacto con la naturaleza, intercambio cultural, actividades al aire libre, visitas a entornos arqueológicos, visitas a museos etnológicos o simplemente mezclarse con los lugareños y participar en sus actividades culturales, tradicionales, etc.

Es de esta nueva modalidad de turismo, denominado *turismo rural*, o también denominado *turismo responsable* de lo que hablaremos en este modesto estudio llevado a cabo en seis municipios de la isla de Gran Canaria. En el horizonte de estos municipios se dibuja con fuertes y llamativos colores el tan traído y llevado concepto de la *sostenibilidad*. Este concepto creemos que no debe convertirse en la “panacea” que todo lo soluciona, sino que el turismo rural debe ser un complemento más a las rentas de las personas que habitan en el medio rural, sin otro tipo de especulaciones al respecto. Dicho concepto, complejo en sí mismo, tendría en consideración el análisis de las interacciones que surgen entre procesos de desarrollo local, social, político y medioambiental que se estaría llevando a cabo, en mayor o menor medida, en cada uno de los entornos aquí estudiados.

Turismo sostenible en el espacio rural significa poder ser capaces de crear las condiciones económicas, sociales y culturales que puedan potenciar la calidad de vida de todos los que habitan en dicho destino turístico, al igual que debe servir para satisfacer a los visitantes, a los turistas, pero que todo ello no deberá poner en peligro el desarrollo futuro de las generaciones venideras. Unido casi intrínsecamente a los conceptos de *sostenibilidad* y de *turismo rural* está el no menos importante concepto de *desarrollo local*. Parafraseando a los autores Sharpley y Telfer, (2002), el *turismo rural* es un medio importante a tener en cuenta en el proceso de *desarrollo local*.

4. EL TURISMO RURAL: ESTADO DE LA CUESTIÓN

Algunos autores afirman que el turismo rural tuvo su origen en Gran Bretaña, otros que fue en Irlanda, y también se apunta como pionera a la vecina Francia.

Aunque es un hecho que históricamente en todos los países se ha producido un desplazamiento de personas de la ciudad al campo, mayoritariamente en épocas estivales para pasar unas vacaciones, el término *turismo rural* no aparece en el seno de las sociedades postmodernas avanzadas hasta las últimas décadas, a partir de la consideración del turismo como un fenómeno de masas y no ya utilizado por una clase selecta de la sociedad. No es por tanto hasta mediados de los años 50, una vez finalizado en Europa el arduo proceso de reconstrucción económica derivado de la finalización de la Segunda Guerra Mundial, cuando aparece el término *turismo rural* en un sentido más completo y moderno.

En España, el proceso sociológico de abandono del campo en busca de unas mejores condiciones de vida en la ciudad se da durante las décadas de los años 60

y 70. Ya entonces se hablaba de “veraneantes” en los pueblos rurales y de “vuelta al campo” por muchos que anteriormente lo habían abandonado por razones económicas. Este fenómeno sociológico de éxodo de los campos a la ciudad se enmarca también dentro del cuadro socio-económico-político, producto del proceso de industrialización española tras el aislamiento internacional ocasionado por el régimen franquista entonces vigente. No es hasta la década de los 90 cuando el *turismo rural* se traduce en una realidad social y económica significativa en nuestro país.

Este tipo de *turismo rural* que se empieza a dibujar en nuestra geografía peninsular e insular canaria en los 60 y 70 e incluso en los 80 por el creciente número de españoles que poco antes había abandonado el campo por motivos económicos, regresan luego a dicho entorno, si bien, muchos por diferentes razones. Unos vuelven para reunirse con sus familiares y amigos; otros, en busca de descanso y tranquilidad por la dureza de las condiciones de trabajo en la urbe o por el aislamiento que en esta pudieran sentir; un tercer grupo lo hace por los efectos *anómicos* experimentados en sus respectivos trabajos en la ciudad donde la “impersonalidad” tan típica de la misma choca con la “calidades” de trato en las relaciones humanas en los pueblos; un cuarto grupo considera “veranear” en el campo por la imposibilidad de desplazarse al extranjero bien por estrechez económica o por preferencia de “lo autóctono” sobre lo “de fuera” y, finalmente, un quinto grupo consideró más rentable el alojarse con “los suyos en el campo” que apurar su propia economía doméstica desplazándose a otro lugar donde, además de otros gastos, también había de pagar alojamiento.

El interés y la demanda acerca de la potencialidad que puede tener el *turismo rural* en referencia a espacios naturales nacen en la década de los 80. En los 90 se confirma el interés creciente que existe sobre las áreas rurales, como potencialmente idóneas para captar una oferta cada vez más exigente. El *turismo rural* viene a significar la vuelta a la tierra de las sociedades urbanas. Otros motivos que acercan la realidad de un *turismo rural* como una forma adicional o alternativa al *turismo tradicional* de *sol y playa* son, desde la perspectiva de Ortiz, (1996): (a) la crisis del *turismo convencional* que ocasiona la búsqueda de otras formas de turismo alternativo y, (b) la crisis de la agricultura por la que la Unión Europea establece unas pautas a seguir y que al final llega a la conclusión de que una forma de reconducir y revitalizar los entornos rurales dentro de la Unión Europea tiene como medio el *turismo rural*, del que se vale el *desarrollo local* para efectuar una completa transformación, a medio y largo plazo, de los entornos rurales. Es en esta línea que se desarrollan los programas: LEADER I, LEADER II, LEADER PLUS Y PRODER de la Unión Europea que tienen sus inicios en la década de los 90 y como techo el año 2006. Toda una revolución económica, social y cultural que está afectando positivamente y a diferentes niveles a todos los países de la Unión Europea, incluida, por supuesto, España.

