

CAPITULO 6. EL PRODUCTO: CALIDAD Y EXPERIENCIA DE TURISMO RURAL

Tal y como se ha indicado, las plazas de turismo rural pasaron de 30.000 a 85.000 entre 1998 y 2005. El papel que desarrolla esta creciente oferta en el conjunto del sector turístico español es el punto de partida de este capítulo. Una oferta que está estructurada en términos de una visión competitiva y consumista del mundo en el cual actúan las empresas y los empresarios. Visión que ha transformado todos los medios de comunicación y sus contenidos en oportunidades de vender ideas, valores, productos, esto es, la oferta ha transformado los medios de comunicación en medios de socialización por los que los actores sociales aprenden lo que quieren. Y, así, se nos dice, por parte de nuestros informantes, que para la sostenibilidad económica de las casas rurales lo que falta es “más publicidad”, “gastar más dinero en promoción”, “hacer estudios de marketing”.

“Lo normal sería que un patrimonio muy rico, porque tenemos un patrimonio muy rico, trajese el turismo. Actualmente el tema está al revés, nosotros somos los que traemos a los clientes al patrimonio cultural. Yo sé que a Cal Janot los lleva en coche hasta Poblet. Yo no lo veo bien, pero les digo: tenéis la ruta de los castillos del Gaià, la ruta de las bodegas modernistas, la ruta de los monasterios del Císter, la ruta medieval, la del valle del río Corb, las montañas de Prades, el valle del río Brugent, Guimerà, Tàrraga... Les vas diciendo todo el abanico de cosas que tienen y ellos lo descubren, cuando debería ser al revés: que la gente viniese aquí atraídos por el tema que sea. El otro día oí que promocionaban los castillos del Gaià en la tele. Nosotros traemos al cliente a todo esto, y ya nos hemos procurado de conocerlo, para hacer que el cliente que esté dos o tres días tenga opciones para hacer” [E35].

Por otra parte, en este capítulo analizamos, por un lado, si nuestros informantes apuestan decididamente por ofertar un producto de calidad, y más cuando se afirma, precipitadamente, que la fidelización del cliente se ha de apoyar en la calidad del producto y que la competencia en los mercados turísticos se sostiene, en la actualidad, en un turismo menos masivo y de mayor calidad. Por otro, analizamos la implicación de los agentes propietarios de las casas rurales en el mantenimiento del valor del territorio, del patrimonio y de los activos existentes de acuerdo con la capacidad de carga del destino turístico, y que es imprescindible, si nos guiamos por la literatura, tanto para configurar una oferta sostenible como la experiencia buscada por los visitantes. Pero si nos atenemos a los resultados del capítulo anterior, la rentabilidad económica de los negocios de turismo rural resulta decreciente, de manera que se argumenta que a efectos de reducir este resultado se debería optar por incrementar la

mercantilización de este nuevo turismo vinculado al medio natural y rural es un factor que acentuaría la rentabilidad de los negocios y la obtención de mayores márgenes de beneficio. Mercantilización que acentuaría la rentabilidad de los negocios.

“... Y lo que nos cuesta, y esto lo valoran más los extranjeros que nosotros, que calidad no es tener unos muebles lujosos, o un jacuzzi en la habitación, sino que es calidad en el trato, en la comida, en el cuidado, en el entorno. Yo pienso que la única opción que tenemos los del turismo rural es optar por la calidad. Calidad muy amplia, ¿eh?. No que para servir un plato tenga que ir con corbata... P.- Y desde aquí, de la masía, ¿están apostando? R.- Sí, des del primer día, apostamos por la calidad en general pero sobre todo por la medioambiental. Yo empecé la tramitación para tener la “Q” de calidad y me retiré. Los 4 de la Conca que lo intentamos, nos retiramos” [E34].

“CS: Es horroroso, están los cubos de basura que todo el mundo se equivoca, porque está un poco estropeado el portal, bueno ya lo digo yo, todo el mundo se equivoca, la parcela que hay al lado una grúa, sólo lleva tres años así, ¡eh! O sea hemos dicho que por favor planten árboles, pongan algo... la gasolinera, es que, es que... todo el mundo dice esto, encuesta de satisfacción dice, lástima que esté tan cerca de la carretera y el entorno. Un hombre me decía es que yo salir y encontrarme cada vez con la Repsol qué quieres que te diga, yo me he ido de Barcelona para huir... pero claro con esto no se puede hacer nada” [CERT4].

“P.- Y las certificaciones de calidad ... R.- A ver, me llamaron por esta Q, y una chica que también tiene una casa rural y forma parte de la junta, a ella le dieron la Q. Pero resulta que sólo lo quiso ser el primer año, porque te piden tantas y tantas cosas que te ahogan. Y me decía que no le aporta nada, por tener un anagrama colgado. El público no lo conoce. Y has de llevar una contabilidad estricta, si se ha roto una bombilla has de apuntar que pones otra nueva... No veo tanto la necesidad. P.- ¿Y están muy implantadas? R.- No. P.- ¿Qué tanto por ciento, más o menos? R.- El día que nos reunimos, que éramos bastantes, quizás la podrían tener 1 o 2 personas, y debíamos ser 10 mínimo. P.- ¿Y con las ISO? R.- Éstas ni las conozco, yo” [E10].

6.1. De la satisfacción del cliente a la satisfacción con los clientes.

Si creemos a nuestros informantes, la satisfacción de los clientes es elevada y raramente se producen quejas o reclamaciones. Al estar la experiencia turística rural en la fase de institucionalización y estandarización, los informantes indican que es difícil que los clientes “salgan insatisfechos de aquí, muy mal lo tienes que hacer”.

“R.- Yo siempre defenderé mi negocio y te diré que sí, pero si hacemos caso de lo que dicen los comentarios tanto de la encuesta que hicimos, como de comentarios que se publican a través de internet, todos son positivos y nos elevan, ¿no?” [E04].

“La gente la valora bien, la gente; la curiosidad de esto es que la gente vuelve, quiero decir que siempre son más o menos los mismos clientes, que repiten, o por ejemplo que vienen dos parejas, y después aquella otra pareja, una de las dos viene con otros y siempre así” [E01].

“P.- El establecimiento que dirige ¿tiene un nivel de calidad que responde a las expectativas de los clientes? Es decir, ¿cuando llegan los clientes se encuentran en un buen lugar? R.- Sí, sí, incluso pues han venido que han dicho para quedarse una noche, ¿no?, y cuando están aquí nos dicen si es posible quedarse una noche más, y si no hay nadie al día siguiente pues les digo que sí, ¿no? Entonces, una dice: Pues, es que ya le diré hemos estado muy bien, dice

bien, ya le diré la verdad, mejor que en casa. Quiero decir que... P.- Se encuentran a gusto. R.- Se encuentran a gusto y bien” [E13].

“ P.- Vale, pues pasemos al bloque sobre calidad y empresa. ¿Cómo valora la calidad en el sector y en la propia casa? R.- Nosotros estamos muy contentos de nuestra calidad. Nosotros hemos visitado unas cuantas casas de turismo rural. Yo he visitado muchas, porque en este negocio hay que mirar cómo funcionan las casas, y hay casas rurales muy bien montadas, y hay chiringuitos. Y considero que nosotros no nos podemos quejar de las casas que tenemos y de los servicios que ofrecemos, servicios directos. No hablo de los indirectos, bicicletas, un 4x4 para llevarlos a la montaña, no. P.- O sea, que considera que sus casas están en la parte alta. R.- Sí. A ver, no te puedo decir que toda la clientela se vaya contenta, porque siempre hay alguno con quien has fallado y que se va descontento, pero lo que te diría es que la gente se va contenta, incluso habiendo problemas. Nosotros ahora hemos tenido un problema con el depósito de la fosa séptica. Pero no es un problema nuestro, las cosas se estropean. Y esto los clientes lo han entendido que se han puesto soluciones. Y cuando hay soluciones, la gente se olvida del problema y ve que hay una dedicación. Sí que durante aquel momento ha habido tensión porque la gente está de vacaciones y no quiere problemas, pero nada más” [E19-20-21].

Por otra parte, al tratarse de un sector con baja facturación es frecuente que los propietarios que poseen una imagen idealizada de sus clientes, definida subjetivamente como media-alta, impongan condiciones particulares en el alojamiento. Asimismo alertan a los clientes sobre las carencias de su establecimiento antes de formalizar la reserva (proximidad de infraestructuras, ausencia de piscina, etcétera).

“P.- ¿Y qué características tienen los clientes? R.- Hay de dos tipos: matrimonios jóvenes de unos 40 a 45 años con criaturas, o el grupo de amigos entre 30 y 35 años que no están casados y vienen con sus parejas. Y de vez en cuando, alguna despedida de soltero. P.- Vale, ¿y la categoría social? R.- Medio o medio-alto. P.- ¿Y de dónde proceden? R.- De todas partes. Zona centro-norte de España, de Madrid y Valencia hacia arriba. Y aquí en Cataluña, de Barcelona. Hay muchos catalanes” [E19-20-21].

La satisfacción del cliente se debe a que se opta por una rentabilidad bajo fórmulas “catch-all” (*cojelo-todo*), principalmente durante los primeros periodos de actividad ante la debil facturación que se ha de soportar durante en un contexto de gran estacionalidad, pero también es una práctica habitual en aquellos establecimientos que se encuentran en situación de irregularidad.

“P.- Y estos procesos hacia la calidad, ¿hay conflictos entre casas rurales y administraciones? ¿Hay algún desacuerdo? R.- A ver, aquí cada uno va a la suya, pero si por el bien, adelante. Porque hay una segunda parte, que aquí nosotros lo tenemos todo en ley. Y miraremos si se puede hacer alguna cosa, porque los de la Conca de Barberá estan luchando por las casas que se han creado de turismo rural que no tienen ningún tipo de permiso. Nosotros pagamos impuestos, y hay muchas de ilegales. Y como que el turismo rural, se mueve el 95% por internet, cuando haces una reserva no puedes preguntar si eres legal o no. ¿Me entiendes? Y estamos trabajando tanto las casas legales como las ilegales, y ellas tienen unos beneficios totalmente limpios. P.- ¿Tienen una casa y la explotan? R.- Exacto, muchas y muchas. Y se ha de luchar, no porque estés en contra de aquella casa, sino porque todos somos blancos o todos somos negros” [E10].

Ahora bien, las malas experiencias vinculadas a la política “catch-all” conducen progresivamente a especializarse en un “segmento muy delicado y reducido de clientes” de turismo rural. Y es que a medida que los establecimientos se afianzan en el sector, la especialización se implementa por medio de la selección de los clientes.

“Mucha gente no encuentra lo que buscaban porque las fotos engañan, y esto va en contra del turismo rural. R.- Y también van bastante mal orientados, porque mucha gente de aquí la comarca se piensan que turismo rural es turismo económico, y no es así. La gente piensa que somos pobres payeses que no sabemos nada y vienen a aprovecharse. R1.- La profesionalidad la has de marcar tú. R.- Pero los clientes que tienen una cierta cultura, que son los que vienen aquí, esta concepción no la tienen. Si alguna vez nos ha venido algún cliente de éstos que se piensan que somos el payés y la payesa y que por cuatro duros se pondrán 15 en un apartamento de 6... Y les decimos que no” [E37-38-39].

“Yo diría que la calidad deja mucho que desear, bajísima, bajísima, bajísima, bajísima, empezando que la mayoría son empresarios que han aprovechado las subvenciones para hacer este tipo de negocio, y que lo único que quieren es que se les pague la estructura, no son gente que se dedique a esto. P.- ¿Cómo valora el impacto de la temporalidad en la calidad del servicio? R.- La temporalidad es nefasta. La temporalidad nos obliga a tener unas estructuras empresariales, sería mi caso, yo tengo una trabajadora fija, porque los fines de semana lleno, ¿no? Y es una buena lógica para la estructura de mi empresa, yo dando unos servicios de desayuno, almuerzo y cena, si yo en vez que sólo tengo dos días a la semana que trabajo, esto lo tuviésemos 2 días, no tendría uno sólo, tendría dos trabajadores” [E52].

“Cómo valora la calidad del sector y la de su empresa? Ahora hablamos en todo momento de calidad. R.- La calidad? P.- La del sector y la de su empresa? R.- Del sector? La de los demás no la sé, pero, yo puedo hablar por lo que los clientes me han dicho a mi, y por lo que en su día el inspector de comercio y turismo vino, no?, y me dijo que yo debería estar en una gamma alta, media alta, por cómo es mi empresa” [E15].

A fin de sistematizar la información relativa a los clientes y las vías de satisfacción, hemos detectado las siguientes tres tipologías: parejas sin niños, familias amplias, y grupos de amigos.

“¿Y qué características tienen los clientes? R.- Tenemos dos tipos. Lo que son matrimonios sobre la trentena con crios pequeños, que es el tipo de cliente que nos gusta tener y que aquí están muy a gusto porque tienen espacio para que los niños corran. Y después tenemos familias que son muchos, se encuentran por días señalados, y se encuentran aquí, y este tipo de clientes también nos gusta mucho tenerlo. Después hay otro grupo que son gente joven que buscan un sitio para pasar el fin de semana, y aquí somos más cautelosos, porque a veces se desmarcan” [E011].

“¿Qué características poseen los clientes que optan por el turismo rural? R.- Muy variados, muy variados; porque igual te vienen familias, que te vienen grupos de amigos, que igual parejas solas, es muy variada la cosa; jóvenes, mayores, de todas las edades” [E14].

Las parejas sin niños son el segmento de mercado al cual se dirige mayoritariamente la oferta de los alojamientos rurales independientes del modelo

“bed&breakfast”. Estos establecimientos encuentran entre su clientela fundamentalmente a parejas jóvenes entre 20 a 30 años. Para estos clientes, los ARIs constituyen una fórmula de alojamiento con escasa diferenciación respecto a los hoteles rurales, si bien les permite una mayor independencia y contar con servicios comunes. Se trata de parejas que prácticamente “no dan trabajo”, y que permiten a los propietarios poder dedicarse a otras actividades distintas al turismo rural.

“¿Y las características de los clientes ? R.- Suelen ser parejas con sus niños. O familias o amigos. Son dos apartamentos, y lo alquilamos todo. A veces vienen cuatro parejas y se quedan los dos apartamentos a la vez. P.- ¿Y las edades ? R.- A ver, entre 20 y pico y 30 y pico. P.- ¿Y la procedencia ? R.- Muchos de Barcelona, algunos de Madrid, y en verano de Inglaterra, ahora tenemos unos de Nueva York. P.- ¿Y los servicios que ofrecen a los clientes ? R.- A ver, básicamente el alojamiento. Les ofrecemos información de la zona, guías, mapas, y les explicamos las posibles rutas. R.- Y entonces tienen autonomía. R.- Sí, no los guiamos, no los acompañamos” [E04].

Las familias con niños suponen un problema en los ARIs que alquilan varias habitaciones en tanto que alteran la “paz y el sosiego”. Por el contrario, otra parte de los propietarios, la más profesionalizada y en casas compartidas, no sólo acepta niños sino que considera las familias su segmento de mercado más interesante. Además, son conscientes del elevado gasto familiar que supone el alojamiento de familias completas, especialmente las numerosas, en apartamentos de la costa o en el sector hotelero convencional.

“Normalmente son urbanitas de clase media, y que, normalmente un porcentaje bastante importante traen crios, quiero decir, que en nuestra casa, el 60 o 70% traen crios, quizás también es debido a que hay muchas casas que cuando les dices que van con crios te dicen que están llenas, que no los aceptan. Y la persona en sí, son normalmente muchos funcionarios, y la otra persona, son gente que trabaja en empresas de cierto reconocimiento, que ves que son de clase media, media alta, y que yo estoy plenamente convencido que vienen a estos establecimientos porque los crios se sienten mucho menos controlados, que en un hotel, porque no hay las mismas rigideces, después los precios no son caros, y nada más” [E52].

Los grupos de amigos constituyen un segmento de mercado mal valorado por los propietarios. Especialmente cuando se trata de jóvenes. Estos clientes se asocian, por ejemplo, a despedidas de solteros. Ello supone que teniendo en cuenta el elevado peso de las estrategias patrimonialistas en, por ejemplo, los ARIs, se tema por el cuidado de las instalaciones y que, por tanto resultan incompatibles con la máxima de “paz y tranquilidad”, que no es tanto una aspiración del cliente, sino que también, como vemos, lo es de los propietarios, tanto en los ARIs como en las casas compartidas.

“R.- Es lo que te digo. Si tú en un escrito puedes dar a entender la manera de pensar... Claro, habrá algún despistado, como aquellos del karaoke. Pero la mayoría vienen a estar tranquilos,

leer un libro, pasear... ¿Qué esto podría estar más, o menos cuidado? Claro. Pero no se quejan de que no haya jacuzzi... Aquella casa de turismo rural de diseño, parece que estuviese en un museo” [E07].

El punto en común de los clientes es su procedencia geográfica: las grandes aglomeraciones urbanas de Barcelona, Madrid, País Vasco, Valencia, etcétera. También existe un porcentaje elevado de clientes extranjeros, fundamentalmente europeos (Francia y Norte de Europa) y, anecdóticamente norteamericanos y australianos. La especialización de algunos establecimientos conduce a la preferencia por los clientes extranjeros, debido a que su periodo de estancia es significativamente superior a la de los españoles. Nuestros informantes identifican a estos clientes como profesionalmente situados, incluyendo a funcionarios y empleados de grandes empresas con un poder adquisitivo relativamente elevado.

“¿Y qué características poseen los clientes que optan por el turismo rural ? ¿Cómo son ? R.- Pues... Son gente que buscan tranquilidad más que nada, porque en un pueblo pequeño, ya se sabe, ¿no? Y disfrutar de la naturaleza que hay aquí, que es bonito el lugar, hay sitios muy majos para visitar. P.- Muy bien, y ¿de dónde proceden sus clientes ? R.- Pues bien, han venido de todos sitios, han venido de Valencia, han venido de los Pirineos, de la provincia de Barcelona, de Tarragona, de Reus, y hemos tenido holandeses, ingleses, no, ingleses no, alemanes” [E13].

“Los nuestros, son clientes que tampoco no les interesa tampoco excursiones brutales. Pero si buenos paseos. La gente va buscando un poco eso, cosas suaves pero en contacto con la naturaleza. No una cosa muy agresiva sino una cosa muy natural. Y tranquilidad y dejar el coche. La gente yo lo que veo cuando salen es que van a sitios excesivamente masificados. Salen de Barcelona, pero es que llegan a Castellar de Hug y es que no pueden aparcar el coche. Y esto sí que es lamentable, es muy lamentable. Entonces te dicen, mira, he ido a Castellà de Hug pero es que no podía aparcar el coche. Y estos son medidas que se han de aplicar... El cliente te dice, mira yo aparco el coche aquí que hay aparcamiento y el domingo ya lo cogeré y me quedo aquí. Claro, se va buscando eso... una cierta comodidad... buenos aparcamientos, buenos accesos, no hagas ir a la gente por caminos de cabras... la gente lo ve así al menos es lo que percibo del cliente cuando sale fuera. Colas a los restaurantes, ¡ni hablar! Eso ya lo haremos en Barcelona, ya te lo dicen... claro... para hacerme ir a la Poble del illet para ir a comer... y que me tenga que esperar hasta las 16.00 para tener mesa y que después a las 17.00 ya me digan que cierran el restaurante... no... y eso defrauda mucho... estoy hablando ahora en términos de servicios turísticos y... o ir al museo y encontrárselo cerrado porque yo qué se... porque el que abre la puerta no está... cosas de éstas que suelen pasar... pero esto defrauda mucho a la gente... y la gente quiere no defraudarse... que sepas a lo que vas. Y que haya un cierto confort... Dice que al cliente no le gustan ni los peligros (cita los jabalis) ni perderse... “es muy desagradable perderse y hay que evitar esta experiencia al cliente”. Quieren caminos marcados y claros. Él está invirtiendo mucho en cuidar la finca (bosques) para que esto sea posible. [CERT2].

“P.- Bien. ¿Qué características tienen sus clientes? R.- Son muy majos. Son gente muy tranquila. Quieren visitar la zona, ir en bicicleta, mirar monumentos antiguos. Visitar cavas y bodegas... De un nivel cultural muy majo. P.- ¿Y a nivel económico? R.- Variado, medio. P.- ¿Y cómo vienen?, ¿en familia? R.- Familias y parejas. P.- ¿Y de dónde provienen? R.- La mayoría que tenemos son alemanes. P.- ¿Influye su origen? R.- Hombre sí, conocemos mucha gente en Alemania que viene. P.- ¿Puede describir un poco los servicios que ofrecen” [E08].

El principal medio de captación de los clientes es a través de Internet y el “boca a boca”. De este modo, el mercado turístico rural constituye un mercado en el

que los touroperadores tradicionales tienen poca implantación. Tras una consulta a las principales páginas web sobre turismo rural, los potenciales clientes llaman directamente a los propietarios de las casas para acabar de conocer las características y realizar la reserva. El negocio de turismo rural nace y se expande en España a la misma vez que Internet, hecho que ha condicionado, junto a la reducción de costes de transacción, al evitar las agencias de intermediación, que éste sea el principal medio de relación entre oferta y demanda. A su vez, internet provee de nuevas formas de control y seguimiento de los clientes, a través, por ejemplo, de las impresiones que sobre las casas rurales los clientes publican en los foros de las citadas páginas web.

“P.- ¿La mayoría de gente se informa por internet? R.- A ver, muchos lo encuentran por internet y entonces llaman y se acaban de informar. Menos los que vienen del extranjero, que hay unos intermediarios que hacen el trabajo. P.- ¿Y los aspectos clave para ir sobreviviendo? R.- No lo sé, un poco el lugar, que no es demasiado conocido y hay gente que quiere venir a conocerlo y en busca de tranquilidad, y ofrecer calidad. Y el precio también es bastante asequible” [E04].

“P.- Porque la mayoría de clientes se deben informar por internet? R.- Si, aunque también tiene mucha importancia la guía de la Generalitat, que está hecha mal, pero bueno... Porque hasta ahora no estaban las fotos. Y veo que la gente llama, pero sobre todo internet, y después de un año, de boca a boca” [E09].

Estas nuevas fórmulas de captación de clientes son clave en tanto que conjugan la mayor autonomía de los clientes y se adaptan al abandono de los paquetes de viajes organizados por touroperadores. El cliente consulta la web, donde encuentra la oferta de turismo rural, la descripción, fotografías y el cliente se pone en contacto telefónico directo o vía correo electrónico con el propietario de la casa rural. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación resultan, pues, un elemento clave en las relaciones con los clientes. No obstante, se produce la paradoja de que los establecimientos rurales poseen condiciones deficientes de acceso a la red y en muchos casos no existe acceso por el escaso desarrollo de la banda ancha en el medio rural. Este hecho hace que sea poco viable la imagen del propietario rural gestionando su establecimiento desde el propio establecimiento y nos remite nuevamente a la conexión rural-urbana. Dedicarse en exclusiva al negocio supondría un cambio radical del modelo de negocio, aumentando los servicios, especialmente en restauración.

“R.- A ver sólo hace cuatro años. No sé si la haría, porque ya te digo que están creciendo como setas y... no lo sé, pero supongo que sí que la volvería a hacer. Porque si no hacía esto, tendríamos que vender la casa, tendríamos que hacer alguna cosa, o caería, o tendríamos que hacer algo, entonces... P.- Claro, entonces se decide optar por esta opción. R.- Exacto. P.- Dice : ¿Cómo valoraría la posibilidad de sobrevivir como empresa dentro de este sector del

turismo rural ? R.- ¿Qué quiere decir para sobrevivir ? ¿Vivir sólo de esto ? P.- Sí, si se puede vivir, sí. R.- A ver. Si quieres sobrevivir de esto, debería de ser de otra manera. Aceptar hacer comida más para todo el mundo, no como ahora que te limitan sólo puedes hacer comida para la gente que tienes en la casa, esto como casa de payés te limitan, sólo puedes hacer comida a los que tienes, 15 plazas, no te dejan crear más plazas, y entonces también, te limitan, y si sólo tienes 15 plazas, y esto sólo funciona de fin de semana. P.- ¡Ah ! ¿sólo funciona de fin de semana ? R.- Sí, porque a ver, durante la semana quién tienes ? ¿Quién te viene ? La gente sale el fin de semana ; suerte que tenemos estos holandeses que normalmente nos vienen durante la semana, lo que pasa es que este año ha habido un bajón en picado, ¿en picado! P.- Vaya. Y dice el suyo, bien como, ¿cuáles son los aspectos clave para poder ser competitivos dentro de este sector del turismo rural ? Es decir, cómo...” [E14].

6.2. Percepción sobre la calidad del sector

Hemos detectado que los criterios de calidad los establece el propietario de acuerdo con la imagen que tiene de los clientes, aunque esta imagen resulta ser negativa ya que los clientes en muchas ocasiones están dispuestos a sobreocupar las habitaciones o la casa y reducir los costes medios por individuo durante los días de estancia, lo que no se adecua al perfil social donde son ubicados por parte de nuestros informantes. Y es que como desarrollaremos, los propietarios, más que atenerse a criterios de calidad, tienen por propósito aumentar el valor de sus propiedades. La expresión “calidad” es, para los propietarios, indisoluble del componente económico y tangible de la inversión realizada.

“P.- Pues otro bloque, ¿como valora la calidad en el sector? R.- Bien. Pero no hemos hecho mucho turismo rural. Jordi ha hecho más turismo: la calidad de las casas como piensas? R1.- Bien, bueno... Depende, a veces lo que pasa es que la casa está bien pero puede haber una parte de la casa que también la alquilan para grupos... Lo digo por Mas Caret. R.- Porque nosotros damos todo. En otras casas, te meten en una habitación de dos personas te ponen a 5. R1.- Pero en general muy bien. P.- Y ¿cómo valoran la calidad de esta casa? R.- Bien, la gente relaciona el precio con la calidad. R1.- Muy bien con el precio. Nosotros somos muy exigentes con nosotros mismos. Y como vamos a otros sitios con casas muy bonitas pensamos que tampoco tenemos las vacas, el bosque o el río al lado, y pensamos que no es idílico. R.- Y pensamos: qué podemos hacer para compensar, y ofrecemos otras cosas” [E09].

“CS: La gente lo que busca es si tiene piscina, si tiene habitaciones grandes, si caben todos los que quieren venir... sus pautas son éstas y bueno es que normalmente la gente dice que por mal que lo hagas, es muy difícil hacerlo tan mal como para que la gente salga descontenta de aquí. M: Claro. CS: Nosotros tenemos unos (imponderables) que son la carretera, la carretera ésta, la carretera ésta es lo máximo. CS1: Y el entorno. CS: El entorno que tenemos es horroroso pero claro, esto está ubicado aquí, y lleva des del siglo XIII. CS1: Antes estábamos solos pero ahora está la urbanización y ha crecido a nuestro alrededor. CS: Pero bueno, ahora veremos qué pasa porque la carretera va por otro sitio, la variante cambia y ya veremos qué pasa con todo esto, pero bueno. Todo esto no tiene nada que ver ni con la “Q” ni con los servicios que damos, ni nada de esto” [CERT4].

En este sector es precisamente la singularidad el principal activo que permite la competencia ante la industria hotelera y sus estándares de servicio y calidad. Por ello, encontramos que los propietarios de estos establecimientos deben hacer frente a

un doble reto. Por una parte, necesidad de diferenciación respecto al sector hotelero tradicional y ubicarse en un segmento específico del catálogo de tipologías de casa rural. Por otra, universalización de los estándares de calidad en el alojamiento. Las contradicciones entre singularidad del sector turístico rural y estandarización a través de las certificaciones de calidad son patentes a lo largo del trabajo de campo realizado.

“CS: Mira, queja de la administración, perdona, no tienen en cuenta la singularidad, ésta es la primera queja y más en establecimientos de estos que, que, que se quiere un encanto y se quiere mantener ese encanto. La administración no tiene en cuenta la singularidad en la vida, nunca. CS1: El turista es lo que quiere. CS: Además lo majo del turismo rural es eso, no hay dos casas iguales, ni dos propietarios iguales, ni dos acogidas iguales, pues eso es lo majo del sentido del turismo rural. CS1: No, y además estamos viendo y es cierto porque ahora lo está diciendo la administración que lo están diciendo ahora pero que ya hace tiempo que nos hemos dado cuenta de que el turismo, digamos, va a más calidad y menos cantidad, el turismo éste de playa, de masificación y todo eso va a la baja. CS: Pero continuará existiendo. CS1: Y viene un turista, o viene un turismo absolutamente exigente, el que viene de la península, el que viene de España, es absolutamente exigente, cosa que encuentro que es fantástico, ¿eh? Quiero decir, es decir, es que es como tiene que ser, que venga gente de Madrid y te diga es que mira, nosotros queremos cocina catalana, queremos ver la gastronomía de aquí o los deportes que hacen en el lago de Bañoles y es una cosa que tienes que estar preparado, o sea pagan por eso, no se quejarán del precio pero por otro lado sí que exigirán, y el turismo este de pasada, de éste masificado, es una cosa que cada vez hay menos. CS: Sí bueno, pero está todo montado así. CS1: Entonces yo pienso que el turismo rural, el futuro que tiene es éste, precisamente muchas casas con poca capacidad, y mucho ambiente familiar que es lo que la gente quiere...” [CERT4].

La percepción general es que consolidarse en el sector y hacer frente a la competencia requiere la mejora continua de los establecimientos a través de la inversión en elementos tangibles. De ahí la paradoja de que este sector se caracterice por precios relativamente bajos. Asimismo, los clientes buscan precios inferiores a los de un hotel convencional o incluso de un hotel rural.

“R.- Es la incógnita, porque, esa incógnita está en todos sitios porque van a hoteles de 2 estrellas de Salou que parecen fondas y va a hoteles de 4 estrellas que ya no son lo que eran, o sea, no sé quien reparte las estrellas, ni quién decide cómo son. (...) Sí, si que hubiera un parámetro, un parámetro que decidiera esto es así, esto es “asá”, porque yo me he encontrado gente que me dice: Oh y me cobra éste dinero, y digo: sí, y me dice: Oh que es caro!, digo : No, me está ofendiendo, usted no me puede decir a mí que es caro, usted no ha consumido ni una sola noche en una habitación de las mías, ni ha dormido en un colchón de los míos, ni se ha duchado en una banyera de las mías, “Oh, es que he estado en una casa rural que me han cobrado 30€!”, sí, sí, sí, y hasta igual era caro, por lo que le dieron igual era caro, o sea, como lo puedes, o sea, cómo se puede medir eso? Cómo se puede medir eso? Si yo tengo colchones de látex, y otro tiene Picolín, y yo me he gastado 80.000 mil pesetas en un colchón, y al otro le han dado con 20.000 mil pelas un colchón, pues durmiendo” [E15].

La inversión permanente en la mejora patrimonial de la inversión se debe a que la inversión física y retornable, no a través del proceso productivo, sino a través

de una futura transmisión del negocio. Al respecto, pese a la relativa novedad del sector y a que en muchos casos los negocios tienen menos de cinco años, son muchos los que ya han sido vendidos a nuevos propietarios. Por ello, para los informantes, sobre todo, la tangibilidad de los inmuebles. No sólo respecto a los turistas, sino respecto a futuros compradores de los establecimientos. Por tanto, cuando los informantes aluden a la calidad hacen referencia principalmente a las características tangibles de sus establecimientos y que se aprecia en las características del bien inmueble que constituye el establecimiento rural.

“M: De acuerdo. Hay un apartado de datos generales de la empresa, ¿en qué año se creó la empresa? CB: ¿La empresa? M: Sí, la casa rural ¿cuándo empezamos a funcionar como tal? CB: No lo sé, había unos propietarios antes y no sé cuando empezó. M: Claro, y vosotros desde el mes de septiembre. Vosotros habéis hecho alguna reforma o alguna cosa en esta casa o sólo habéis llegado aquí...CB: Estaba todo montado cuando nosotros llegamos, lo único cambiar algunas cosillas y ya está, poner esta (tela), claro, ella se trajo unos cuadros pensando poner unos paquetes que nos dejó un amigo que tiene, que es serigrafista... y se deja aquí porque si a los clientes también les gusta también pueden comprar... detallitos de cosas que ellos han traído, que eran personales y nosotros las hemos llenado como hemos podido y ya está, pero teníamos de todo, todo estaba montado” [CERT03].

Los aspectos tangibles de la calidad tienden, por una parte, hacia la asimilación con los estándares procedentes de los hoteles convencionales: baño en todas las habitaciones, secador de pelo, televisión, etcétera. Dichos estándares constituyen actualmente parte del servicio esperado por parte de los clientes. Se ha observado, según la percepción de la oferta, una evolución de los gustos de los consumidores: primero, búsqueda de la autenticidad, lo rústico, y en la actualidad, una mayor propensión a buscar servicios asimilados a establecimientos hoteleros. Incluso la práctica de la agricultura biológica no sería siempre valorada por los clientes como un medio de vida o respeto al medioambiente sino como una forma tematizada de experiencia turística. De este modo, los clientes, quieren encontrar en una casa rural un hotel de gama alta, o un hotel rural “con encanto”.

“P.- Vale, ¿y qué aspectos considera que son clave para ser competitivos en este sector del turismo rural? R.- Hombre, a mi me parece que dar mucha calidad, cuidar mucho los detalles, porque es rural no se puede descuidar, o sea ha de ser al revés, la gente vienen, la gente antes quizás venía a buscar una casa muy rústica, quizás el turismo rural en un principio fue el de la vaca, el cerdo, ahora la gente que hoy en día viene, ni quieren vacas, ni quieren cerdos, quieren encontrar un hotelito de 5 estrellas dentro de una casa rural, lo entiendes, que haya todas las comodidades que se encuentren estupendamente y si es necesario incluso, que haya la velita para encender por la noche para que sea romántico, ¿me entiendes?. A ver, que cada vez exigen más y cada vez valoran más la calidad de dentro de la casa que sea acogedora, que sea encantadora, y que lo encuentren todo, así pues ya se ha acabado el turismo rural de verdad. P.- Rústico. R.- Rústico ¿eh?, no. Ahora la gente quiere ir al turismo rural, pero con un hotelito con encanto, ¿eh? Para mi es mi forma de verlo, ¿eh? [E02].