5. LA REGIÓN CANARIA Y EL TURISMO TRADICIONAL DE SOL Y PLAYA

España en general, con sus zonas específicas de interés como la zona de Madrid y sus alrededores; la Costa Brava; las Islas Baleares; la Costa Blanca; la Costa del Sol; la Costa de la Luz, entre la desenvocadura del Guadalquivir y la frontera portuguesa; el triángulo andaluz de Córdoba-Sevilla-Granada y Canarias, en particular, son los lugares receptores de un turismo mundial en alza. De acuerdo con Bigné, et al., (1995, p. 190), "... en 1994 se obtuvieron 2,8 billones de pesetas en concepto de ingresos brutos por turismo que se estimaron en 3,1 billones para 1995. A ello contribuyeron los 61 millones de extranjeros que visitaron nuestro país, y los 63 que se estimaron para 1995". De ellos, unos 8.9 millones, aproximadamente, correspondían al Archipiélago Canario en 1994, comprobándose en octubre del año 1995 que dicha cifra había sido superada con un aumento del 4,45% (Periódico *La Provincia*, 1995, Apartado *Turismo*, 24 de Noviembre).

La Región Canaria con una extensión aproximada de 7.500 kms², está formada por siete islas y cuatro islotes principales que componen las dos provincias canarias: Las Palmas y Tenerife, que cuenta con una población de aproximadamente 1.800.000 habitantes.

El turismo en Canarias se remonta al Siglo XVIII cuando "...comienza a extenderse el conocimiento de las Islas Canarias en los países europeos tras la estancia de viajeros, naturalistas, científicos y de la información dada por comerciantes extranjeros asentados en el Archipiélago" (Castellano y Macías, 1993, p. 84). Posteriormente se refuerza con el auge del comercio de los ingleses con Canarias que posibilitó, además del intercambio comercial, la venida de otra corriente de investigadores, científicos, viajantes, etc., siendo los puertos de Tenerife y Gran Canaria sus puntos de destino. "...por esos años Canarias dialogaba comercial y culturalmente más con Inglaterra, Francia y Alemania que con la España de Unamuno u Ortega", (Ramos, 1995, *La Provincia, Dominical*, 3 de Diciembre). ... Sentían fascinación y les atraía, además del comercio, "...la bondad del clima, la belleza y variedad del paisaje, fiestas populares, fomento del arbolado, florecimiento del Puerto, sociedades y hoteles de Las Palmas..." (Herrera Piqué, 1978, p. 237).

Ya desde 1880 "...se comenzaba a considerar el turismo como una alternativa económica" (Herrera Piqué, 1978, p. 237). A principios del Siglo XX comenzaron los primeros viajes organizados de los ingleses a las Islas, siendo las islas de Tenerife y Gran Canaria las más atractivas para este turismo inglés por su clima cálido los doce meses del año y por su infraestructura que entonces diferenciaba estas dos islas del resto. Junto con los viajes de vacaciones y descanso se unían los de recuperación de enfermedades, ya que su clima era considerado bueno para la salud, en general, y para el pulmón en particular. La Playa de Las Canteras en Gran Canaria era la zona más visitada. Muchos de estos visitantes ingleses hicieron su

morada permanente en las islas como lo hiciera, entre otros muchos, *Tomas Miller*, fundador de la “Casa Miller”. A su ingenio y trabajo se le debe gran parte del desarrollo comercial en las islas durante los años veinte del siglo pasado, propietario de lo que hoy conocemos como Miller Bajo y Miller Alto en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria (Herrera Piqué, 1978). En palabras del mismo autor:

... la colonia inglesa marcó toda una época en la vida de Las Palmas. Además de sus industrias, sus consignatarias y sus bancos, los ingleses tenían sus propios centros de convivencia: la iglesia anglicana, el ‘British Club’, sus colegios o el ‘Club de Golf’ ... Implantaron su hábitat preferido –el chalet ajardinado– en la zona de Ciudad Jardín, lo cual influyó en la planificación que se hizo de este sector hacia 1922 (Herrera Piqué, 1978, p. 229).

En la década de los años 20, una vez superada la etapa de crisis generada por la Primera Guerra Mundial, “... comienza a reactivarse tanto la presencia extranjera como la afluencia del turismo a Canarias que tendrá una dinámica fluctuante en relación a las coyunturas económico-bélicas: la Gran Depresión de 1929, la Guerra Civil Española 1936-1939 y la Segunda Guerra Mundial 1941-1945” (Herrera Piqué, 1978, p. 229).

Todo parece estar preparado para el gran aterrizaje del gran *boom* turístico español que tiene sus inicios en los años 60, en los que el turismo pasa a ser, de un fenómeno sociológico-cultural de masas, a prácticamente el capítulo más importante dentro de la economía canaria. Se inicia un éxodo en masa del campo hacia la costa que se caracterizó por la construcción masiva de hoteles, apartamentos, residencias, infraestructuras públicas tales como carreteras, etc. Se añade la llegada de muchos trabajadores de la Península e incluso de algunos de los mismos países de origen de los turistas, provocando un crecimiento rápido y descontrolado de las ciudades y cierta pérdida de la identidad cultural.

La *Ley Strauss*, que liberalizó las inversiones en el extranjero causó mayor impacto en las Islas Canarias que en el resto del territorio español. A la especulación del suelo no se le oponía ningún control gubernamental, favoreciendo la llegada a las islas por distintas vías de grandes sumas de dinero con el consecuente problema de que las ganancias volvieran por el mismo camino al extranjero.

El impacto causado por el capital peninsular y extranjero en las islas obstaculizó el desarrollo a las inversiones canarias quedándose éstas fuera del mercado. La agricultura, sector importante de la economía, quedó prácticamente abandonada a causa del impacto y consecuencias del turismo, siendo el sector de la construcción el único que crecía. El final de esta fase turística en el Archipiélago llega con la crisis energética en 1972 y con ella la crisis económica.

La transición política, tras la muerte de Franco, en 1975 provoca en España rápidos cambios económicos, sociales, tecnológicos, políticos y culturales que la catapultan a la paridad con los países modernos de finales del siglo XX, sobre todo en relación con el turismo, al mismo tiempo que deja al descubierto los grandes problemas económicos por los que atravesaba el Archipiélago Canario debido al elevado coste energético que afectó a todos los sectores de la economía canaria. A pesar de estos factores, las cifras de turistas aumentaron entre 1975 y 1978 aunque la oferta de camas seguía siendo mayor que la demanda y, consecuentemente ello influyó negativamente en los precios. Esta economía poco estable hace que los touroperadores anulasen muchos contratos ya contraídos con complejos turísticos pequeños. Entre ellos los más afectados resultaron ser los pequeños empresarios canarios.