Por otra parte, continuando con los aspectos tangibles de la calidad, tal y como

la conciben los informantes, la característica básica son los metros cuadrados y el ratio de inversión por metro cuadrado en el alojamiento. No es comparable la inversión y la calidad de servicio, según un entrevistado, que puede ofrecer un pequeño apartamento que una casa rural com más de 200 metros cuadrados que puede ser alquilada por una sólo familia, hecho que aleja a estos alojamientos del sector hotelero. De este modo, calidad equivale a menos habitaciones, pero con mayor inversión por metro cuadrado, lo que conduce a menos clientes y más ingreso e incluso, a menos costes de gestión.

B.- Bien, la pregunta de si habéis establecido alguna alianza con las casas rurales del sector, sé que sí, porque ya he estado en otras casas, habéis formado la Asociación de Turismo Rural del Alt Camp. Y bien, continuamos con otras cuestiones como por ejemplo, si ahora hubieses de volver a plantearte empezar a tirar adelante esta empresa, ¿lo volverías a hacer? R.- Sí, sí, haría unos pequeños cambios, unas pequeñas remodelaciones respecto a la distribución de las habitaciones, menos habitaciones y más lujosas, es que yo cada vez lo tengo más claro, dedicarse a un público de calidad, cuanta más calidad mejor, más vale menos y más buena. Es lo único que cambiaría un poco, pero bien, lo estamos haciendo” [E04].

La máxima menos clientes, más ingreso, menos costes se ha de situar en la lógica patrimonialista que orienta este tipo de negocios. Han sido muchos los informantes que indicaban preferir alquilar toda la casa a un solo grupo, pese a que ello comportase que fuese más difícil de alquilar, que dividiéndola en habitaciones a fin de garantizar mínimos de ocupación. Alquilar la casa a un solo grupo garantiza un mayor control sobre el cliente, a fin de que, según los informantes, no “destruyan la casa”. Como se observa, los propietarios depositan poca confianza sobre sus clientes, en especial aquellos que pertenecen a grupos de bajo poder adquisitivo. Además, bajo la premisa de reducción de costes, resulta más rentable tener la casa cerrada que alquilar un 20% de su capacidad. El hecho de alquilar toda la casa y no las habitaciones comporta que los costes se puedan distribuir mejor, evitando que los servicios comunes, como la calefacción central, no sean abonados cuando hay habitaciones vacías.

“P.- Bien, bien, pues el bloque 3 es de la Calidad y de la Empresa. ¿Cómo valora la calidad del sector del turismo rural y de su empresa ? R.- Hay de muchas maneras, porque hay casas que son viejas, y por ejemplo, tienen el baño compartido, por eso procuramos que aquí, en nuestra casa cada uno tuviera su baño, las habitaciones quizás sí, que son un poco más pequeñas, que no hubieran sido, porque claro, la casa hace cien metros cuadrados, hay cuatro habitaciones por planta, pero todas tienen su cuarto de baño, y entonces preferimos...P.- Porque ¿no lo alquilan todo ? R.- Bien, sí, es que, a ver, si nosotros tuviésemos que vivir de decir sólo puedes alquilar la casa a las 15 personas, quizás sólo la alquilaríamos tres veces al año : ahora en agosto con alguna familia, o quizás por fin de año, pero si no lo hiciésemos por habitaciones, como hacemos, ya la tendría cerrada, la casa, porque no pagaríamos ni los gastos entonces, porque ahora al menos, que te viene una habitación, pues la alquilas, sino no podría ser. Entonces si que no subsistiría, porque a ver los gastos tenemos que pagar el préstamo cada mes, tenemos que pagar la calefacción, en invierno la tenemos en marcha todo

el invierno la calefacción, pues calentar la casa si no alquilas una habitación si te sale, no te sale a cuenta” [E14].

Sólo con alguna excepción, se indica que “la calidad tiene un precio”. La excepción son aquellos con mayor nivel cultural al de pseudoevento de modo que otorgar a un alojamiento rural las comodidades y servicios de un apartamento urbano es alterar la esencia de la experiencia rural. También constituyen la excepción los propietarios de las masías y casas de payés en regimen de alojamiento compartido con los propietarios.

R.-Si, es que la calidad está, está en, en , todo tiene una calidad, el fumar, el beber, el comer, el dormir, todo tiene una calidad, el hablar; depende de con que persona, te aporta o no te aporta, entonces, des del momento en que tienes una exclusividad para tí, pues ya estás ganando una calidad. No es lo mismo ir a Barcelona, a Barcelona podemos ir de diferentes formas y de diferentes precios des del tren, al bus, al taxi, y a un chofer particular, cada una, todos son trayectos iguales, pero cada una en su distinta medida tiene una calidad diferente, y un precio diferente. [E15].

“P.- Y entonces, los sistemas de certificación de calidad, ¿los conoce ? R.- Sí, me lo mandaron pero no me lo he mirado. P.- ¿Y qué valoración hace ? R.- Ya volvemos a estar en el planteamiento. ¿Quién marca la calidad ? ¿Si tienes jacuzzi eres mejor ? Pregunto ¿quién marca la calidad ? Si para desayunar quiero hacer leña, ¿quién marca la calidad ? Para ser de calidad ¿tendría que tener habitación doble, baño y jacuzzi ? Pues yo no tengo calidad. P.- ¿Y cómo valora la implantación ? R.- No lo sé ni me preocupa. ¿Cuál es el baremo ? Si me preguntas si conozco la gente que tiene la « Q » de calidad, yo no entro. Calidad es cuando las personas que vienen... Tengo unos papeles para que escriban. Y sí que me dicen que se lo han pasado bien. Si esto, para el estamento que sea, es símbolo de calidad, pues perfecto. Lo que sí me preocupa es si alguien ha venido a la casa y no se ha encontrado a gusto. O si ha faltado un vaso de agua, o una sopa... Lo que me preocupa es que la Generalitat estas cosas no las tenga estudiadas” [E07].

Los elementos intangibles queda relegados a factores externos al establecimiento y que constituyen parte de la calidad del servicio. Destaca, también, cómo los factores intangibles se perciben como factores exógenos y no controlables, hecho que viene a confirmar su postura sobre la calidad centrada en la dimensión tangible del alojamiento rural. Es la “paz y sosiego” del mundo rural lo que atrae a los clientes y las características tangibles del inmueble lo que les retiene. En definitiva, el crecimiento de la competencia ha conducido a que esta ecuación de la calidad como atributos tangibles y la estandarización de acuerdo a cánones hoteleros de los alojamientos rurales se conciba como la clave de la supervivencia en el sector.

“P.- ¿Cómo valora la calidad del sector y de la empresa? Quiero decir, el sector del turismo rural, ¿cómo piensa que está? R.- ¡Ah! Hombre, yo no lo sé, me parece que la gente que quiere paz y tranquilidad, pues, la gente que quiere ruido, se irá a Salou o a Cambrils, a sitios así, pero la gente que quiere tranquilidad y le gusta la naturaleza, y quiere estar, no lo sé, aquí hay muchas cosas pues que en Salou no están, y en Salou hay que no están aquí, ¿no?

Pues cada uno ha de elegir lo que le gusta. P.- Muy bien, dice ¿qué papel están jugando las administraciones con relación a la calidad del sector? Es decir, ¿dan muchas ayudas o así? Es decir, ¿lo potencian mucho, o tampoco? R.- Hombre sí, lo potencian... pero yo encuentro que lo habrían de potenciar un poco más. P.- Dice ¿qué problemas plantean los empresarios, administraciones y trabajadores para aumentar la calidad en el sector del turismo rural catalán? R.- Bien, ya estamos en lo mismo, ¿no? P.- Bien, lo de las infraestructuras, ¿no? R.- Sí, creo que es el problema más grave, el alcalde ya lo ha pedido, pero claro, todo cuesta (...). P.- ¿Cómo valora la información para la calidad del sector? ¿Qué formación cree que ha de tener la gente que ha de estar implicada con este sector del turismo rural? R.- Hombre. Pues ha de saber de qué va la cosa. Nosotros hemos ido a muchas casas de payés con un grupo de matrimonios que salimos bastante, y la verdad tal y como lo tenemos arriba, que te lo enseñaré, lo puedes ver. No nos hemos encontrado en ninguna casa que tenga las condiciones que tenemos nosotros” [E13].

“R.- Con esto te puedo decir, que con la asociación dijimos visitaremos todas las casas que tenemos en la asociación, quizás hay 12 y he visto 8, pero es que todas, es que es la única menra de sobrevivir con esto, ¿no? Dando calidad, de que des un servicio de calidad” [E01].

6.3. Calidad y certificación

La certificación de la calidad en el sector hotelero corresponde a criterios de racionalización y organización del servicio que permiten una gestión ajustada de una fuerza de trabajo inestable y poco formada en el momento de la contratación. Los procesos de certificación de la calidad implican una racionalización y burocratización del trabajo que permite un mayor control y aseguramiento de los estándares en los procesos de producción de bienes y servicios. Observar la gestión de la calidad en el sector de establecimientos rurales supone poner en cuestión la bondad de la certificación en su vertiente de gestión de los recursos humanos y observar su orientación hacia la gestión de la actividad directiva, y, en este caso, del autoempleo femenino. Al respecto, en este apartado distinguimos dos tipos de representaciones. En primer lugar, las de aquellos que no se cuentan con ningún tipo de certificación de calidad. En segundo lugar, aquellos propietarios que han optado por la certificación como medio de aseguramiento de la calidad.

Iniciamos nuestro análisis indicando que dada la inversión y la necesidad de retorno, los propietarios son, en general, favorables al establecimiento de algún sistema de reconocimiento o distinción de sus establecimientos. Los entrevistados citan modelos de otros países y comunidades autónomas y que permiten la clasificación, a modo del sistema hotelero, entre distintos establecimientos rurales. Un modelo de este estilo en el que los establecimientos contaran con una, dos o tres “espigas” podría operar como medio de distinción permitiendo una mejor

comprensión de la política de precios por parte de los clientes. Y es que las diferencias de inversión entre unos y otros establecimientos pueden ser muy grandes.

“P.- Vale, pues pasemos a otro bloque que es de calidad y empresa, y empieza diciendo ¿cómo valora la calidad del sector y de su empresa? R.- ¿La calidad del sector?. P.- Sí, la del turismo rural. R.- Hombre, yo por lo que he visto, aquí en el Alt Camp, a mí me parece que la gente se lo toma con mucho interés, y lo quieren hacer bien. Yo veo un gran interés por parte de los propietarios que ponen algo de turismo rural, que se lo están tomando con mucho interés, ¿eh? P.- ¿Y entonces, qué papel crees que juegan las administraciones en relación con la calidad del sector? R.- Yo pienso que debería haber una clasificación del turismo rural, esto yo lo he echado en falta mucho, porque claro, a tú te llama alguien y le dices el precio, y a la gente le puede parecer caro, y entonces llama a otra casa, y entonces dice, ¡ah!, ésta está muy bien, pero claro, la calidad no es la misma. P.- Es decir, una distinción entre las casas. R.- Exacto, si no hay una distinción la gente todo lo engloba en lo mismo es más caro o es más barato, y claro, no son los mismos servicios, no son los mismos metros cuadrados, no es lo mismo, no es un apartamento que se haya construido en un desván de 40 o 50 metros cuadrados que se llama un ARI, con una casa que tiene doscientos o trescientos metros cuadrados, y un jardín, porque no cuesta las mismas horas de arreglar, ni de conservación, o sea que a ver, yo casa rural tan grande como la mía, no he visto ninguna, ¿me entiendes? Entonces claro pero qué. Todos estamos englobados en que son casas rurales, pero ¿no debería haber una distinción de categorías? ¿no? Igual que hay en los hoteles, en las pensiones, o lo que sea, debería haber una distinción de casa rural según la categoría que tiene, para mí eso es una gran carencia, porque claro, hay gente que viene aquí y dice, hombre, escuche esto es otra cosa, ¿no? Porque hemos estado en una casa rural que era una porquería, porque esto, porque no tiene punto de comparación, claro, pero la gente ha ido allá como otra casa rural, no saben que cuando vienen aquí hay otra calidad, ¿lo entiendes? Entonces, claro, esta distinción, yo cuando voy fuera también, yo por ejemplo, cuando he estado en la provincia de Navarra y así, y en Castilla y León, a veces hay unas distinciones, hay una espiga, o dos espigas, o tres espigas. P.- Por ejemplo. R.- Sí, claro, entonces, con la calidad ves las espigas y ves los precios, y dices, si yo quiero voy a esta que tiene más espigas, ¿no? Es como ir con más estrellas a un hotel. Pero en cambio en Cataluña, no, casas rurales, todo son casas rurales, pero ¿cada una es igual que la otra?, no ¿eh? P.- Entonces, esto, ¿qué opinión le merecen los sistemas de certificación de la calidad como ahora lo de las normas ISO? R.- ¡Uf!, nos estuvieron hablando el otro día, y que no puede ser esto, porque es una utopía, llegamos todos los de la asociación a la misma conclusión...” [E02].

Los informantes son favorables a la promoción institucional de algún tipo de mención de calidad como medio de representación de la calidad ante los clientes . Al respecto, son partidarios de fórmulas no exclusivas de promoción a través de campañas institucionales como medio de promocionar la marca turística de la Costa Dorada como destino rural.

“P.- ¿Y el papel de las administraciones respecto a la calidad ? Eso de las sanciones... Y ¿los servicios ? R.- Nosotros hemos de cumplir unos requisitos mínimos de espacio por número de personas, y a partir de aquí puedes hacer lo que quieras. Yo engo una piscina, y una barbacoa y un billar, y 250 metros de césped alrededor de la piscina, a esto no me obliga nadie. Lo pongo porque quiero. Y si doy toallas, y tengo un lavavajillas, y dejo un paquete de avellanas de aquí de Reus como un detallito cuando llegan, son cosas completamente libres. No sé que hacen en las otras casas, si dan más o menos. P.- ¿Y los iconos éstos, los ponen ustedes ? R. En la hoja que nos pasa Turismo cada año salen todos, y nosotros entonces llenamos. P.- Me dijeron en otra casa que ahora esto cambiará y será la propia administración la que irá casa por casa. R.- Pues ya estaría bien. Así es la manera que las casas digan aquello que verdaderamente tienen. Yo encantado de que vengan. Y encantado de que pusiesen niveles. Estrellas o alguna cosa” [E11].

En cambio, pese a que como hemos indicado son favorables a algún tipo de distinción, al estilo de los estrellas del sector hotelero, son reacios a cualquier campaña institucional de aseguramiento de la calidad que comporte costes directos por su gestión institucional en el proceso de implantación tal y como ocurre con las certificaciones de calidad ISO:9000 o la marca “Q” de calidad del Instituto de Calidad Turística Española (ICTE)..

“P.- Vale, ¿y para ser competitivos en el sector del turismo rural, qué crees que, qué aspectos crees que son clave? R.- Calidad. P.- Vale. R.- Calidad y después la comercialización, ¿no? Hay que reforzarlo, incrementar un poco más la comercialización, pienso que el futuro, donde podemos incrementar más competitividad es con la calidad, dentro de nuestra estructura y nuestra geografía, y después un poco de refuerzo de la marca, ¿no? No tanto del turismo rural, como la de la zona, ¿no?, por ejemplo, Ruta del Císter y que realmente fuese un destino y una marca potente y que pudiésemos estar bajo este paraguas y que nos pudiese ayudar” [E03].

Respecto al papel de las Administraciones en el aseguramiento de la calidad en el sector, se nos informa que las Administraciones se limita a la supervisión del cumplimiento de requisitos mínimos de habitabilidad e higiene necesarios para la concesión de licencias administrativas. A partir de ahí, la mejora del servicio es una responsabilidad exclusiva del propietario. Los informantes consideran que las administraciones supervisan la calidad de los establecimientos en torno a mínimos legales, los necesarios para la concesión de licencias administrativas. Esto genera la contradicción de que, por una parte, los mínimos legales permiten una fácil instalación en el sector, que para la mayoría ha sido una experiencia reciente. Pero a medida que se asientan en el sector demandan barreras de entrada y sistemas formales de reconocimiento de la inversión realizada en sus establecimientos, que sean fácilmente reconocidas por los clientes y que legitimen una gradación de precios de acuerdo a la inversión efectuada.

“P.- Vale, ahora hablamos de temas de calidad y empresa. ¿Cómo valora la calidad en el sector de turismo rural? R.- Hombre, hay de todo tipo. Yo creo que se ha de potenciar la calidad, sí. Por el coste, la gente que hace turismo rural, no lo mira tanto. Mira más aspectos de calidad. P.- Y las administraciones otra vez, ¿están incidiendo en el tema de la calidad? R.- La Generalitat de Catalunya está preparando unas normativas nuevas, porque hasta ahora era muy suave y por encima. Debido a que hay un vacío legal en todo esto, se están preparando otras normativas más estrictas. Porque ahora eran dos folios, y lo decían por encima: el mínimo que habían de tener las habitaciones, los metros cuadrados, que como mínimo cada dos habitaciones se ha de tener un baño, que se ha de tener calefacción, y cosas muy elementales. Los metros del comedor... Ahora mismo, en los iconos, cuando vas a turismo, dices los servicios. Y ahora, cuando salga esta normativa, tú no podrás decir nada, serán ellos y lo pondrán ellos, tanto si te gusta como si no te gusta” [E10].

Sin embargo, y pese a este tipo de respuestas, los informantes son

perfectamente conscientes de la existencia de otros mecanismos institucionales para el aseguramiento de la calidad, como la “Q” de ICTE. Las instituciones públicas en Cataluña, como en el resto de España han optado por difundir y buscar adhesión al modelo de certificación “Q” de del Instituto de Calidad Turística de España. Por ello, han realizado insistentemente campañas de información y difusión de esta certificación. Se produce, por tanto, un cierto tipo de negación, de olvido voluntario de una medida que puede contribuir a distinguir entre las casas rurales en función de su calidad y que es una demanda del sector tal y como indicábamos al principio de este apartado.

El sistema de certificación “Q” del ICTE se encuentra poco extendido. Las instituciones públicas, en particular el Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la Generalitat de Catalunya han desarrollado estrategias de captación de nuevos establecimientos sobre los que impulsar este sistema de certificación, pero con poco éxito. Concretamente en la demarcación de Tarragona sólo un propietario de establecimientos rurales ha optado por este modelo. A nivel de Cataluña 8 propietarios, propietarios de un total de 14 casas rurales optaron por esta estrategia de gestión y reconocimiento. Se ha de explicar al respecto por qué de las 1000 casas rurales de Cataluña sólo 14 están certificadas. Se produce la paradoja de que entre los 8 propietarios de casas rurales, uno la ha adquirido ya certificada. En estos casos encuentran relativamente cómodo amoldarse a los cánones de calidad impuestos en el proceso de certificación. Es decir, encontraron su trabajo de gestión y organización cotidiana del alojamiento perfectamente estipulado. El resto de propietarios de casas certificadas comparten plenamente esta visión: la certificación supone una racionalización de la función directiva y del conjunto de tareas del establecimiento.

“P.- Vale, pues bien, el bloque 3 que es de calidad y empresa empieza con ¿cómo valora la calidad del sector y de la empresa? R.- La calidad del sector, es un sector muy, muy diverso, ¿no? No tiene una reglamentación básica, y entonces a partir de aquí, pues todo el mundo, en función de las instalaciones que tiene pues desarrolla, de una forma u otra, ¿no?, hay gente que lo complementa con otras actividades del sector turismo, hay quien tiene un modelo más simple de alojamiento y equipamiento y equipo de restauración, entonces es un sector poco reglado por suerte, yo creo que por suerte, porque cuando se empieza a reglar demasiado, pues se complica todo, ¿no? Y pues, es un sector un poco heterogéneo, pues ves cosas muy espectaculares, y ves cosas más simples, pero también tiene que haber como en toda actividad diferentes niveles de clientela, ¿no?, pues modelos de todo tipo, quizás la característica sería más la heterogeneidad” [E18].

“M: ¿Qué ventajas crees que tiene el sistema de calidad para tu negocio? No lo sé, explícamelo un poco. CB: Como yo no lo he implantado tampoco te puedo decir nada. M: Pero ¿qué impresión te da en principio? CB: En principio... ¿has hablado con otras casas rurales? M: Sí CB: Ah, vale. Nosotros nos lo hemos encontrado implantado y cuando empezamos a mirar los registros y todo lo que se tenía que rellenar, todos los formularios nos pareció que no se adaptaba a la realidad de las casas rurales, a las necesidades, la faena que hay que hacer no tiene nada que ver con los formularios y todo el papeleo que está implantado en los hoteles y se ha cogido y se ha puesto aquí. Esto es lo que nos pareció, lo que nosotros hemos vivido, porque nosotros no hemos hecho nada de ponerlo en marcha. M: De acuerdo. ¿Y alguna cosa positiva que os parece que tiene? CB: Positiva porque sirve para componerte y ordenarte, tener un control de tus actividades a hacer... y de cara a conocerte, no se conoce mucho la “Q” de calidad, de cara a promocionarte no, por ahora no porque es una cosa privada y no tiene nada. Yo te puedo decir, claro, yo estoy desde septiembre, fui a una reunión y las otras propietarias lo que comentaron es esto, que parece que no encuentran mucho soporte de cara al tema de casas rurales que pone en el texto. [CERT03] (...) M: De acuerdo. Hay un apartado de datos generales de la empresa. ¿En qué año se creó la empresa? CB: ¿La empresa? M: Sí, la casa rural ¿cuándo empezó a funcionar como tal? CB: No lo sé, había unos propietarios antes y no sé cuando empezó. M: Claro, y vosotros desde del mes de septiembre. Vosotros habéis hecho alguna reforma o alguna cosa en esta casa o sólo habéis llegado aquí...CB: Estaba todo montado cuando nosotros llegamos, lo único cambiar algunas cosillas y ya está, poner esta (tela), claro, ella se trajo unos cuadros pensando poner unos paquetes que nos dejó un amigo que tiene, que es serigrafista... y se deja aquí porque si a los clientes también les gusta también pueden comprar... detallitos de cosas que ellos han traído, que eran personales y nosotros las hemos llenado como hemos podido y ya está, pero teníamos de todo, todo estaba montado” [CERT03].

“CS: La principal ventaja es la ayuda a la gestión porque clientes no da más, no, no, no, e inconvenientes es realmente la propia auditoría que nos hace hacer ICTE que para lo que es el turismo rural o sea no es adecuada, está un poco magnificada, ¿sabes qué quiero decir? La gestión en una casa de éstas que llevamos entre dos personas pues claro, tiene una gestión (como si) fuésemos cuarenta y cinco mil, incluso los cursillos que dan para hacer ampliación en gestión y tal, siempre está determinado para cuando tienes empleados, si tú eres empleado... con lo cual no es el caso. Por ejemplo, cuando empiezas la gestión, evidentemente has de hacer un organigrama y claro si somos dos, jefe de compras, jefe de ventas, ¿sabes? Departamento de esto, departamento de aquello... pues... M: Sí, sí, no tiene demasiado sentido. CS: No tiene sentido. Después muchas, el tema de registros, sí, te da faena pero muchas veces el registro eres tú mismo como aquél que dice, pero bueno, de todas maneras la verdad es que el tema de calidad te ordena la gestión y mucho, es un tema de organización” [CERT4].

A partir de las reuniones con las administraciones los propietarios de empresas certificadas asumieron que los principios de gestión de la calidad son necesarios para la competitividad. Sin embargo, son especialmente críticos con el sistema, en tanto que conocen otros modelos, por medio de los cuales también son evaluados, como los responsables de la “Guía Michelin”, con un elevado reconocimiento social y con unos procedimientos de evaluación menos costosos.

“CS: A ver, el tema de ponernos en el tema de calidad fue por, salió de una reunión en la asociación de turismo rural que nos dijeron que nos podríamos añadir a un tema de calidad y tal y había una subvención y bueno, pensamos que a la larga todo el mundo tenía que morir de eso. M: Claro, claro. CS: Y entonces pensamos que muchas veces siendo los primeros te enteras antes o tienes un tiempo más largo para las cosas que no están adecuadas para tenerlas bien y tal, cuando nos apuntamos, pues mira porque nos hizo gracia y pensamos, al final todo el mundo tendrá que morir de eso y había un tiempo para hacerlo y tal y lo hicimos, entonces nos dieron una subvención que realmente alcanzó los gastos de lo que era la primera auditoría y la primera auditoría, sí, sí. Después lo que no, bueno supongo que lo has oído igualmente

porque lo hemos hablado y tal, lo que no estamos demasiado de acuerdo con la administración es que nos hagan una auditoría para certificarnos en calidad, después una de seguimiento que sea con precio, con gasto, prácticamente igual a la que realmente de lo que se trata es de que venga una auditoría, se siente, papeleo, papeleo, papeleo cuando lo que nosotros estamos realmente prestando son servicios, no papeleo, nadie tiene que decir, sí, vale, como puede alguien auditar algo, pues siempre y cuando haya un soporte que le diga mira, todo esto se hace y se hace así, y si no está escrito, como se puede evaluar, es evidente que si no tienen esta herramienta no lo pueden evaluar pero claro nosotras pensamos, para una casa de turismo rural o incluso cualquier tema de hostelería, que se presenten aquí, no dice quién es, se queda dos días, tres días, paga su factura y cuando sale dice, escucha yo soy el señor tal de Michelin, he venido porque necesitamos a la zona de tal y cual y os he hecho mi evaluación y ya tendréis noticias mías. Puede hacerlo, porque estamos hablando de unas auditorías, la de certificación fueron prácticamente mil euros. Vaya, vaya, además la faena la haces tú, evidentemente o sea no la hace la auditora, la auditora se desplaza, come, echa gasolina, claro, como todo el mundo. Yo pienso que bueno, que la administración, la sensación que tenemos los que nos dedicamos a estos trabajos, está sacando normativas para mantener una serie de gente y crear puestos de trabajo nuevos y al final todos somos policías, yo te vigilo a ti porque tú me vigilas a mí, una poco esto, la sensación global que da todo esto” [CERT4].

Son numerosas las críticas al sistema de certificación “Q” de calidad y está extendida la expresión “certificarnos es una tontería”. Frente al manual de procedimiento y la racionalización de la actividad los argumentos de competitividad son, junto a la calidad de las dimensiones tangibles de los establecimientos, el servicio y buen trato al cliente, que nos remiten a la paradoja de que se trata de un sector que suprime la mano de obra y los servicios intensivos en mano de obra. Además se indica que la experiencia turística rural está poco estandarizada y debe estar poco estandarizada para mantener su “encanto”, lo que tampoco es óbice para que se haya producido una asimilación a las características de los hoteles.

“P.- Entonces, dice, ¿qué papel están jugando las administraciones en relación a la calidad del sector? Si se ponen mucho, si..., yo que sé, redactan algún tipo de normativa... R.- No, no porque redactan lo de las ISOs y toda la historia ésta pero es muy difícil entrar, quiero decir, yo sé que en el Alt Camp no hay nadie que tenga la ISO de aquello de calidad P.- Quizás eso, ¿no? ISO: 9001? R.- Sí, ni 9001 ni ninguna. P.- ¿Son demasiado estrictas quizás? R.- Bien, no es estricto es que es un precio desorbitado, quiero decir ¿no? Una vez te has sacado la ISO no quiere decir que tú ya tienes la garantía, cada año has de pasar unas auditorías, y entonces, todo eso lo tienes que pedir a una empresa, y vale pues, igual has de pagar 300.000 pesetas cada año, ¡sólo para mantenerla! Después para tenerla, ya es..., en todo el Alt Camp y la Conca sólo hay una casa rural que lo ha conseguido, o lo ha intentado hacer, con muchísimos problemas, con mucha ayuda por parte del Consell Comarcal de Montblanc, y bien, vaya, que para ponerse en algo así es para tener muchas ganas, ¿eh? De ponerse, porque de ayuda ninguna. P.- Vale, vale, ¿cuáles son los problemas que plantean tanto empresarios como administraciones, como trabajadores para aumentar la calidad del sector? Es decir, ¿para aumentar la calidad, o para dar una certificación de... R.- No lo sé, no lo sé, porque tampoco lo veo muy así, la gente tampoco se plantea mucho si tiene servicio de calidad, o la garantía de la ISO o no la tiene, de momento no me he encontrado nadie, quizás sí un día me llamarán y me dirán ‘¿Qué tiene la ISO?, no, pues no venimos’ tanpoco no creo que la gente que, para otras cosas sí, para otros sectores de industria y estas cosas considero que es clave, ¿no? Yo creo que la gente viene porque quiere ir a aquella zona, quiere ir a pasar un fin de semana rural, y no tan rural, un entremedias, porque nuestra casa no está tampoco en un lugar muy rural, está a la salida del pueblo de Montferri, tiene un jardín de unos 1500 metros, pero tampoco es una casa digamos rural, rural, rural. Hay gente que quiere esto porque es un

entremedias, hay gente que prefiere más montaña, yo es que esto de los servicios de calidad estos, no creo que en este sector..., como no saquen algo más fácil, para mantener esto es imposible, ha de haber una empresa con trabajadores, porque claro, porque debería ser una empresa con trabajadores, una empresa. Nosotros tenemos empresa, pero lo llevas particularmente y muy caseramente (...) R.- Hombre, a mi me merecen, que todas las normas y todo lo que es para la mejora del servicio está muy bien, pero en este caso nuestra ISO es inalcanzable, es que yo diría que la mayoría de los que estamos en la Asociación es inalcanzable para nosotros, como mínimo soportar el gasto. Porque después hay subvenciones, pero si, a ver, subvenciones de cuánto y a pagar cuándo. Quiero decir que..., y más que nada mantenerla, porque si tú dices yo me quiero sacar la ISO y dices, vale 800.000 pesetas, por decir algo, ¿no? Bien, pues yo sé que pago eso y tengo la ISO, no, esto lo has de renovar cada año. P.- ¿Y cada año has de pagar 800.000 pesetas? R.- No, pero has de hacer la auditoría hay empresas autorizadas para hacer la auditoría, pero estas empresas vienen una semana contigo allí, trabajan contigo, quiero decir que esto nuestro, no son empresas que tengan ningún movimiento como para haber de tener una..., además yo pienso que la gente que va lo valora mucho, no sé como dice, los detalles de la casa, esto que te digo la calidad, que yo por mi manera de ser y mi carácter puedo tener una, y la otra casa, por la persona que la lleva tiene otra, sabes, y es diferente. P.- Entonces ¿qué solución le darías para que hubiera alguien que no fuera tan estricto, o tan severo como esto de las normas ISO, pero pondrías otro sistema de... R.- Tendría que ser otro sistema. A ver, por decirlo de una manera que el que lo hiciese supiese de que va, supiese que para una casa rural de 5 o 6 plazas es inalcanzable una ISO, quiero decir que debería ser pues muy puestos en el sector, y que dijese, bien, mira, o que incluso se puede hacer desde la propia asociación, la asociación también puede decir, a partir de ahora haremos nuestra calidad. P.- Por ejemplo, que en la guía de las casas rurales hubiese un distintivo como ahora las estrellas de los hoteles” [E01].

La anterior cita nos reporta una panorámica de los aspectos críticos de los sistemas de certificación ante la realidad del mundo rural. Revisaremos ahora los argumentos favorables y contrarios a la certificación “Q” de calidad que nos han indicado los informantes:

1) Hemos observado en las casas certificadas modelos de gestión más planificados y una orientación a convertir los establecimientos en el principal medio económico, vinculando profesionalidad a calidad y segmentos muy específicos de mercado.

“Comenta que el modelo de negocio se inspira en los bed&breakfast ingleses. Su rasgo distintivo respecto las otras casas rurales es el hecho de que ofrecen comida y de que la casa se alquila por habitaciones, pudiendo utilizar unas zonas comunes. La residencia de la familia se encuentra en la misma casa pero está separada del espacio de huéspedes. Cree que faltaba en el sector de las casas rurales un tipo de oferta como éste. Dice que sólo conoce otra casa (en Gerona) que ofrece este tipo de servicio. La diferencia de la suya en relación a otras con un perfil similar es la apuesta por la calidad: el servicio se da de una forma muy seria y muy profesional, destinado a un cliente que busca lo mismo que busca en un hotel. Considera que las casas rurales tienden a ofrecer unos servicios más de cualquier manera. Dice que no es un cliente diferente al de otros tipos de establecimientos: es un cliente de hotel, es decir, que quiere las mismas comodidades y servicios que tendría en un hotel. Y esta es la imagen que quiere dar a su negocio: imagen de hotel (seria, profesionalizada) si bien hay un contacto más cercano con los huéspedes. Su objetivo es que el cliente se encuentre cómodo y tranquilo, ofreciendo unos servicios de calidad. Insiste mucho en la idea de la familia, y en el hecho de que mientras los hijos juegan en el prado o ven las vacas, los padres pueden sentarse y leer en la terraza tranquilos (palabra muy repetida). Es una imagen muy ligada al tipo de clientes que busca: familias con hijos, del área metropolitana, relativamente jóvenes, con un buen poder adquisitivo y poco aventureros. Mucha importancia al tema de los niños. La casa está pensada para alojar niños. Lo que valoran los padres no es hacer grandes excursiones, sino tener a los

niños distraídos jugando con otros niños y poder estar tranquilos. Considera que el cliente no busca un gran contacto con la naturaleza, sino sólo un entorno agradable donde estar tranquilo. Explica que quiere ofrecer una imagen de calidad, tal como había visto en otras casas también certificadas que había visto previamente. Quiere que el cliente quede sorprendido por aquello que encuentra y por aquello que ve. Que vea que los detalles están cuidados y que a pesar de ser un establecimiento pequeño y está en la montaña no dé la impresión de una actividad improvisada. Quiere dar una imagen de calidad y de profesionalidad y dar un buen servicio y un buen trato. A la vez también considera importante el trato con el cliente, ya que hay que buscar el equilibrio entre su intimidad y estar allí para aquello que necesiten. Se ha de ser agradable, acogedor, detallista, educado y discreto. Quiere configurar así lo que se llama una gama alta (textual) dentro de las casas de turismo rural” [CERT2].