En 1978 empeoró la crisis haciendo que muchas empresas turísticas canarias tuvieran que vender sus complejos, lo que resultó en la necesidad de crear la Asociación Canaria de Empresarios del sector turístico. Ni con eso se pudo parar la crisis. Existía un déficit de estrategia de mercado. Ese mismo año muchos hoteles en Canarias elevaban sus precios hasta en un 70% y con ello se ocasionó la lógica reducción de turistas que a su vez dio pie a que los hoteleros obtuvieran menos ganancias. Esto afectó de forma espectacular a las zonas cuya economía se basaba mayoritariamente en el turismo, por lo que muchos negocios tuvieron que cerrar.

Es en los años 80 cuando se inicia la nueva fase de desarrollo turístico tras haber aprendido la lección del “crecimiento rápido y carente de calidad” de los años 60-70. Es la década del proceso de descentralización gubernamental en la que nacen las Autonomías y con ellas la Canaria que enmienda los errores y ve cómo en los 80 renace un segundo *boom* turístico similar al de los años 60, eso sí, con menos errores que entonces pero sí se observa el mismo descontrol en la construcción turística. La afluencia del turismo está por encima del 20% anual.

La cúspide de este segundo *boom* turístico se alcanza en 1987 cuando el número de turistas alcanza un 22% sobre el año 87. Sigue, lamentablemente, la especulación descontrolada para acomodar la demanda dejando de nuevo manifiesta la grave falta de planificación y coordinación de las autoridades gubernamentales en relación con el turismo. Este crecimiento desmesurado de la infraestructura turística, junto con su falta de coordinación, favoreció a los touroperadores quienes se fortalecieron ocasionando la caída de los precios en los hoteles y un mayor control de la economía canaria por intereses extranjeros. Peor aún. Este proceso no estimulaba a un turismo de calidad sino muy al contrario: empieza a venir a Canarias un turismo de masa, un turismo de baja rentabilidad económica.

En síntesis y para cerrar este apartado sobre el turismo tradicional en Canarias, añadir que la trayectoria turística en las islas ha demostrado que potenciando y cuidando adecuadamente sus servicios y adelantándonos a los continuos cambios

dinámicos que ella requiere, dada la alta competencia que tenemos en el terreno mundial, el turismo tradicional se ha convertido en una fuente estable de riqueza para el Archipiélago Canario por su características únicas de *sol, arena y mar*.

Estas características se vienen a enlazar más recientemente con una más amplia diversificación turística que incluye las tres “c”: *campo, cultura y calidad de vida*. Modalidades éstas que, unidas al turismo de congresos, al turismo deportivo y de ocio, al de cultura, y al de salud para el que Gran Canaria cuenta con el Centro de Talasoterapia más grande de Europa, ha hecho de esta nuestra industria turística tradicional un “aprendizaje”. De ella queremos potenciar los aspectos positivos y evitar los negativos, que los ha habido en abundancia, cara al emergente fenómeno sociológico del *turismo rural* en la Región Canaria.

Ya, entrados en el siglo XXI, en Canarias, con cerca de unos 12 millones de turistas que visitan nuestra región al año, hemos aprendido una buena lección: a cuidar nuestra principal economía que no es otra que la del turismo, y a intentar no repetir, con la emergente aparición del *turismo rural* los mismos errores de azotes y asaltos al medio ambiente, deterioro de las costas, etc., que con el *turismo tradicional* de *sol y playa* hemos cometido.

6. EL ARCHIPIÉLAGO CANARIO Y EL TURISMO RURAL

El Archipiélago Canario, tal vez con más intensidad que en otras regiones de nuestra geografía nacional, ha venido viviendo las consecuencias duras de la crisis de la agricultura y las exigencias que el turismo tradicional ha venido imponiendo, especialmente, desde la década de los años 90. Con una población de 1.781.366 habitantes (ISTAC, 2000), dos provincias, siete islas, un sector terciario altamente desarrollado alrededor de una industria turística que hace de este Archipiélago uno de los destinos turísticos más codiciados de España, esta región mira con un cierto optimismo hacia el *turismo rural*. Es una modalidad turística complementaria al turismo tradicional y una forma no sólo de revitalizar muchos pueblos casi prácticamente condenados al olvido, sino también de hacer de ellos zonas en las que el *desarrollo local*, del que el turismo rural es un importante complemento, haga de estos entornos, zonas vibrantes en las que los conceptos de *sostenibilidad, turismo rural* y *desarrollo local* estén completamente integrados (Sharpley y Telfer, 2002).

El *turismo rural* en Canarias se ha venido implantando a diferente ritmo en cada una de sus siete islas. Recordar al lector el hecho de que así como tradicionalmente y debido a las condiciones climatológicas, de orografía, paisajísticas, de costa, etc., del Archipiélago Canario, la Provincia de Las Palmas que incluye las islas de Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura, se ha visto más favorecida, a través del tiempo, por el *turismo tradicional* de *sol y playa*. Con el *turismo rural*, sin embargo, pasa todo lo contrario; es Tenerife la provincia favorecida y a ello contribuye su condición

de contar con más zonas interiores, diferente orografía, climatología, etc., cara al turismo rural. Diferencias sí las hay en lo relacionado con la aplicación, en toda su extensión, de la *Ley de Turismo Rural*, tema en el que no entraremos aquí ya que nos desviaría del objetivo de este modesto estudio exploratorio descriptivo del turismo rural en Gran Canaria.

7. EL TURISMO RURAL Y LA ISLA DE GRAN CANARIA

Es Gran Canaria la isla más poblada del Archipiélago contando con una población total de 755.489 habitantes (ISTAC, 2000). La temporada turística abarca todo el año, siendo los meses de mayo, junio y julio los más flojos y los mejores diciembre, enero y febrero. Se surte del turismo europeo, mayoritariamente, siendo los turistas procedentes de los países escandinavos los que conforman un turismo netamente de invierno, seguidos por los alemanes que copan la isla en primavera mientras que los peninsulares e isleños lo hacen en el verano, y, principalmente en el mes de agosto. Los ingleses lo hacen todo el año con énfasis en invierno y primavera, y, una minoría durante el período estival. El resto de países representados en el turismo que llega a Gran Canaria lo forman: Francia, Bélgica, Suiza, Austria, Holanda, Irlanda, Portugal e Italia, con una pequeña minoría procedente de Rusia y otros países del Este.

Sus 236 kilómetros de costa están jaloneados de playas que van desde La Playa del Inglés en el Sur de la isla y la de Las Canteras en su misma capital, Las Palmas de Gran Canaria, ambas de reconocida fama mundial, hasta la playa de Las Nieves en Agaete y la de Puerto Rico en Mogán. Sus modernas conexiones aéreas, especialmente con el continente europeo, y la ventajosa relación calidad/precio hacen de la isla una referencia obligada para el turismo internacional tradicional de sol y playa, además de que también se ha sabido adaptar, progresivamente, a las nuevas demandas de los países emisores del turismo internacional. Los tiempos van cambiando y también los turistas, acostumbrados al turismo tradicional, han ido evolucionando y ya no se conforman con sólo esa alternativa turística. “Se calcula que aproximadamente un 9% de los tres millones de extranjeros que visitaron la isla en el año 2001 buscaban otro tipo de experiencia, bien culturales, deportivas o ecológicas” (S.G.C., 2002, pp. 11-12). A estas modalidades habría que añadir las del turismo de congresos, de ocio –la isla está caracterizada por ser un lugar de cita preferente para los aficionados y las grandes figuras de este deporte, y lo mismo ocurre con los deportes náuticos– y el turismo de salud que cuenta en la Zona de San Agustín del Municipio sureño de San Bartolomé de Tirajana con el mayor centro de talasoterapia de Europa.

En relación directa con el *turismo rural*, esta isla cuenta con un territorio que brinda una gran riqueza natural, caracterizado por un paisaje muy variado y lleno

de contrastes, una gran diversidad de especies biológicas endémicas, fundamentalmente vegetales, y una gran extensión de espacios naturales protegidos, si bien, a diferencia de la provincia de Tenerife, no cuenta con un parque nacional, y su extensión forestal es bastante inferior. Todo ello, unido a las prácticas agrícolas, ganaderas y artesanas, favorece el que esta isla esté potenciando la creación de una oferta de *turismo rural*, que si es cierto que aun está en sus inicios, va evolucionando con bastante rapidez, despertando considerado interés en el mundo del turista que visita la isla, desde los que proceden del mundo internacional y nacional, hasta los mismos grancanarios quienes se han venido manifestando ávidos consumidores de esta nueva modalidad de turismo, denominado *turismo rural*.

La oferta de *turismo rural* de Gran Canaria se encuentra repartida por toda la geografía de la isla, si bien cada uno de sus veintiún municipios tiene su propia personalidad en cuanto a tradiciones, riqueza natural, paisajística y económica, por lo que las posibilidades de *turismo rural* en la misma, tiene una amplia variedad a disposición del turista que elija esta modalidad para su disfrute vacacional.

Al igual que en el resto del territorio nacional e insular español, la expansión de esta modalidad turística está ligada a esa corriente imparable, producto de una necesidad de las sociedades avanzadas de buscar otros entornos de descanso donde el turista del siglo XXI encuentre tranquilidad, quietud, encuentro con la naturaleza, conozca a los lugareños y se mezcle con ellos, descubra sus tradiciones y su cultura, visite los entornos arqueológicos y/o etnológicos, se siente incluso con los “lugareños” a jugar “una partida de dominó”, etc., como así está sucediendo en uno de estos pueblecitos del entorno rural isleño canario. Hoy, esta cultura rural, y todo el entorno rural, podríamos decir que está pasando por su propia *época renacentista*, algo así como su edad de oro. Nunca anteriormente tuvo tan alta consideración el mundo de *lo rural*, bien al contrario, sus oriundos, sólo por el hecho de proceder “del campo” ya estaban “etiquetados” como de ser algo así como ciudadanos de segunda clase en un mundo urbano que premia lo “in”, lo moderno, llegando casi a despreciar lo que procede de entornos campestres.

8. EL CASO DE LA ISLA DE GRAN CANARIA: UN CASO PRÁCTICO

En este siguiente apartado hemos querido llevar a cabo un pequeño trabajo de investigación utilizando para ello una muestra de los turistas que visitan los seis municipios de la isla Gran Canaria que en su totalidad representan un 6.0% de la población total de la isla que cuenta con 755.489 habitantes (ISTAC, 2000).

8.1. Objetivo general

El objetivo general de esta investigación es estudiar las principales características que comporta el turista que es atraído hacia esta modalidad de *turismo rural* en la isla de Gran Canaria.

8.2. Objetivos específicos

1. Explicar las razones de por qué estos turistas han elegido esta modalidad de *turismo rural*, cómo se han informado acerca del mismo, cuáles son sus impresiones tras disfrutar sus vacaciones en alojamientos rurales, con qué grado de satisfacción se marchan y si volverían al mismo lugar en el futuro.
2. Observar las preferencias de estos turistas en su selección final del lugar que han elegido para hacer *turismo rural*.
3. Observar cómo eligen disfrutar su estancia en el campo, si en total descanso, o disfrutando de la naturaleza y del clima, o mezclándose con los “lugareños”, o simplemente una combinación de estas tres alternativas.
4. Describir las características socio-económicas-educacionales que definen esta población turística que opta por el *turismo rural*.
5. Conocer más de cerca las opiniones del consumidor del *turismo rural*—el turista— tras sus vivencias experimentadas en los diferentes entornos vividos en relación con: calidad de servicios, vecindad, acogida, oferta cultural, recreativa, etc.

9. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Hemos utilizado la metodología cuantitativa selectiva (entrevista-cuestionario cerrado) con el fin de obtener de los turistas que disfrutaron de la modalidad del turismo rural sus puntos de vista relacionados con sus vivencias en el consumo de *turismo rural*.

La logística llevada a cabo en el proceso de contacto con nuestros informantes fue la siguiente: todos fueron seleccionados al azar. A algunos los pudimos entrevistar en los mismos alojamientos rurales en los que estaban disfrutando de sus vacaciones; a otros los entrevistamos en diferentes lugares de cada pueblo como cafeterías, bar-restaurantes, haciendo la compra en el supermercado y, finalmente, a otros, los entrevistamos con ocasión de algunas celebraciones culturales-lúdicas a las que asistimos con este fin, previo consentimiento por parte de los turistas que gustosos accedían a participar contestando el cuestionario de rigor.

Se administró el cuestionario en seis municipios de los veintiún ayuntamientos con los que cuenta esta isla de Gran Canaria. Se tuvo en cuenta la representación en el estudio de las diferentes zonas turístico-geográficas de la misma y es por eso por lo que seleccionamos dos de ellos, *Agüimes* e *Ingenio*, ubicados en la zona surcosta de la isla; a dos más, *Santa Brígida* y *Vega de San Mateo*, bordeando el centro de la isla: un quinto, *Valsequillo*, entre el interior y la cumbre de la isla, y el último, *Tejeda*, ubicado en la parte más alta de la isla, en las cumbres de Gran Canaria.

10. DISEÑO Y DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Como hemos explicado anteriormente, muchas han sido las limitaciones con las que nos hemos encontrado en la realización de este estudio exploratorio debido a la dificultad de obtener datos oficiales no sólo sobre la evolución de la utilización del *turismo rural*, sino también en cuanto al número exacto de camas oficiales, disponibles, por municipio, que comportaría el universo de nuestro estudio. Carentes de estos dos datos oficiales, hemos pedido dicha estadística a los diferentes municipios y no todos disponían de la misma, lo que nos obligó a conseguirla a través de algunas agencias centrales de reserva del *turismo rural*, a las que les estamos agradecidos. Al final hemos unido todas las camas disponibles oficiales¹ y ese será nuestro “universo” a efecto de este estudio.

ÁMBITO: la isla de Gran Canaria y dentro de ella los seis municipios que hemos considerado más representativos de la misma en esta modalidad de *turismo rural*, tanto por sus aspectos naturales y paisajísticos como por los de interés socio-económico, cultural, tradicional y recreativo con los que cuenta cada uno de estos municipios: Agüimes, Ingenio, Santa Brígida, Vega de San Mateo, Tejeda y Valsequillo.

UNIVERSO: las ciento cincuenta y cuatro camas oficiales de las que disponemos distribuidas entre los seis municipios, teniendo en cuenta las limitaciones en relación con la obtención de datos oficiales al respecto como ya hemos expuesto anteriormente.

1 Decimos “oficiales” al tener que ver con aquellos alojamientos que han obtenido “licencia” para ofertar dichos alojamientos al *turismo rural*. Conjuntamente con esta oferta existe otra, no oficializada y sí altamente disponible al *turismo rural* acerca del que no existe ningún tipo de estadística. Es por ello que nuestro “universo” refleja muy conservadoramente una cifra –154 camas correspondiente a los seis municipios– tremendamente baja, desde nuestros cálculos, comparada con la oferta no oficial que sí bien cuenta con lujosos y cómodos alojamientos –aun sin contar con licencia– cuentan con alto nivel de ocupación.

TAMAÑO DE LA MUESTRA: cincuenta y cinco turistas elegidos al azar en los seis municipios.

FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO: entre la primera semana de mayo y la última semana de junio de 2002.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN: tratamiento informático con el paquete estadístico SPSS.

11. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS CUANTITATIVOS

11.1. Perfil de los turistas que eligen la modalidad del *turismo rural* como forma de disfrutar sus vacaciones y días de descanso

Tabla 1.

Distribución de los turistas por municipios seleccionados

Municipios:		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Agüimes	10	18,2	18,2
	Ingenio	4	7,3	7,3
	Sta. Brígida	5	9,1	9,1
	Vega San Mateo	14	25,5	25,5
	Tejeda	16	29,1	29,1
	Valsequillo	6	10,9	10,9
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002.

Observamos en la tabla 1 la distribución, por municipio, de la muestra seleccionada de turistas y vemos cómo destacan, en proporción a la totalidad de la muestra, los municipios de *Agüimes*, (18.2%); *San Mateo* (25.5%) y *Tejeda* (29.1%) del total encuestado. Ello responde al proceso de desarrollo del *turismo rural* que, de mano del *desarrollo local*, propiciado por los programas de inversiones de la UE-LEADER I y II Y PRODER cada uno de estos Ayuntamientos ha venido llevando a cabo, a diferente ritmo, desde la década de los 90.

Tabla 2.

Distribución de la población turística en los seis municipios de turismo rural por sexo

Composición por sexo		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Hombre	32	58,2	58,2
	Mujer	23	41,8	41,8
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

En la tabla 2 podemos observar que del total de la muestra de los 55 turistas, el 58.2% son hombres y el 41.8% mujeres.

Tabla 3.

Distribución de la muestra de turistas por edad

Distribución por edad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Entre 10-20	1	1,8	1,8
	Entre 21-30	20	36,4	36,4
	Entre 31-40	23	41,8	41,8
	Entre 41-50	10	18,2	18,2
	Entre 51-60	1	1,8	1,8
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

En cuanto a la distribución por edad de los turistas estudiados, vemos en la tabla 3 cómo la gran mayoría de estos visitantes ronda las edades entre los 21 y los 50 años de edad, estando la edad tope, en el 41.8% de los casos, entre las edades de 31 y los 40 años de edad.

Tabla 4.