Hemos de destacar que el colectivo con más propensión a la certificación son los llamados neorrurales, que pretenden convertir la actividad turística rural en su actividad profesional principal. Incluso entre los campesinos, la certificación se concibe como una estrategia de profesionalización en el sector y permanecer en el mundo rural. Entre aquellos que muestran interés por la profesionalización también encontramos a algunos propietarios agrícolas que observan cómo la única vía de subsistencia económica pasa por el turismo rural. Pero en la mayor parte de los establecimientos a la racionalización de la gestión, se le da poca importancia en tanto que esta se limita al sentido común. Tal y como indica un informante, “tienes una empresa, pero la llevas de forma ‘casera’ ”.

“MF: Ayer, por ejemplo, que teníamos aquí toda la chiquillería, hicimos una visita a la granja, hicimos clase de rocódromo, tenemos un rocódromo aquí y les enseñamos un poco a hacer escalada y tenemos un circuito para los chiquillos y tenemos un perro que también lo hace y entonces se los hacemos, ¿no? Generalmente lo hacemos un día, los sábados, pero como ayer había más gente que se quedaba para el domingo, lo hicimos todo el domingo y con todos los crios que había en la casa hicimos los juegos. Las actividades que programamos en la casa son las que hacemos, fuera de la casa les informamos de lo que quieran. M: Claro. MF: Una vez fuimos con un trenecito que hay turístico a los volcanes de la Garrotxa. M: Claro, estáis cerca de... MF: Estamos muy bien situados, yo creo, geográficamente. M: ¿Cuál crees que es la ventaja que tenís de esta casa, qué ofrecéis y que quizás no lo tienen otras casas rurales. MF: Hombre, yo creo que nosotros lo que ofrecemos más bien son estas actividades para los crios, quiero decir... desde todo esto esa visita a los animales, de rocódromo, la actividad aquí de tirolina y de todo esto, yo creo que es un hecho importante que quizás yo no he visto en ninguna otra casa. Claro, lo otro, la casa está bien, el nivel de calidad es bueno... pero eso también lo encontrarías en otras casas que podrían decirlo tranquilamente, ¿no? Hombre la comida también diría que está bien, bueno, al menos nos la puntúan bien... pero tampoco diría que es un hecho diferencial, hay otras casas que se come tan bien o mejor, quiero decir... quizás más este aspecto y el trato personal que yo creo que cada casa lo puede dar pero cada casa lo da de una manera determinada, ¿no? (...) MS: Hombre, para mí al menos, como que no somos hoteleros, sino que somos gente del mundo rural y no tenemos una formación, un conocimiento de este aspecto, el tema de la “Q” al menos a mí, me permitió ver cosas, de gestión de hotel que no tenía ni idea y que no sabía. En este lado es donde veo la máxima ventaja porque queriéndole buscar ventajas a nivel de clientela que seguro que quizás me lo preguntarás más adelante, no, claro que no, está claro que no tienes clientela. Para mí lo más importante es eso, (entender) cuáles son los requisitos de calidad y de servicio de la gestión, ver un poco como puedes tener la casa con las mismas condiciones. Y eso la “Q” te da los mecanismos de gestión para que tú entonces te lo puedas gestionar y quizás unos parámetros

de calidad que tú no tenías demasiado claros, y que te dan unos datos... tantas sábanas para tal, tal, tal, tal, cosas que tú no das importancia y quizás la “Q” se las da y es importante, ¿no? [CERT5].

“CS: Ya, no es nuestro caso. A ver, nosotros somos de Barcelona, y bueno...CS1: Yo soy (diseñador) industrial. CS: Yo estudié diseño gráfico y tal pero bueno, en la vida he hecho de todo, he estado trabajando en el ramo de la hostelería, bueno él también y bueno... nos lanzamos (rien). CS1: O sea cambiamos un poco la calidad de vida de lo que es vivir en una ciudad y esta casa ya la teníamos... CS: Neorurales, somos neorurales que dicen ahora. CS1: Al principio veníamos los fines de semana, por las vacaciones y tal hasta que dijimos, ostia, Barcelona se está convirtiendo aquello, básicamente es un foco turístico y entonces es mucho más tranquilo vivir aquí, lo que claro, con una casa de estas características es evidente que el coste del mantenimiento de la casa es elevado y requiere evidentemente un negocio y este negocio está bien, es un negocio adecuado para poder mantener la casa. M: ¿Se puede vivir sólo del turismo rural? CS: Se puede vivir. CS1: Pero vivir, sencillamente como quien dice cubrir gastos, sin pretensiones de ningún tipo, ahora aquello de decir como si es un restaurante o una cosa así no. CS: No, porque además nosotros lo hemos montado de esta manera, diciendo todas las reformas que se hacen y tal, pero bueno, si el negocio lo da lo hacemos, si no lo da no lo hacemos. O sea va en virtud de los gastos y los ingresos. M: ¿Tenéis algún otro trabajo complementario? CS1: No. CS: No, yo me dedico al 100%” [CERT4].

El mayor grado de profesionalidad que implica la “Q” de calidad implica mayores expectativas por parte de los clientes y una menor capacidad para justificar los errores.

“CS: Lo que pasa como cosa adversa igual es que si fallas en algo te lo tienen más en cuenta si tienes la “Q” de calidad que si no la tienes. Ésta es la vertiente más...¿sabes lo que quiero decir? Yo ya sé que no puedes gustar a todo el mundo, es imposible, hay gente que saldrá más contenta y... ahora pero normalmente malas experiencias o quejas no ha habido. Ahora el cliente tampoco se merece ser demasiado exigente, va al campo, va a una casa rural, va... ¿sabes lo que quiero decir? El que ya pide aire acondicionado y nevera en la habitación ya le decimos que se está equivocando, que los EEUU los (espera) esta gente ya lo tienen todo esto, aquí en el campo no... [Erien] ni hay no pienso que nunca habrá, nunca se sabe lo que puede pedir el público pero...” [CERT4].

Dado que en algunas de las casas certificadas se persigue convertir esta actividad en la principal actividad profesional, aumentan los servicios, no limitándose al desayuno e incorporando almuerzos y cenas. El buen servicio en estos casos, se relaciona con la dedicación en exclusiva. La racionalización que comporta la certificación es bien valorada sólo cuando la dedicación es exclusiva o profesional, como dicen nuestros informantes.

“Ventajas de estar certificado. A ver, yo actualmente aún... aún hay días que te lo replanteas por la trabajada que hemos tenido. Yo aposté mucho por la calidad, claro.... En casa somos payeses, somos masía turística, yo tengo una carrera pero no tiene nada que ver con el mundo del turismo y si queremos llevar en serio casas de turismo pues... seguro que hay muchas cosas que nos parece que no, pero que no sabemos porque no nos hemos especializado nunca en turismo y entonces creí que una de las maneras era apostar por la formación que te daban los de la calidad” [CERT1].

“Considera que les cases rurales son poco rentables, no son negocios que permitan vivir de manera exclusiva de ellos y menos aún hacerse ricos. Uno de los problemas es que requieren

una importante inversión previa si hay que remodelar la casa. Aún así, en su caso, viven exclusivamente de esto, pero tiene el hándicap de la familia: el negocio permite vivir a la familia unida. La mayor parte de los negocios (para el entrevistado) se conciben como una actividad complementaria a otras cosas como explotaciones rurales, etc. Una casa que ofrece comida, como la suya, es un poco más rentable. Ahora bien, como contrapartida, requiere una dedicación más importante que otros modelos de casas rurales... comenta que al principio compaginaba la casa con otras actividades relacionadas con su antiguo trabajo, pero tuvo que dejarlo porque no podía ofrecer un buen servicio. Su modelo de casa rural requiere una dedicación exclusiva y estar en la casa en todo momento para todo aquello que pueda necesitar el huésped. La casa está abierta cada día y han de estar preparados para recibir un cliente en cualquier momento y poder ofrecerle una cena. En su caso personal, aunque el negocio es poco rentable, supone una satisfacción personal muy importante. Crear y gestionar su propio hotel (lo llama así) tal como le ha gustado hacerlo. Y eso compensa la falta de rentabilidad (...) Modelo del 'bed&breakfast' e inspiración de aquello que él consideraba interesante de los hoteles que conocía. También se declara influenciado por las casas rurales certificadas que tiene la posibilidad de conocer: 'esto es lo que quiero'" [CERT2].

En los establecimientos certificados se observa una decidida apuesta e interiorización del supuesto de que la satisfacción de los clientes deriva de una estandarización de las instalaciones y servicios análogas a los de los establecimientos hoteleros. Los estándares elevados de calidad que implica la certificación impide la relajación de la función directiva. Por otra parte, frente a la versión crítica sobre el reconocimiento de la calidad por parte de los clientes que indicaban los propietarios de establecimientos no certificados, en el caso de los certificados se indica que los clientes, de clase media y media-alta, mayoritariamente, son perfectamente capaces de distinguir entre alojamientos certificados y no certificados. La percepción es que tanto los trabajadores como la dirección en los establecimientos certificados sabe a que atenerse respecto a sus responsabilidades y respecto al grado de exigencia que deben administrarse.

“Enfatiza la necesidad de ofrecer un servicio de calidad y unas comodidades análogas a los hoteles. Apunta a dos puntos clave: la calidad, y la diferenciación (no copiar ningún modelo sino crear tu propio modelo) (...) Valora muy positivamente el sistema de calidad en su empresa. Se considera un entusiasta. Cree que es una cosa muy necesaria. Dice que le ha ayudado a él a saber cómo orientar el negocio y cómo conseguir los objetivos que perseguía. En especial, valora la comunicación con el cliente (evaluación) como mecanismo para buscar la máxima exigencia y la superación. Cree que permite tener un mejor control y un mejor conocimiento de su negocio, y de cómo funciona la empresa. La calidad permite consolidar un sistema de funcionamiento como éste que se muestra adecuado. La calidad permite mantener unos estándares de calidad en el servicio y evita el relajamiento. Lo importante es que evita que la calidad baje. Sí es verdad que al principio supuso mucho papeleo pero para él no fue ningún problema debido a su experiencia anterior. Incluso, antes de implementar el sistema, ya llevaba a cabo aspectos del mismo como la elaboración de registros (copiando lo que había visto en otras empresas), a veces de forma, incluso, más estricta que con lo calidad. No considera que sea un sistema exagerado para la realidad de las casas rurales. Considera que se adapta bastante bien a la realidad de estos negocios. Cree que está bien pasar un examen como forma de mantener la guardia (...) Considera que los trabajadores se sienten motivados de trabajar con un sistema de calidad. Ven así que su trabajo se hace de manera correcta y “es menos estresante para ellos”. “La calidad les ayuda y les hace sentir más tranquilos”. Se refiere a saber exactamente qué han de hacer y cómo lo han de hacer, y de valorar que surge un buen resultado. Cree que la calidad motiva a los trabajadores. Cree que el cliente no conoce en

absoluto la certificación, y sólo después de visitar el establecimiento lo empiezan a valorar. Cree que hay un tipo de clientes (refinados) que no acuden a las casas rurales porque lo asocian a establecimientos que no ofrecen servicios de calidad. Entre éstos cita el caso de los extranjeros. Considera que un extranjero “no se atreverá nunca a entrar en un establecimiento en medio de la montaña que pone ‘turismo rural, jaume coll’, porque piensa que lo tratarán de cualquier manera. No saben cómo los tratarán... les hace miedo entrar. No se imaginan que se encontrarán una cosa de calidad, sino (textualmente) una cosa más cutre. A parte: Observa que tiene una visión del cliente como muy refinado, muy preocupado por los servicios y la calidad. Hay una obsesión por la calidad en el discurso del entrevistado... Creo que el tema de la clase social es importante: está pensando en unos clientes urbanos de clase social media o alta (como ellos). En algún momento insinúa que por este motivo sabe lo que quieren, lo que buscan y sabe como entenderse con a los clientes” [CERT2].

“(...)]El problema es que la “Q” de calidad que nosotros hemos sacado lleva un año y pico con muchos problemas, por tanto ha quedado el tema muy parado, o sea, nos certificamos, justo a partir de aquí ha habido problemas internos del organigrama del ICTE y bien... lo han parado todo muhco. A ver, nosotros lo que hemos hecho hasta ahora y continuamos haciendo, muy así independientemente... es nos enviaron unos nuevos presupuestos para renovar la certificación, no estuvimos de acuerdo porque vimos que en cierta manera nos habían tomado un poco el pelo en cuanto a más de lo que nos costaba y eso... recurrimos el presupuesto... ahora parecer ser que se revisará pero como que entre medio ha habido estos problemas pues... ha quedado el tema como muy parado. Para renovar ¿es más importante el presupuesto que los criterios subjetivos? (...) La “Q” ¿comporta alguna distinción comercial por parte de los clientes? Comercialmente hasta ahora no habíamos trabajado mucho. Ahora empezamos a... a ver, la idea es... siempre he creído que haríamos... lo que pasa es que a veces, enseguida lo queremos y no puede ser... claro, al principio el ICTE te decía: si no tenéis bastantes casas tampoco tiene sentido que salgamos al extranjero, claro... también tiene mucha lógica... si había en toda España 50 casas y hacían una super-oferta en el extranjero con 50 casas ni íbamos a ninguna parte... entonces se dijo que se certificase sin más casas y tendríamos una promoción más fuerte y tenía lógica... Ahora, por ejemplo, anteayer me parece, llegó un e-mail diciendo que ya estaban en la Feria de Berlín y que promocionaban también las casas, quiero decir que ahora se empezarán a mover. Se ha de ver, aún. ¿El cliente lo valora? Yo creo que lo valorará porque realmente si las normas son estrictas y las casas lo hacen bien, lo valorará porque realmente como que hay muchas casas que ahora van por libre, llegará un momento que se tendrá que poner un poco de orden y yo creo que se llegará a valorar. Ahora aún no, ahora el cliente no sabe qué es, ahora somos nosotros que, el distintivo que tenemos colgado les expliquemos al cliente qué es. Y claro, hasta que no tenga conocimiento y finalmente vea las que lo hacen y las que no lo hacen... ahora, actualmente no lo distingue aún. ¿Qué papel están jugando las administraciones? Si se ha hecho, a ver..... nosotros lo que es la auditoría la pagamos, pero el que nos ayuda a preparar la auditoría, el consultor, por decirlo de alguna manera... nos venía proporcionado por el Departamento de Turismo de la Generalitat. Hasta ahora hemos tenido mucho soporte... la verdad. Si no hubiésemos tenido este soporte tampoco lo habríamos hecho. Era un mundo tan desconocido que solos, por libre, no lo habríamos hecho. Problemas y deficiencias por parte de la administración. No. Yo en este sentido creo que hemos sido unos privilegiados, ya que fuimos de los primeros. Dudo que, cuando haya más casas, se pueda hacer de la misma manera. Yo lo hice porque sabía que era el momento de subir al caballo, sabía que había pocas casas y pensé: La Administración nos ayudará y fue todo así hasta el día de hoy. El proceso para conseguir la certificación. Es caótico, mucha documentación. El hecho de tener una carrera... pues, no te pierdes, pero claro, lo normal es que los propietarios de las casas de agroturismo sean payeses y para toda esta gente es una montaña... tenerse que poner en todo este papeleo... lo era para mí que los papeles no me dan miedo y realmente... es perderte en papeles y papeles. ¿Algún desacuerdo en este proceso? Yo creo que la que más, es decir, la norma de dirección era muy exagerada en cuanto a esto... a documentación y documentación que en una casa pequeña se puede llegar a simplificar. A ver que... yo creo que la misma norma podemos nosotros mismos sacar el entresijo para hacer una documentación más simple, pero tendrá que suponer: primero absorber la superdocumentación que te pide la norma y después irla eliminando viendo la que es más obsoleta y no tiene sentido para tan pocas plazas y tan poco personal.. aquí ya lo ves, la chica

de la limpieza y yo y a veces un jardinero que me ayuda con los exteriores... ante esto las cosas se han de simplificar mucho más que no un hotel de 500 plazas que tienen mucha gente... es que la norma de dirección lo abarca todo: recursos humanos, la gestión de proveedores... yo de proveedores tengo cuatro: tengo el del gasoil, el de los extintores y tengo el de ... claro, entonces todo es como muy documentado y tendremos que aprender a simplificar y a enseñar a los del ICTE que la misma norma de dirección se puede simplificar. ¿Está bien tratado el tema financiero? Al tema financiero, hasta ahora se han puesto poco, o sea que lo único que te exigen evidentemente es que hagas facturación, que factures a los clientes y... el tema financiero poca cosa explicaba, yo creo que será un paso más adelante cuando ya se establezca una obligación el hecho de tener la calidad. [CERT1]. ¿Cómo valora la formación recibida por parte del personal? Era la misma. A la mujer de la limpieza yo ya le he dado las instrucciones como... quiero que repases esto siempre, que no se te descuide nunca... es la misma formación que nos daba a nosotros el consultor... Yo siempre, tanto con esta señora que tengo como con el que tengo fuera, se les ha informado de lo que quiere decir estar certificado, o sea, cuando nos estábamos preparando se les informaba, cuando nos dieron la certificación también se les informaba, hubo ciertas cosas que tuvieron que cambiar, se les explicó... son conscientes que es una casa que está certificada y que, por tanto ha de ser mejor en este sentido. ¿Como característica distintiva funciona la “Q”? Aún no, en el mundo del hotel tampoco no... es decir, cuando creas una marca primero la gente la ha de conocer... en cuanto a estilo yo ya estoy muy cansada de aquel estilo rústico tan... porque toda la vida ya lo hemos hecho, entonces he optado por un estilo más moderno... y de hecho el cliente que viene es más joven... De hecho, si han de conocer la zona por el polígono y por el circuito de motos no sabrán si esto es un sitio idílico o no... Diran Olvan, ¿no? Que allí sólo hay polígonos y circuitos de motos... yo no me iría a una casa rural a Montmeló” [CERT1].

2) Se concibe que la certificación “Q” de ICTE procede del sector hotelero y está poco adaptada a las características de las casas rurales. El hecho de que exista una baja certificación bien puede ser atribuido a su origen en los estándares del sector hotelero. Pero en el caso de los alojamientos rurales observamos que el principal escollo, de acuerdo a la línea argumental que hemos hilvanado es la escasa valoración en el proceso de certificación de los aspectos tangibles, de la infraestructura, en detrimento del servicio, tal y como sucede en el sector hotelero, donde encontramos una elevada intensidad de mano de obra por cada plaza de alojamiento.

“Los criterios... habrá cosas que se revisarán, parece ser, pero... se mantendrá bastante. Había la norma de dirección que era la más discutida que quizás era la más discutida no por lo que era sino por la valoración que se tiene... en turismo rural decía que se valoraría mucho la dirección, muy poco la infraestructura y claro entonces... quedaba un poco descompensado. Quizás que bajen un poco el tema dirección en cuanto a elaboración de números, pero yo creo que se mantendrá mucho. ¿El procedimiento es el mismo en cuanto a “Q” en materia de hoteles y a “Q” en materia de casas rurales? Es muy igual. Por ejemplo la infraestructura, yo la de los hoteles no me la he mirado, la verdad, pero ha de ser diferente por narices... lo que pasa es que por ejemplo, como norma de dirección se quejaban porque te equiparaban una casa rural de aquí Cataluña que como máximo puede tener 15 plazas con un hotel que puede tener 200 o 500... ya se ve que no tiene demasiado sentido y entonces en esto se quejaban mucho” [CERT1].

“MF: Muy poco, la verdad es que el ICTE tiene publicados unos requisitos, es un organismo privado que depende de la administración, es un tema privado, que se han (blindado) muy bien una marca de calidad y que la tienen ¿no? Y que e hacen pasar por el tubo con todas sus cosas, auditorías, sistemas, ... te hacen pagar unas tasas y realmente la proporción o lo que tú puedas pedirles es bien poco y teniendo en cuenta que nosotros somos un turismo rural que

además hay cuatro establecimientos en toda España que tengan la “Q” de calidad, evidentemente aún mucho más, si hacen alguna cosa la hacen pensada en los hoteles de costa porque es donde tienen más peso, donde hay más cosa, en la costa y en las ciudades importantes quizás serían los dos mercados donde ellos se mueven un poco... nosotros no somos nada. No nos tienen en cuenta” [CERT5].

3) Algunos de los informantes justifican la escasa implantación de la certificación “Q” de calidad en base a su novedad. El grado de conocimiento de los sistemas de certificación es relativamente bajo pese a los esfuerzos de las instituciones públicas. De hecho, la mayoría de los propietarios de casas certificadas indican que su opción por la “Q” de calidad se debe más a la insistencia de las administraciones que a un conocimiento previo de las ventajas de la certificación

“Sí, hay gente que vendrá. Hay gente que busca la “Q” de cualificación medio-ambiental, hay la “Q” que otorga la Generalitat y supongo que... Diferencias entre la gestión de hoteles y casas rurales en materia de calidad. En tema de calidad la gestión es muy igual. De hecho, cuando hicimos el expediente de calidad, se hicieron como dos expedientes divididos en tres, pero al documentación era básicamente la misma... lo hice con la misma documentación, excepto pequeñas excepciones, pero entonces se trasladó en cinco veces, al tener las casas con cinco números diferentes, pues claro... Se hicieron dos expedientes de calidad con la misma documentación. ¿Cómo sale la idea de certificarse? Básicamente fue mucho a propuesta del Departamento de Turismo... de (...) la encargada de las casas de turismo rural de Barcelona y entonces pues, fue ella la que nos insistió mucho en que mirásemos, ella nos decía que fuéramos primero a las conferencias preparatorias para la certificación de la Q, que escuchásemos porque aprenderíamos muchas cosas y entonces decidiríamos nosotros si queríamos o no queríamos hacerlo... o sea, lo conocimos a través de esta chica que es la que lleva el tema de turismo rural en Barcelona y muy a insistencia de ella que empezásemos a ir a las conferencias y esto fue una apuesta que hicimos. Ya veremos si vale la pena o no, pero fue mucha la insistencia de esta persona que es la responsable de la Generalitat. La conocimos a través de ella” [CERT1].

“Es insuficiente en cuanto al esfuerzo de promoción y de extensión del sistema. Además hay el cambio de gobierno que ha parado todo. Esto ha provocado la parada del proceso de renovación a la espera de saber qué política seguirá el ICTE con el nuevo gobierno. Pedimos al gobierno que nos aclarase hacia donde iría la cosa, pero no hemos recibido respuesta aún. Está parado el tema. Su intención es seguir trabajando en esta línea de todas maneras. Considera que es muy caro: 600 euros por certificarse... por una cosa que después no ves un resultado tangible porque los clientes no lo valoran bastante. Algunos preguntan de qué se trata y sólo lo entienden cuando se les dice que es un sistema parecido al de la ISO, que sí conocen más. Considera que ninguno de los clientes viene hoy atraído por la Q, aunque él sí iría o elegiría un establecimiento por la Q, una vez que sabe lo que es. Dice que nadie elige una empresa de transportes porque tenga o no certificación, y lo mismo pasa con los hoteles. Tampoco se hace bastante desde las administraciones para que el cliente conozca de qué se trata” [CERT1].

“P.- ¿Y la administración está jugando algún papel en la calidad? R.- A ver, tuvimos alguna reunión en Montblanc con representantes de Turismo, y también apostaban porque nos sacásemos la “Q” de calidad, dando información, y animándonos a que lo provemos, y que el año que viene o más adelante saldrán ayudas, pero que de momento no había. P.- O sea, que desde la administración se apuesta por la Q. R.- Sí, pero vale mucho dinero, y la subvención podría ser que te pagasen el primer año la certificación. P.- ¿Y se ha de ir renovando? R.- Sí, cada año. P.- Y ¿podemos hablar de distinción vía calidad del turismo rural respecto a otro tipo de turismo? R.- A ver, sí. Pero hay de todo. Estaría bien que todos, que quieran, que la mayoría accediesen a la “Q” de calidad y que fuese un sector de calidad. P.- Y ¿qué opinión

tiene? R.- A ver, no he leído el dossier, pero hay muchas cosas que se hacen muy pesadas, como si fuésemos un hotel. Y claro, somos un negocio muy pequeño. Pero a la larga, supongo que adaptándolo a tu negocio, supongo que vale la pena. P.- ¿Y esto puede repercutir en los clientes? ¿Los clientes saben si una casa tiene la Q? R.- Hombre sí, porque en turismo editarán unas guías especiales para la gente que tenga la Q de calidad. Vaya, eso es lo que han dicho. P.- ¿Ahora no se están haciendo, verdad? R.- De momento no. Y sólo hay una casa aquí en Tarragona que la tiene, que es El Clos, en Conesa. Me parece que no hay ninguna más. Cuando haya unas cuantas más, de cara a proporcionararlo al extranjero sí que servirá” [E33].

“R.- Yo las normas ISO las conozco des del mundo empresarial, lo que es la “Q” de calidad, creo que en estos momentos se está haciendo un esfuerzo, hoy he ido a una reunión de la “Q” de calidad, que nos están vendiendo que es una panacea, y por otro lado te están diciendo que sólo 500 establecimientos en toda España la tienen, Claro, si éste tiene que ser el boom turístico de calidad que nos tiene que venir, y sólo 500 establecimientos españoles contando que en estos establecimientos entren agencias, apartamentos, hoteles, casas rurales, qué más había..., empresas de transportes, playas,... a ver, estamos en el embrión inicial de esto, ¿dónde llevará?, pues me imagino que poco a poco se irá apuntado gente, la gente irá mejorando sus criterios de calidad, no nos olvidemos, que la “Q” de calidad es un tema que ha salido, que es una cosa nueva, porque los hoteles están dentro de la norma ISO, por lo tanto ya están dentro de una calidad” [E52].

La relativa novedad del sistema “Q” de calidad permite la aparición de argumentos como “una cosa que se han inventado” y que remite al escaso interés por parte de muchos propietarios a una mayor intervención de las administraciones sobre el sector, medidas que pertenecen al campo de las instituciones públicas, con costes de formación, de gestión y que contribuyen a aumentar el tamaño de las Administraciones antes que a aportar soluciones al sector.

“P.- ¿Qué opinión le merecen los sistemas de certificación de la calidad que es la “Q” de la ACTR, y las normas ISO: 9001? R.- A ver, yo este tema de la “Q” de calidad, me la han ofrecido para hacerla, y no la he hecho porque creo que es un engaño de momento, esto de la “Q” de calidad, hasta que realmente no haya, una cosa que esté establecida por toda Europa, ¿eh? Y que sea creíble no sirve de nada, porque la “Q” de calidad es una cosa que se han inventado, ahora aquí, que no tiene casi ninguna norma, simplemente es pagar unos cursillos, pagar una agencia, una gestoría, y aquí se ha acabado, y no sirve de nada, no está regulada casi, entonces yo lo que creo es que se tiene que hacer es a nivel de España, al menos que esté regulado como son las estrellas de los hoteles, pero que haya unas plantillas de la manera que sean, pero que haya unos baremos, pero eso de la “Q” de calidad es una cosa que se han sacado, simplemente para sacar dinero, y no tiene ninguna garantía, o sea una “Q” de calidad no te garantiza nada, ni indica a qué local, qué calidad tiene, ¿no?, es una cosa un poco sin definirse, creo que tiene que haber como las estrellas de los hoteles, bien pues tú tienes la “Q” de calidad que indica que aquel local tiene la higiene tal, o tiene una piscina, o tiene una peluquería, o tiene televisión, teléfono o un nivel sanitario mínimo, pero es que hoy en día no me garantiza nada la “Q” de calidad, y por eso no la he hecho” [E04].

“CS: Primero, es que primero tienen que alcanzar ellos, primero que la administración recoja las basuras, porque yo me he encontrado muchas veces que llevo mi carro con eso del plástico y no sé qué y me encuentro al señor de las basuras que me dice, no señora tírelo aquí que total va todo al mismo sitio, digo mire, no me diga eso porque llevo más de 10 años separando las basuras, no, no, usted no se preocupe que va todo al mismo sitio. Yo digo, mira confío que esto que me dice usted no sea así porque sino es para, para... No, mira que la queja que yo tengo del plan de calidad, la más grande, nos piden una excelencia de gestión que ellos no tienen, o sea, ésta es para mí la queja máxima del ICTE, absolutamente del ICTE, o sea este año nos hemos negado todas las casas de turismo rural de Cataluña que tenemos la Q, nos

hemos negado a pasar la auditoría de seguimiento porque pensamos que es muy cara para las nuestras, porque nuestra actividad, o sea, no está compensada. Y nos dijeron que lo estudiarían, que tal y que cual y que en febrero hablaríamos y no sé qué, yo voy recibiendo e-mails del ICTE diciéndome que ya tengo el presupuesto, tienen una página web horrorosa, asquerosa, no sabes cómo manejarla porque no funciona nada, bueno, y te mandan e-mails diciéndote que ya tienen el presupuesto aprobado y que mires a ver si aceptas o... me lo mandan igual cada quince días y el presupuesto aún no está colgado, es super... si tú no has colgado un presupuesto, no mandes e-mails, no hagas entretener a la gente con absurdidades, porque cada vez que me llaman me pongo de los nervios, sí, sí o sea la excelencia de gestión sí, cuando la administración lo pide que primero lo cumpla ella y después que lo pida a los demás, las normativas, también, o sea que primero la administración cumpla las normativas y después que lo pida a los demás y así todo" [CERT4].

4) Otro de los puntos críticos con la certificación "Q" de calidad no opera como un capital simbólico reconocible por parte de los clientes y por tanto resulta difícil de capitalizar. La composición internacional de los clientes hace que para éstos sea difícil de reconocer la "Q" de calidad, debido a su estricta circunscripción a España. Además, según los informantes existen múltiples certificaciones según el país de origen de los clientes. Por tanto critican la poca estandarización del reconocimiento institucional en el sector, a diferencia de lo que sucede en el terreno industrial con las normas ISO:9000. Como contrapartida, se ha de puntualizar que tal y como indican los informantes, la población de clase media trabaja con frecuencias en empresas certificadas lo que conduce a que el conocimiento de las ISO está extendido socialmente.

"CS1: Realmente no se fijan porque lo que pienso que es importante es que tengas un nivel de calidad en la casa y entonces los clientes que vienen, digamos, unos se dicen a los otros, entonces hay una especie de cuestionario donde la gente opina, si ha estado bien o no, si han comido bien, todo eso. Entonces, si tienes un nivel, un nivel de calidad... CS: Sí, ¿pero sabes qué pasa? CS1: La "Q" de calidad te da un prestigio. CS: Sí, te da un prestigio pero dentro del sector, no de cara a los clientes, ¿sabes qué te quiero decir? De cara al sector tienes la Q de calidad, bueno, bueno, por un lado das mucha rabia [Eríen] CS1: De cara a la competencia. CS: Esto se nota. M: Has aprobado. CS: Y otros dicen, mira qué pérdida de tiempo. CS1: ¡Ah! Pero todo el mundo pregunta lo mismo, ¿para té es algo? CS: Pero, ¿qué es algo? Si para ti son dineros, pues no, pero gestión sí. M: No, pero más que nada el hecho de que te obligan a pautarlo todo y toda esta (racionalización) que implica la "Q" se nota a la hora de ofrecer mejores servicios, mejor calidad, o... CS: Hombre, yo tengo que decir que de todas formas también veo que el cliente no es mucho...CS1: No se fija mucho, ¿no? CS: Si se fija en el servicio que recibe, en la atención, sí. CS1: Pero que tenga la Q... CS: ¡Ah! Pero que tenga la "Q" no, para nada, para nada. CS1: La gente no busca por internet la casa que tenga "Q" de calidad. CS: No, no. CS1: Si la tiene vale" [CERT4].

"P.- Vale, y de los sistemas de certificación ¿qué opinión tiene? R.- Nosotros creemos que la calidad en el servicio es muy personal. Certificarnos con la calidad ISO es una tontería. El manual de procedimiento que nosotros tenemos aquí... A ver, sí que es importante y alguna cosa te puede aportar, pero a ver, no hay manual de procedimiento. Hay uno que básicamente es el respeto, del cliente al propietario y del propietario al cliente. Consideramos que no nos aportaría nada calificarnos con la ISO, quizás alguna cosa en el manual de procedimiento, pero como que el trato es tan personal no puedes coger el manual de procedimiento y aplicarlo

en todos los parámetros: hay parámetros que tendrías que obviar... Hay gente que quiere un trato, gente de otro... P.- Porque ¿la gente los conoce? R.- Sí, aquí hay mucha gente de clase media que trabaja para empresas que están certificadas. Pero no ha habido nunca nadie que lo haya preguntado, la gente que viene aquí pregunta otras cosas que le son de mucho más interés que la certificación. P.- ¿Y el grado de certificación está muy extendido? R.- Yo, que conozca, ninguno. Es que el certificado es muy importante en una empresa, y en un tema y se ha de tener un procedimiento, y la persona que llega, leyendo el procedimiento se pone automáticamente al día en la empresa. Hemos probado de tener personas no propietarias al frente y no funciona. Aquí, es muy cara a cara. La gente, si tiene algún problema, quiere hablar con el amo” [E19-20-21].

“Abajo yo tengo una placa delRCP (routard). Por ejemplo, esto es una certificación que supongo que en esta gente que tienen la guía ésta, pues ellos saben que en esta casa encontrarán lo que más o menos, ellos tienen; si ellos creen en la guía ésta, en el routard, saben lo que les da nuestra casa. P.- Vale, ahora la siguiente dice esto, ¿cómo valora el grado de implantación de de certificación de calidad en el sector? R.- Bien, yo supongo que es teniendo cosas de éstas, ¿no? P.- Sí, sí, pero quiero decir, ¿cree que tendría que haber más, o ... R.- Sí, sí, por qué no” [E14].

5) Una constante en la valoración de los entrevistados sobre la “Q” de calidad es la excesiva burocracia que a su juicio comporta. Esta burocracia, en los establecimientos no certificados, se interpreta como alejada de la relación que debe primar con el cliente: “sentirse a gusto por un precio razonable”. Según los informantes, el servicio es el bien tangible que constituye la casa y el entorno. Por ello la burocracia orientada a la gestión del personal se adecúa poco o nada a este sistema de certificación. Encuentran muy difícil comparar una casa con otras para establecer estrellas, por ubicación, dimensiones, más que por el servicio que se presta.