Distribución de la muestra de turistas por nivel académico

Distribución muestra por nivel académico		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Educación Primaria	11	20,0	20,0
	Educación Secundaria. y Form. Profesional	35	63,6	63,6
	Universidad	9	16,4	16,4
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

Basándonos en la observación de la tabla 4 que muestra la distribución de turistas por nivel académico, vemos cómo la gran mayoría de estos turistas poseen nivel educativo de Enseñanzas Medias, Secundaria y Formación Profesional.

Tabla 5.

Distribución de la muestra por lugar de trabajo

Distribución muestra por lugar de trabajo		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Administración Pública	17	30,9	30,9
	Empresa privada	28	50,9	50,9
	En otro sitio	9	16,4	16,4
	4	1	1,8	1,8
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

En la tabla 5 podemos observar que en relación con el lugar de trabajo la gran mayoría, el 50.9%, dice trabajar en la empresa privada, seguidos por los que trabajan en la Administración pública con un 30.9%, seguidos, a considerable distancia por los que afirman trabajar en “otros sitios” que alcanza el 16.4% del total.

Tabla 6.*Distribución de la muestra de turistas por lugar de procedencia*

Distribución de la muestra por lugar de procedencia		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Alemania	8	14,5	14,5
	Holanda	8	14,5	14,5
	Países nórdicos	4	7,3	7,3
	Ingleses	6	10,9	10,9
	Otras CC. AA.	9	16,4	16,4
	Resto Archipiélago	11	20,0	20,0
	Isla de G. Canaria	9	16,4	16,4
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

En cuanto a la distribución de turistas por lugar de procedencia observamos curiosamente en la tabla 6, que la mayoría de turistas procede del resto del Archipiélago con un (20.0%), seguido de inmediato y compartido este segundo nivel por turistas provenientes de otras Comunidades Autónomas (16.4%) y los oriundos de la isla de Gran Canaria (16.4%) y, en cuarto y quinto lugar, por igual, por alemanes, (14.5%) y holandeses (14.5%), luego ingleses con un 10.9% y, finalmente, nórdicos con un (7.3%).

Tabla 7.*Distribución de la muestra por fuentes de información utilizadas para obtener destino*

Distribución muestra por fuentes información para obtener destino		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Patronato Turismo Gran Canaria	3	5,5	5,5
	Internet	14	25,5	25,5
	Amigos	38	69,1	69,1
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

En relación con la distribución de la muestra por fuentes de información utilizadas para obtener destino en un lugar de turismo rural vemos cómo la tabla 7, nos muestra que la gran mayoría llega a estos destinos turísticos rurales a través de la más eficaz de las comunicaciones: “el boca a boca”, o a través de amigos en un 69.1% de los casos, seguido por Internet con un 25.5% y a través del Patronato de Turismo con un 5.5% de los casos.

Tabla 8.

Distribución por número de veces que han elegido el municipio para turismo rural

Distribución por veces que han elegido el municipio para turismo rural		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Es la primera vez	4	7,3	7,3
	La segunda	16	29,1	29,1
	La tercera	17	30,9	30,9
	La cuarta	17	30,9	30,9
	Más de cuatro veces	1	1,8	1,8
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

Observamos en la tabla 8, que el 30.9% de estos turistas han repetido destino por tercera y cuarta vez a porcentajes iguales, seguido de los que han repetido por segunda vez que alcanzan el (29.1%) de los casos. Ha elegido el lugar de turismo rural por primera vez un 7.3% y lo llevan eligiendo más de cuatro veces un 1.8%.

Tabla 9.*Distribución de la muestra por estación del año preferida para el turismo rural*

Distribución muestra por estación del año preferida		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Invierno	19	34,5	34,5
	Primavera	3	5,5	5,5
	Verano	1	1,8	1,8
	Otoño	4	7,3	7,3
	La estación no importa	17	30,9	30,9
	Durante las fiestas locales	11	20,0	20,0
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

En cuanto a la estación del año que preferiblemente desean los turistas para pasarse unas vacaciones en el campo, en el turismo rural, podemos observar en la tabla 9, que el porcentaje más alto, el 34.5%, se lo llevan aquellos turistas que han contestado que prefieren la estación del “invierno” para hacer *turismo rural*, nórdicos, etc., seguidos por lo que afirman que “la estación del año no importa” para tomar una decisión de ir a pasarse unos días de descanso en el campo, haciendo turismo rural, y éstos alcanzan el 30.9% de los turistas. A éstos les sigue aquéllos que hacen *turismo rural* teniendo en cuenta “las fiestas del lugar” y su porcentaje asciende al 20.0%, no siendo significativas el resto de las contestaciones, como se podrá observar.

Tabla 10.

Distribución de la muestra por razones de: contacto con la naturaleza

Distribución de la muestra por razones de: "contacto con la naturaleza"		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Tranquilidad y reposo	27	49,1	49,1
	Clima y paisaje	13	23,6	23,6
	Contacto con la naturaleza	15	27,3	27,3
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

En la tabla 10, observamos que un alto porcentaje, el 49.1%, elige el turismo rural por razones de "tranquilidad y reposo" seguido bastante atrás por un 27.3% que afirma elegirlo por razones de "contacto con la naturaleza" concluyendo con el 23.6% de aquéllos que dicen elegirlo por razones de "clima y paisaje".

Tabla 11.

Distribución de la muestra por razones de tipo cultural: cultura rural, tradiciones

Distribución por razones de: "Tipo cultural: cultura rural, tradiciones"		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Lugares aborígenes	2	3,6	3,6
	Folklor	1	1,8	1,8
	Costumbres tradicionales	17	30,9	30,9
	Hospitalidad de la gente	35	63,6	63,6
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

Observamos en la tabla 11, que la inmensa mayoría de la muestra de turistas, el 63.6%, ha elegido los respectivos municipios para pasarse sus vacaciones

haciendo turismo rural debido a la “hospitalidad de la gente” seguido bien atrás, por el 30.9% que afirma haberlo elegido por razones de sus “costumbres tradicionales”. Los otros dos ítems, por razones de los “lugares aborígenes”, un 3.6%, y por su folclor sólo un 1.8% no son representativos.