“P.- Vale, ¿y el papel de la Administración en torno a la calidad? R.- No, nosotros. Hay un papel de calidad, la Q. Podríamos tenerlo, yo lo cogí cuando estaba en la reunión, y vi que era demasiado... Es que son cosas básicas: mínimo dos toallas... R1.- Pero en la reunión también dijeron que había gente de la Conca de Barberà que se la quisieron sacar y que muy mal, que mucho papel y muy mal. Al final les pusieron problemas... R.- Es que los clientes no lo saben. R1.- Es sentirse a gusto y por un precio razonable. R.- Es como, por ejemplo, unos signos: una casa de payés de 1 estrella, o 2 o 3. Pero como vas a comparar una casa de payés con otra? A mi me gusta esta que tiene 2, y a ti te gustará aquella que tiene 1. Son muy diferentes. R1.- Es muy difícil. R.- Valorar la calidad es muy difícil. R1.- No es solo los servicios que puedas dar. R.- Son muchas cosas. R1.- La vista, la ubicación, que esté el camino bien... Nosotros fuimos a una casa rural que destrozamos el coche para llegar. Como mínimo se tendría que avisar.P.- Y en cuanto a la “Q” y la ISO? R.- Aquí hay ISO? R1.- La ISO se puede aplicar a todo. Yo pienso que la gente de turismo rural tampoco lo exige. Es cumplir una serie de requisitos básicos, cumplir mucho papeleo, y te lo dan. Ellos cuando vienen aquí no lo tienen en cuenta. P.- Pero se puede hablar de distinción por vía calidad el turismo rural? R.- Los hoteles turísticos [Ede costa] si que te ofrece más cosas materiales, pero nosotros ofrecemos otras cosas, no es comparable. R1.- Porque un hotel es un hotel, no te puedes sentir como en una casa rural, que la has alquilado entera. R.- No puedes salir y ver los caballos, ni las gallinas. R1.- No puedes ir a la cocina y hacer lo que quieras. R.- Tu si vas a un hotel quieres comida y una habitación limpia. Y si quieres ir a una casa rural quieres tranquilidad y que te atiendan bien. R1.- Y hoteles en el campo normalmente no hay. Tienes que ir a las ciudades, a las capitales de comarca. Y si miras en el campo las otras cosas que hay, son refugios y albergues. Y si comparas la calidad de un albergue o una casa rural no tiene nada que ver” [E09].

6) En general, el conjunto de entrevistados no certificados indica que los costes económicos formales relativos a su implementación la hacen inasumible, especialmente en lo relativo a los costes de implementación que aplican las entidades certificadoras, pero especialmente, por la necesidad de renovar la certificación. En opinión de los informantes, el pequeño tamaño de los establecimientos y la baja facturación suponen una importante traba para incurrir en este tipo de costes fijos. Los propietarios que han certificado su establecimiento son conscientes de que los ingresos no aumentan con la certificación y los costes de gestión de la institución certificadora no justifican sus costes.

“Si tú estas pidiendo que para tener la “Q” esto me ha aumentado los clientes y por eso yo tengo más ingresos, no, eso no. Lo que nosotros estamos detectando des del ICTE y esto también lo hemos comentado con los compañeros que tienen la “Q” es que nos da mucha rabia que de vez en cuando el ICTE nos hace unos envios de material que no hace falta, porque son unos libros donde ponen todos los establecimientos de todas las diferentes parcelas que hay en turismo de quien se ha adherido o no se ha adherido con un aquello, muy bien editado, más unos bolígrafos, más unos posters, un poster doblado en cuatro que si el poster te gustase por lo que fuese tampoco ya no puede porque está estropeado. ¿Sabes que te quiero decir?, y dices, hace falta que el ICTE se gaste este dinero pudiendo hacer campañas de promoción auténtica y real de las casas que realmente han hecho el esfuerzo, las casas, hoteles, cámpings, lo que sea que han hecho el esfuerzo de, estas casas están demostrando que tienen una voluntad de servicio porque sino ya dices yo continuo con mi manera de hacer las cosas y si voy bien, voy bien y que, para mi perdone pero hay gente que lo puede pensar. Entonces esto pasa, me he ido de la pregunta totalmente” [CERT4].

“Te has enterado ahora... y claro, a parte de lo que es la auditoría has de pagar unos derechos de marca y unas cosas que, claro, tú estas haciendo un gasto que no te aporta beneficios a tu negocio, a tú sí porque te supone mucho trabajo conseguirlo y, pero es muy desproporcionado y no hay un estudio real de lo que es turismo rural, además nosotros que somos turismo rural auténtico, quiero decir y a parte de este trabajo tenemos mucho de otro, no sólo hoteleros y no nos lo habíamos pensado nunca, es una cosa que nos ha veido de más y con muchas ganas de hacerlo pero no (hemos ido) ni a hostelería, ni a turismo... ¿sabes? Es un poco desproporcionado totalmente, quiero decir... yo por mí ¿eh?, aquí en mi casa, no sé las otras y además, no te dejan crecer, yo no puede tener más de quince plazas (...) MA: El ICTE nos lo gestiona porque nos está gestionando pero es que no tienen ni idea los del ICTE, nos hemos encontrado que somos los primeros que nos auditan ellos, y hemos ido perdidos todos, los asesores y hasta la auditora y todo el mundo pero no hay... o sea te encuentras pagando y nadie que te venga detrás para ayudarte un poco, fatal porque nos auditamos y aquí no ha venido nadie más, estamos pagando a Costa Brava Centro que es el que nos lo gestiona porque además estamos obligados, por estar en la “Q” has de estar en alguna asociación porque no puedes ir por libre y estás muy atado y vas pagando a mucha gente que no garantiza...” [CERT6].

“MF: Hay una que es muy clara y que nos hemos plantado las cuatro casas que lo somos es con el tema de las auditorías, ¿no? A nosotros nos obligan a pasar una auditoría cada año y no estamos de acuerdo porque es un coste elevado, además una auditoría no puedes negociar el precio, te mandan ellos la empresa que quieren, has de pagar lo que te piden... no estamos de acuerdo ni con precios de estas auditorías porque son muy elevados, estamos hablando de 800-900 euros por venir aquí... nosotros no somos un hotel de o un... no, trabajadores, yo, no hay nadie más... una cosa es ayuda... lo que representa el coste sobre nosotros es mucho más grande, claro, 900 euros aún les cobren 1200 en un hotel de lo que sea o un grupo hotelero no es nada, para nosotros es mucho más, por eso este año nos hemos plantado, dijimos que no,

que basta y que no aceptábamos la auditoría y se está negociando a través de (Restaurante Centro) y el ICTE a ver para dar una solución a las casas de turismo rural. Primero que ya no tenemos un cuestionario específico de turismo rural, es de hotel, claro, está claro, la compañía es muy difícil, como quieres que nosotros la tengamos organizada, es Juan, Juan y Juan, Claro, es un poco absurdo y responsabilidad, claro, son todas estas cosas que te quedan un poco difuminadas en una casa de turismo rural. Vale, podemos aceptar no tener un temario específico para nosotros, porque hay hoteles y no se quieren tomar la molestia de hacer una para nosotros, vale, pero el tema de las auditorías y el coste que tiene para nosotros, no nos parece bien. Cada dos años y rebajar el coste de las auditorías para nosotros, estamos esperando a ver que dice el ICTE porque nos tiene abandonados, no somos importantes, no sé si hay una docena en toda España” [CERT5].

7) Uno de los principales problemas en relación a la “Q” de calidad según los informantes es que, tras ser concedida, debe ser renovada anualmente. A este respecto se encontramos un elevado rechazo a convertir la certificación en un coste fijo anual. Por tanto, la “Q” de calidad resulta poco compatible tanto con el modelo de complemento de rentas como con las estrategias patrimonialistas por parte de profesionales que tratan de evitar todos los que sean costes de gestión y gestión profesional de los establecimientos.

“R.- Una cosa es la “Q” de calidad y otra el distintivo medioambiental. El distintivo medioambiental pienso lo mismo, pero como mínimo no es tan caro. Pero pienso lo mismo, que no se ayuda bastante. Y es vergonzoso, que yo tomo una opción personal muy costosa a nivel de dinero y de trabajo, para restaurar la naturaleza, y he de pagar para tener este distintivo y para conservarlo, cuando creo que debería ser al revés. Si realmente se quiere potenciar, a mí me tendrían que descontar alguna cosa, no? Pues al revés, soy yo quien pago” [E34].

“P.- Y en referencia a la Q, ¿cómo es que hay tan pocas casas que hayan optado por la “Q”?
R.- Es que es caro, ¿eh? El año pasado había una ayuda. Lo miré y... Lo tengo claro porque es una manera... Pero estuve mirando todo el programario y valía... Encuentro que está muy orientado a empresas grandes. Aquí lo que no puedes es gastarte 70.000 pesetas para obtener 60.000 a cambio. Tu beneficio sería que las 10 que pierdes, ganarlas. Me parece bien como un argumento de márketing, pero mi argumento es hacer fotos de la casa que estén bien y que, cuando vengan aquí, encuentren lo que se esperaban. Es un camino más lento. Que cuando entres por esta puerta lo notes...” [E 36].

“R1.- Lo que pasa es que esto tiene unos gastos. R.- La administración está poniendo asesores de calidad gratuitos por si la quieres implantar, y muchas gracias. La administración tiene unos límites de pago, y este asesor no da abasto. Con muy buena voluntad, reúne todas las casas interesadas y les dice : habéis de hacer estos registros, habéis de hacer esto, aquello... Nosotros si estamos para atender a los clientes, no estamos para rellenar papeles. La administración te ha abierto los ojos, pero tú a estas personas no las puedes contratar, por tanto contratas unas personas que se ocupen ...” [E 37-38-39].

8) La certificación se encuentra poco adaptada a la realidad laboral del sector, ya que en un sector sin empleados produce asombro ver indicaciones respecto a la implementación de la “Q” de calidad como la elevada división del trabajo que esta propugna o la necesidad de que los establecimientos con 20 empleados deben de tener anualmente a tres en formación. Los propietarios de las casas certificadas son

especialmente conscientes de las incoherencias que plantea el modelo de certificación en lo relativo a la gestión de personal, en tanto que la figura del empleado es prácticamente inexistente. Sin embargo, si hemos podido constatar como las empresas certificadas reconocen recurrir en mayor medida a la contratación de personal y de servicios a otras empresas, aunque se conciba de forma puntual.

“CB: Pues que aquí estamos nosotros, somos una persona que lo hacemos todo, no hay... aquí a veces te piden un libro de gobernanta, no hay gobernanta, de camarera, no hay, hay un montón de hojas para personal que no existen pero que lo han de tener, se ha de rellenar, se ha de hacer el registro, todo eso es perder el tiempo, no tiene sentido porque claro, es fantasma, y son unas cosas que han cogido del sistema de un hotel y lo han traído aquí y la realidad es otra. M: ¿Qué sueldo, cuántos trabajadores sois aquí? CD: Estamos mi hermana y yo aquí. M: Y no tenéis a nadie más trabajando aquí. CB: No, somos nosotros” [CERT3].

“M: Sois vosotros quien lo lleváis, ¿no ? CS : Sí,. M : ¿No tenéis más gente ? CS : No, bueno tenemos una chica que nos ayuda un poco a hacer las habitaciones o sea dos veces a la semana y a veces tenemos un chico que nos ayuda a hacer el jardín, o sea, viene cuando tiene tiempo y cuando no tiene no viene, es un poco como pasa con las tiendas pequeñas, pero evidentemente cuando hemos de hacer mantenimiento hay cosas que las hacemos nosotros o hay que las damos a hacer a industriales especializados. M : Mantenimiento de muebles o de... CS : Bueno de todo, de todo un poco, de agua, de luz, de muebles, de pintar, de todo, para mantener las instalaciones como hace falta” [CERT4].

“P.- Entonces, las administraciones con la calidad del sector, ¿qué están haciendo ? ¿Deberían hacer alguna cosa más ? R.- Está haciendo, está intentando implantar cosillas, ¿no? A través de esto se nos ha informado, lo que pasa que con este sector de modelos de calidad parece que no estén demasiado completos, entonces hay el tema de la « Q » de calidad, pues se ha hecho alguna jornada, que se ha informado, y no sé qué, ahora parece que saldrá un modelo más bajo, porque el tema de la « Q » a pate del propio sistema, la acreditación pues vale un dinero, y nosotros la filosofía que teníamos es de trabajar con calidad, por ejemplo aproximarse a un modelo de la Q, pero no necesariamente, al menos no ahora para acreditarse, quiero decir no lo tengo ahora claro, que el coste de sacarte la certificación lo pudiésemos rentabilizar, ¡ahora por ahora! R.- Entonces, estas normas de la « Q » y las normas ISO 9001, ¿qué piensas? R.- A ver yo pienso que todo son sistemas, cualquier sistema de calidad, me pienso que nos puede ayudar y que se ha de ir implantando, un poco también con nuestra filosofía que es una empresa pequeña y es una actividad complementaria y vamos haciendo, supongo que si sólo nos dedicásemos a ésto, iríamos a otros ritmo como que hacemos otras cosas vamos a un ritmo más pequeño, y lo otro es que encuentro que falta que se defina, un modelo específico para las casas rurales el 9000 es para servicios y mucho más genérico, la « Q » de calidad entran tanto, cuando yo he visto modelajes, entran tanto casas de payés, como para hoteles que tienen 30 habitaciones, entonces claro, entonces lees estas cosas, y dices si nosotros somos tan pequeños allá al lado, pero bien un poco es ir cogiendo lo que a tí te puede ir bien, ¿no ? Por ejemplo, hace poco nos íbamos mirando el modelo de aproximación a la calidad turística, y bien decía bien el personal, pues te has de comprometer a enviar al personal y que reciba la formación adecuada, si la empresa tiene hasta 20 trabajadores has de enviar tres, y dices bien nosotros de trabajador de dedicación completa no hay nadie, lo hacemos. P.- Claro, es que muchas son empresas familiares que... R.- Entonces, en cuanto a estos modelajes te espanta un poco en este sentido, ¿no ? Por ejemplo cuando lo estábamos comentando con Rosa, decías bien, 20 trabajadores, te lo tomas un poco riendo porque dices, claro, nosotros somos pequeños, ¿no ? Ya sé que supongo que hacerlo estándar para cada uno supongo que sería muy difícil, ¿no ? Entonces piensan con esto aprovechar, el conocimiento que me puede dar de cada sistema y aplicar lo que puedas, y lo que podamos poco a poco ir aplicando, ¿no ? Porque poco a poco, e ir introduciendo cosas » [E03].

9) Paradójicamente, es un sistema que promueve la participación, pero donde cuesta cambiar las normas institucionales, en tanto que divide entre aquellos que planifican las normas de trabajo (procedimientos) y aquellos que las aplican. Además, la certificación encuentra la problemática de que la infraestructura del mundo rural dificulta la implantación de determinados preceptos, especialmente los ligados a la recogida selectiva, los usos energéticos.

“MA: Desproporcionadísimo y además, de momento ha colado pero parece como si estuviésemos obligados a hacer una auditoría al año y las casas planteamos, pues, que hubiese un cliente sorpresa, que de hubiese alguien que viniese a vigilarnos si realmente hacemos bien lo nuestro pero no que tuviese que pagar, preparándote para un examen, aquel día puedes tenerlo todo muy bien y eso, y pagar, pagar y pagar. Una marca que no conoce nadie, pero nadie y después el cliente se piensa que por tener más títulos, por tener más marcas li cobrarás mas, ¿sabes? El Ministerio te lo vende así, que si tú tienes una “Q” puedes subir precios pero no es lo que a nosotros nos interesa porque después la gente se espanta” [CERT6].

“P.- ¿Y qué papel están jugando las administraciones en relación con la calidad del sector? ¿Qué hacen, no? R.- Están defendiendo el tema de la norma de calidad, ¿no? De la aceptación de las normas de calidad, ¿no? Lo que pasa que un poco: que si tienes un contenedor, que si tienes un no sé qué, que si las bombillas son de esto, que si no sé cuantos, es decir, no parece que sean unas normas muy pragmáticas, ¿no?, han creado una norma de calidad de “coper”, qué haces con el gasoil, qué haces con los aceites de las sartenes los tiras o no sé qué, quiero decir, bien, recibí una encuesta así un poco atípica, y bien que el señor que hay en la casa recoja el aceite utilizado y lo tire no sé dónde, porque aquí arriba ¡no sé cómo se podría hacer!, claro, a veces las infraestructuras que hay en la ciudad, no están en una población rural, y entonces dificultan un poco, ¿no?, si utilizas energía solar, ¿no?, energía solar, no sé hasta qué punto es operativa, o no es operativa, tengo mis dudas de que sea operativa, ¿no?, quiero decir, estás en medio del campo, en una zona que no tienes la red eléctrica posible para hacer eso. Yo creo que eso es mucha teoría y poca, poco realismo, yo también en algunas encuestas de esas te pone que pongas una etiqueta que diga: “cierre el agua”, “cierre el grifo del agua”, son estas cosillas que dices...; si una persona tiene un comportamiento mínimamente normal, pues no lo hace, pues si no lo tiene, pues a veces tienen todas las luces encendidas, pues escuche, tú en tu casa no lo haces, entonces pues... bien, has de estar encima de las cosas, pues todos estos comportamientos de gasto energético principalmente, o de reutilización, pues uno ya los contempla, pero la gente, no todo el mundo tiene estos controles de esto. Es que es muy difícil ir y decir: mire el grifo, cierre siempre el grifo, duchese en vez de bañarse, claro es que tendría que ir poniendo pegatinas por todos los sitios, claro, has de decir, ves explícale al señor alemán, o al señor tal, que ponga el aceite no sé dónde, y después tú vacía el aceite reciclado no sé dónde. Quiero decir, claro después te mandan las encuestas de control de calidad, de medioambiental y no sé qué historias, con eso, ¿no? Yo que he hecho alguna licencia ambiental en alguna empresa, pues también te marean con miles de preguntas, y te dicen, y al final dices sí mire: tiene contenedor de papel, de botellas, uno de no sé qué, y al final ¡no sé si les sirve para nada!, pero bien tú tienes, la administración lo que quiere es que tú tengas documentación en regla, porque si un día hay problema, la administración sale con los papeles dados de alta, y así la administración no asume estos... entonces la experiencia práctica es un poco ésta. La administración siempre quiere tener la protección de una normativa de cumplimiento, y la otra historia. Pero después quién lo comprueba eso, cómo se comprueba si has tirado el aceite de la sartén por el fregadero, qué tenemos depuradora aquí, para comprobarlo. Hay una serie de hechos prácticos, que dices muy bien, yo pongo una etiqueta diciendo: “el aceite no me lo tire”, que los papeles los separe de los productos orgánicos, el no sé qué, pero bueno, ¿quién lo hace todo eso?, esto salió un poco de la norma “Q” ésta” [E18].