Tabla 12.

*Distribución muestra por razones de:
tipo familiar y de amigos y de vuelta al municipio de origen*

Distribución muestra por razones de: “Tipo familiar y de amigos” y “vuelta al Municipio de origen”		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Familiar y de amigos	45	81,8	81,8
	Vuelta al municipio de origen	10	18,2	18,2
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

La tabla 12, exhibe con toda contundencia que el 81.8% de los turistas tienen motivaciones para ir al municipio que entran dentro de las catalogadas como de “tipo familiar y de amigos” seguida por la respuesta del resto de los encuestados, el 18.2% que afirman elegir el turismo rural porque vuelven a su “municipio de origen”.

Tabla 13.

Percepción de nivel de aceptación por los lugareños que siente la muestra de turistas

Percepción de nivel de aceptación por los lugareños		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Se siente bien recibido por la gente del municipio	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

Observamos en la tabla 13 la total unanimidad de la muestra de turistas en afirmar en un (100%) de los casos que se sienten bien recibidos por los lugareños.

Tabla 14.

Distribución de la muestra por nivel de participación en actividades festivas y culturales del municipio

Distribución por nivel de participación en actividades culturales en el Municipio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Si participa	34	61,8	61,8
	No participa	21	38,2	38,2
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

Observando la tabla 14, detectamos que un alto porcentaje de la muestra, un 61.8% de la muestra “si participa” en actividades culturales del municipio en contraposición con el 38.2% que dice “no participar” en las mismas.

Tabla 15.

Distribución de la muestra por nivel de satisfacción experiencia vivida en el entorno rural

Distribución muestra por nivel satisfacción experiencia vivida en turismo rural		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Muy alta	42	76,4	76,4
	Alta	13	23,6	23,6
	Total	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

El nivel de satisfacción de la muestra queda reflejado al observar la tabla 15 en la que el 76.4% de los turistas dicen sentir un nivel de satisfacción que ellos califican de “muy alto” al finalizar su tiempo vacacional haciendo turismo rural en el

campo, al tiempo que el resto, el 23.6%, afirma que su nivel de satisfacción es “alto”.

Tabla 16.

Distribución de la muestra por intención de volver a hacer turismo rural en el mismo municipio en futuras ocasiones que se presenten

Distribución por intención de volver a hacer turismo rural en mismo municipio		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Volvería al mismo municipio	55	100,0	100,0

Fuente. Encuesta a turistas, usuarios del turismo rural en estos municipios, mayo-julio, 2002

Y, finalmente, observando la tabla 16, o la última pregunta formulada a los turistas encuestados éstos contestan con un 100% de positividad que su intención es “volver” al mismo municipio a hacer turismo rural en futuras ocasiones que se presenten.

12. CONCLUSIONES

Son muchas las consideraciones, en tono de reflexión que se podrían hacer a raíz de este modesto trabajo de investigación. A continuación exponemos algunas de ellas, a modo de conclusión.

1. Efectivamente, la hipótesis de este estudio se confirma: los turistas, usuarios del *turismo rural* en los municipios de Gran Canaria de *Agüimes, Ingenio, Santa Brígida, Vega de San Mateo, Tejeda y Valsequillo*, no son en absoluto pasivos. Manifiestan sus deseos, se mezclan bastante con los “lugareños” y se sienten muy libres de expresar lo que sienten acerca del entorno rural donde han pasado un periodo vacacional. Los resultados de esta investigación así lo atestiguan.
2. Elegimos llevar a cabo este estudio en los seis municipios grancanarios arriba mencionados porque desde nuestra perspectiva éstos son los entornos que más interés despiertan cara al *turismo rural*, al margen de que son entornos que por sus características naturales, de clima, de paisajes, de idiosincrasia y de factores socio-económicos y culturales mejor representan los valores que trata de potenciar la filosofía desarrollada por la Unión Europea alrededor del *desarrollo*

local y del *turismo rural*. Estos factores han sido la base de nuestro estudio cuyos objetivos así los presupone.

3. Contestando al primer objetivo específico de este estudio, decir que los turistas en él representados eligieron estos respectivos municipios exactamente por estas características. La solera y atractiva personalidad de estos pueblos que con ayudas económicas de la Unión Europea, en conjunción con la gestión llevada a cabo por las respectivas autoridades autonómicas, insulares y locales, están contribuyendo a que surjan con mayor esplendor y sigan atrayendo, de forma lenta pero segura, un *turismo rural* cada vez más visible en nuestros campos grancanarios.
4. El perfil socio-económico de este turista que estamos recibiendo en nuestros campos grancanarios responde a las siguientes características, tal como las vemos reflejadas en las tablas 2, 3 y 4 del estudio. En un 58.2% son hombres y en un 41.8% mujeres entre las edades de 20 y 50 años de edad. Cuentan, en su gran mayoría, en un 63.6% con estudios de grado medio y en un 16.4% superiores. Trabajan, mayoritariamente en la empresa privada y proceden, en este orden de concurrencia de los siguientes lugares de origen: (a) restos del Archipiélago en un 20.0% de los casos; (b) isla de Gran Canaria y de otras comunidades autónomas en igual proporción, esto es, en un 16.4% cada uno; (c) alemanes y holandeses, también en igual proporción, es decir, en un 14.5% cada uno; (d) ingleses en un 10.9% de los casos, y finalmente, (e) los países nórdicos en un 7.3%. Estos datos están reflejados en la tabla 6.
5. Tal como se comenta en el apartado anterior, los datos demuestran que el turismo rural se está surtiendo, en primer lugar, de los turistas provenientes de nuestro mismo Archipiélago Canario, de nuestra isla de Gran Canaria, otras comunidades autónomas y luego de alemanes, holandeses, ingleses y nórdicos. Ello explica el porqué en un total conjunto de un 40.9% expresen su interés en venir durante “las fiestas locales” y en “no importarles la estación del año” para venir, como se ve en la tabla 9. Eso sí, para la mayoría del resto de los turistas que estarían formados por alemanes, holandeses, ingleses y nórdicos en un 34.5% de los casos, como se ve en la misma tabla, éstos eligen la estación del invierno como la más propicia para ellos. Esto es comprensible dadas las bajas temperaturas que en sus respectivos lugares de origen experimentan estos turistas durante esa época invernal. También es importante puntualizar, y esto queda reflejado en la tabla 12, que un porcentaje nada despreciable de los turistas representados en el estudio, eligen estos municipios para sus vacaciones dado que vuelven a su lugar de origen.
6. En relación con otro de los objetivos del estudio, comentar que estos turistas descubrieron sus respectivos lugares de *turismo rural* donde han pasado unas vacaciones placenteras, a través de amigos, en un 69.1% y a través de Internet en un 25.5%, como vemos en la tabla 7. Vemos también en la tabla 8 cómo ya

tenemos un alto porcentaje de turistas, un 30.9% que han venido ya por tercera y cuarta vez al mismo municipio y que, a juzgar por lo que manifiestan en la tabla 15, su satisfacción expresada por un 76.4% de la muestra, relacionada con la experiencia vivida durante su período vacacional en estos entornos es muy alta.

7. El estudio también refleja el alto nivel de aceptación de los turistas por parte de los “lugareños”, que llega a un 100% de los casos, como así lo vemos reflejado en la tabla 13 del estudio. En todas las entrevistas mantenidas con las autoridades municipales, previa administración del cuestionario cerrado a los turistas, nos comentaban, con gran satisfacción por su parte, acerca del alto grado de aceptación con el que veían que los “lugareños” recibían a los turistas. Hasta tal nivel es esto una realidad que en un caso concreto nos comentaban cómo, al caer la tarde los turistas holandeses que estaban en ese momento en ese municipio concreto pasando sus vacaciones, se iban al bar del pueblo a reunirse con un grupo de señores del pueblo de toda la vida, a quienes les encanta echarse su partidita de dominó, para reunirse con ellos y así jugar juntos al dominó, al margen de que el español de los holandeses fuese más o menos entendible. La tabla 11 también muestra un dato muy importante relacionado con el objetivo nº 1 del estudio y es que, entre las razones que los turistas expresan como motivación en la selección de los respectivos municipios, el de la “hospitalidad de la gente” eleva la respuesta positiva de los turistas hasta un 63.6% de los casos. En esta misma tabla 11 hay otro dato digno de mención y es que los turistas también se han visto atraídos, además de por la hospitalidad de la gente, por “las costumbres tradicionales” hasta en un 30.9% de los casos.
8. Abundando en lo dicho en el apartado anterior, comentar como, a pesar de que efectivamente el tipo de turista que elige la modalidad de *turismo rural* lo hace en gran medida porque valora los aspectos de “tranquilidad y reposo” 49.1%; “contacto con la naturaleza”, 27.3% y “clima y paisaje” 23.6% (todo esto reflejado en la tabla 10), pero que no es menos verdad que también les encanta participar en las actividades culturales y otras del municipio, como así lo expresa el 61.8%, como lo muestra la tabla 14.
9. No menos importante es el dato que nos dan los turistas en la última de las preguntas que les formulamos, reflejada en la tabla 16 y que tiene que ver con la intención de volver al mismo lugar a disfrutar otras vacaciones o días de descanso. Esto lo han contestado todos afirmativamente al 100%. Sin duda, este dato servirá de gran estímulo a las autoridades municipales de todos y cada uno de los seis municipios pues deja claro que lo que hasta ahora han venido realizando en sus respectivas municipalidades en relación con la población turística que se aloja en ellas, lo han venido haciendo bien.

10. Creemos que cara al futuro, todo lo que tenga que ver con la potenciación de los enclaves culturales, tradicionales, recreativos y paisajísticos del municipio al igual que con la dinamización de sus aspectos económicos vía potenciación de su artesanía autóctona, folclor, etc., redundará en bienestar para el mismo pueblo contribuyendo así a su *sostenibilidad* al estarse conjugando los dos factores claves de las inversiones de la Unión Europea, esto es: el *desarrollo local* y el *turismo rural*.
11. Todo ello redundará en un creciente aumento del turismo rural, ya que a juzgar por los datos contundentes de este modesto estudio, todo apunta a que los turistas que han experimentado ya sus vivencias con el *turismo rural* en Gran Canaria, vuelven a probar de nuevo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BIGNÉ, J. E. *et al.* (1995). Las Agencias de Viaje: factores de Calidad e Implicaciones de Marketing. En *Actas Economía de los Servicios: V Congreso Nacional de Economía*. Las Palmas de Gran Canaria: Pérez Galdós.
- CASTELLANO y MACÍAS, F. J. (1993). *Historia de Canarias*. Las Palmas de Gran Canaria: Centro Insular de la Cultura Canaria.
- HERRERA PIQUÉ, A. (1978). *La Ciudad de Las Palmas: Noticias Históricas de su Urbanización*. Las Palmas de Gran Canaria: Romero.
- ISTAC (INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA) (1995-2000). Estadísticas de la Comunidad Autónoma de Canarias. Las Palmas de Gran Canaria: Gobierno de Canarias.
- ORTIZ, A. (1996). *Orientaciones para un desarrollo turístico sostenible con base en el turismo rural*. Tesis doctoral, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria: Master Internacional de Turismo.
- PAGE, S. J. y GETZ, D. (1997). *The business of rural tourism: International perspectives*. Boston: Thompson Business Press.
- LA PROVINCIA (1995). Apartado de Turismo. 24 de noviembre.
- RAMOS, J. M. (1995). Los intelectuales de Juan Marichal. *La Provincia*, Dominical 3 de diciembre.
- S. G. C. (2002). Turismo rural: un turismo diferente. *Anarda*, 45, 11- 12
- SHARPLEY, R, y TELFER, D. J. (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Australia: Footprint Books.