En definitiva, la respuesta colectiva es renunciar a la certificación, evitando una competencia no deseada entre los establecimientos. De este modo, en lugar de elevar el reconocimiento del conjunto de establecimientos por medio de la certificación se acuerda la no certificación como medio de no introducir más costes de competencia entre alojamientos. Así, pese a que como hemos observado los informantes reiteran la necesidad de establecer sistemas de catalogación de los alojamientos rurales, son reacios incurrir en los costes que comporta la implantación y renovación de la certificación. Pese a esta estrategia, observamos también una demanda a las administraciones para que se establezca algún tipo de reconocimiento formal de la inversión realizada en los establecimientos.

“R.- Es que no me gusta, creo que debería ser diferente, por ejemplo que cada año viniése alguien de la Generalitat y que lo valorase, es que creo que todos deberíamos tener la “Q” de calidad, y sino debería de ser algo gratuito, alguna cosa que hiciese el departamento de Turismo que hiciese un seguimiento, y sólo te dicen sí, toma abre la casa, y entonces ya pasan; quiero decir, des del día que abrí la casa, nada, lo único que te dicen cada año es si has ampliado la casa, si hay nuevos precios para modificarlos en la guía, o es que hemos cambiado de nombre..., y nada, tú te tienes que espabilar en promocionarte a buscar clientes, calro que ya es eso, pero pienso que te tendrían que ayudar más de lo que están haciendo, quiero decir ayudando más a los sectores grandes, que no en este sentido, ¿no?” [E41].

“P.- Entonces, esto ¿qué opinión le merecen los sistemas de certificación de la calidad como ahora las normas ISO: 9001? R.- ¡Uf!, estuvimos hablando el otro día, y que no puede ser esto, porque es una utopía, llegamos todos los de la asociación a la misma conclusión...” [E02].

El acuerdo tácito consiste en no certificarse, esencialmente debido a que el retorno económico es cuestionable. Sin embargo, existe la percepción de que una casa que ofrezca un mal servicio puede erosionar la reputación del resto de casas rurales de la provincia. Todo lo anterior se explica porque en esencia se trata de una lógica (manera de comprender el negocio) patrimonialista antes que empresarial. De ahí que la calidad se encuentre en contradicción entre la que el propietario quiere dotar a su patrimonio y la que los clientes pueden esperar en la actividad turística. Hemos de recordar que todos los informantes, tal y como muestran los datos de INE, indican un crecimiento continuado de la competencia que muestra como resultado un descenso de la ocupación media. En este contexto, la certificación, dada cuenta del carácter patrimonialista de estos “empresarios” es un modo de “complicar la vida”.

“ P.- ¿Qué es la norma, bien la “Q” para la Asociación por la Calidad del Turismo Rural? R.- Sí, ésta, me mandaron una encuesta y decía tantos puntos, 3 puntos, 2 puntos, 5 puntos, y al final dije: que no me maree, no me maree...” [E18].

“P.- Dide: ¿qué papel están jugando las administraciones en relación a la calidad del sector?
R.- Desde España supongo que nada, y desde Cataluña, hombre, se intenta, desde la Generalitat darle un poco de distinción, a los establecimientos de casas rurales y todo eso, intentan diferenciarlo un poco de los alojamientos normales. P.- Vale, dice ¿qué problemas plantean los empresarios, las administraciones y los trabajadores para aumentar la calidad del sector del turismo rural catalán? R.- ¿Qué problemas? P.- Sí, qué problemas plantean, o si conoces que igual, no... R.- Quiero decir, supongo que es dar un poco de uniformidad a todas las casas ¿no? Que no te encuentres una casa que haga perder el prestigio de todas las otras, ¿no? Supongo, vaya” [E16].

“P.- Vale, y entonces ¿cómo valora el impacto de la temporalidad de la calidad del servicio?
R.- Es esto que estoy diciendo, que por ejemplo trabajarás al mes de agosto, y trabajaremos los sábados del resto del año, yo tengo, lo que haría que pudiésemos aguantar un poco mejor, todos en general, es que pudiésemos trabajar entre semana, porque sino se ajusta mucho, y ahora además...A ver Prades, hace 4 años sólo había las plazas de Ca Espasa, que es un hostel, después hicimos nosotros, detrás nuestro, el año siguiente se creó otro hostel en la Plaza Mayor, ahora están haciendo una casa de payés, y hay otra que también ya está abierta, es rural independiente, pues claro, esto aumenta, si no nos aumenta la gente que viene, a oferta ha subido, pero la demanda si es la misma, entonces al menos nos hemos de repartir entre todos, y pues lo que interesa es hacer propaganda..” [E14].

Los propietarios de casas certificadas son críticos con el escaso asociacionismo y disposición a adoptar acciones colectivas, como la certificación, por parte del conjunto de los propietarios del sector. Por último, el modelo de negocio está desvinculado mayoritariamente tanto del asociacionismo como de las alianzas estratégicas. El concepto de alianza está vinculado según los informantes a las redes de captación de clientes, especialmente a través de Internet -Agencias como turisverd.com o tot rural.com-.

“P.- Vale, ¿y ha establecido alguna alianza o acuerdo con las casas rurales dentro de su sector?
R.- Nosotros, estamos influenciados a Turisverd, en la asociación de turismo rural catalana, por lo tanto pues sí que hay una relación pues a través de esta asociación catalana de turismo rural, que presta servicios principalmente pues de gestión de reservas, ¿no?” [E18].

“Estamos en la Federación de Agroturismo de las Comarcas del Interior, lo que pasa es que este mundo no acaba de funcionar, y esto que mi madre fue la fundadora de la Asociación del Berguedá, fundadora y presidenta de federación... es un mundo que no... los catalanes no nos sabemos asociar, somos demasiado individualistas, no... Los temas legales de presión no... se están discutiendo por tonterías... lo que siempre nosotros hemos defendido era que la federación había de servir para defender temas de presión frente a la administración y después temas de promoción pero en plan fuerte, no de tener una central de venta directa, de tener una centralita que me reserven cuatro días mi casa, no eso, sino temas de promoción internacional, temas importantes y sobre todo temas de presión y negociación frente a la administración... pero la gente vive cerrada en su propia casa que es incapaz de mirar más allá...” [CERT1].

6.4. La autenticidad de la experiencia rural

El concepto de turismo rural no suscita una definición unánime entre los informantes, especialmente en lo relativo a aquello que debe constituir la experiencia

turística rural. Y es que la actividad turística rural ni conlleva un desarrollo económico de gran trascendencia ni a la re-invencción empresarial de los actuales alojamientos rurales. Ni se dirige a nuevas fórmulas empresariales, ya sean micro o de mayor estructura y volumen de empresa, ni, incluso los ocistas de este servicio buscan, a nivel de motivación la satisfacción en el uso de una experiencia rural auténtica.

“CS: Mira, tengo que decir que al principio la gente era más auténtica, es decir, el que iba al turismo rural eran verdaderamente unas personas con respeto a la naturaleza, ganas de compartir espacios, excursionistas natos, pero o sea des del más pequeño al más grande y acostumbrados a hacer montaña y tal y cual, y desde hace un par o tres de años o sea, son recién llegados como si dijéramos del turismo rural y tal y cual porque se ha puesto de moda y te piden pues la piscina, juegos para niños, o sea que van pidiendo cada vez más cosas, incluso, como ya te he comentado antes que me pedían si tengo aire acondicionado, si tengo nevera, o tele en las habitaciones, cosa que ya... lo peor que puedes hacer es tener clientes porque sí y con falsas expectativas, todo esto, fuera, fuera fuera, todo esto ha cambiado porque ya te digo, cuando abrimos éramos seis habitaciones con baño a compartir y ya llevábamos tres años y tal y cual y me acuerdo una semana santa que vino una pareja o dos que, hasta, lo comentábamos y además salía en nuestra publicidad, a las webs y en todos los sitios y se quedaron horrorizados porque no les, porque claro quizás cuando hablas la primera vez has de decir muchas cosas de dónde está la casa, de los precios, de la cena... e igual no les dije y se quedaron horrorizados de tener que compartir el baño con... además sólo compartían dos habitaciones, podía ser peor que compartían cuatro por proximidad, y entonces nos dimos cuenta de que, bueno que era imperativo hacer baño cuando se pudiese hacer. O sea era una gente que al principio, eso de los baños compartidos nunca en la vida ningún problema menos la vez ésta de esta persona que se escandalizó, que no se fue porque, no sé, no tenía sitio donde ir, sí, sí, ha cambiado, además nos encontramos muchos que es la primera vez, hombre, tú a la tuya, no sé, si hay algo que no sabes pues me lo pides y tal y cual pero como si estuvieses en tu casa no hay un comportamiento estándar que... CS1: A la gente les da un poco de respeto cuando ven, por ejemplo, yo que sé, muebles antiguos y cosas de éstas. CS: Además se imaginan más granjas, sí claro. CS1: Pero eso pasaba antes, ahora ya no últimamente. CS: Es que hay de todo, de cara al público ya lo sabes, pasa absolutamente de todo” [CERT4].

Los dos ejes fundamentales que condicionan las percepciones acerca de lo que es o lo que debería ser la experiencia turística rural son los siguientes: 1) la inclusión de los establecimientos rurales en la demarcación turística Costa Dorada, reconocida esencialmente como destino de “sol y playa”, y 2) la diferente valoración sobre la necesidad de que el sector deba recrear una experiencia rural “auténtica”.

1) *Lo rural, el sol y la playa*: Para los informantes la oferta de turismo rural debería distanciarse de la fórmula de turismo convencional de sol y playa a efectos de diferenciación que permita una posición competitiva adecuada en un contexto de saturación hotelera, y centrar su atractivo en el mundo rural, lo que nos remitirá más abajo a los elementos constitutivos de un “experiencia rural auténtica”.

“P.- ¿Y se puede hablar de que en el turismo rural hay una distinción respecto al turismo de costa vía calidad? R.- Exacto. No tiene nada que ver, a quien le gusta la costa no le puede

gustar, por principios, el turismo rural. Es una cosa contrapuesta. P.- O sea uno de los puntales para sobrevivir es la calidad. R.- Sí, es que es diferente público” [E10].

« A ver, esto no es turismo de sol y playa. La inmensa mayoría de las casas de aquí incorpora eso, las 3 patas : la naturaleza, la gastronomía y la cultura. Y tienes románico, gótico, medieval, bodegas modernistas, castillos... Por lo que respecta a la naturaleza tiene Prades, tienes Miramar... Absolutamente de todo. Setas, senderismo, las forjas, paisajes naturales vírgenes, la sierra de Serral, ... » [E36].

Pero antes de abordar la “autenticidad” de la experiencia rural, conviene acercarnos a la influencia que el modelo tradicional de sol y playa, tan geográficamente próximo, ejerce sobre los establecimientos estudiados y que coadyuva a generar complejidad en relación no sólo al fenómeno de la autenticidad sino también a la competitividad del sector. Buena parte de los dilemas que nuestros informantes se plantean acerca del producto que están ofreciendo a sus clientes radican en la proximidad a la costa y la inclusión de su establecimientos en la demarcación turística Costa Dorada. Esta ubicación geográfica remite a una relación dialógica entre la adjetivación rural y el sol y playa. De hecho, los establecimientos rurales de la demarcación Costa Dorada están afectados por una estacionalidad muy similar a la de los establecimientos litorales, que implica ausencia de clientes en el invierno y sobredemanda en los meses centrales del verano.

Rasgos característicos de las casas rurales más próximas a la costa son que una de las principales actividades de los “turistas rurales” en la Costa Dorada continúa siendo “pasar el día en la playa”. Como se observa en la siguiente cita, los propios propietarios/empresarios, aunque se trate de casos excepcionales, valoran que la oferta alternativa es escasa o poco apreciada por los clientes. El peso de la denominación Costa Dorada crece en el contexto de la globalización, moldeando imágenes y prejuicios que los turistas extranjeros poseen acerca de las casas rurales situadas en la provincia de Tarragona de modo que los Europeos, tras décadas de veraneo en las playas de la Costa Dorada “piensan que estarán alojados a 20 minutos andando del mar”. Pero no sólo los europeos, sino que la proximidad del mar continúa siendo uno de los principales atractivos para buena parte de aquellos clientes que proceden del interior.

“... porque montar una casa tan cerca de la playa es ruinoso. Entonces, qué pasa, la gente en días que llueve como hoy preguntan: hoy qué podemos hacer ya que no se puede ir a la playa. ¿Dónde los mandas? A la Conca, a hacer la ruta de los monasterios, o al Alt Penedés a mirar

las cavas, o ir a Sitges. Aquí no hay nada. Es una comarca que hace unos años vivía de Calafell, de reventar las playas, y ahora no hay ni Calafell” [E22].

“P.- Y la condición económica previa puede influir? R.- Sí, yo creo que sí. Porque yo creo que podríamos hacer súper jardín, o mucha publicidad por internet, y hacer piscina... Hasta gente del extranjero. Para los extranjeros, si estás cerca del mar, mejor. P.- Porque hay otros clientes que buscan al revés. R1.- Los autóctonos no quieren mar. Los extranjeros que han llamado no han venido porque estamos demasiado lejos del mar. Se pensaban que estábamos a 20 minutos andando” [E09].

“P.- ¿Qué características poseen los clientes que optan por el turismo rural? R.- Hombre, supongo que hay diferentes, depende de la zona también, tampoco no se puede generalizar, pero supongo que mucha gente de por aquí vienen por la playa, quiero decir, y la mayoría son de por aquí arriba de Aragón y de provincia de Lérida. Pasan por la carretera y lo que buscan es la playa, pero aquí encuentran un poco más de tranquilidad, que no en Hospitalet, que hace un poco más, de buen tiempo representa aquí. P.- Vale, dice : los clientes proceden de... ya me has dicho de Aragón y de Lérida. R.- Bien, hay de todos los sitios, aquí en Hospitalet de l’Infant también hay bastante gente que es francesa, quiero decir que hay mucha, así como en Salou es más famoso el inglés, pues aquí en Hospitalet hay mucha gente que es francesa, también tenemos gente en la casa que son franceses, ¿eh?. Pero generalmente es eso, Cataluña, principalmente Lérida o Barcelona, de Barcelona hay en todos los sitios, es decir, está plagado de gente de Barcelona por todos los sitios, pero... básicamente eso, Lérida y Aragón ...” [E16].

“P.- Vale, de manera aproximada ¿me podría indicar la cantidad mesualmente? Más o menos. R.- Se ha de ir un poco por temporadas, la temporada alta y después Pascua y algunos puestes pues, la ocupación es completa, y el resto del año, pues... P.- Pero, por decir un número, aquello son 17. R.- ¿Un número de clientes? P.- Sí, de clientes mensuales. R.- Cuando dice número de clientes, ¿quiere decir grupos de personas o número de personas? P.- Claro es lo que decíamos el otro día de diferenciar el concepto de clientes del de ocupantes. R.- Si el modelo fuese por habitaciones, entonces dice número de clientes, pero si es ocupación de casa entera, pues bien, puedes decir número de personas, pues mira, si dices 10 a la semana, por cuatro 40 personas en el mes de julio, y 40 personas en el mes de agosto y el resto ya depende mucho de los... P.- Vale, ¿qué características cree que poseen los clientes del turismo rural? R.- Pues las características, quizás son personas que huyen del modelo tradicional de playa y que buscan un entorno un poco más, tranquilo, entorno rural, con la vegetación, con la casa con unas ciertas comodidades y un cierto silencio, buscan un modelo de turismo más cerca de la naturaleza y más tranquilo, ¿no?, fuera de las grandes masificaciones de la costa, y eso, pues hay mucha gente que lo rechaza. P.- Vale, y sus clientes ¿de dónde proceden? R.- Pues de Francia, de Holanda, de Bélgica, belgas, españoles, ingleses, un poco de..., básicamente europeos de la unión Europea, sobre todo del área ésta pues de... Inglaterra, francia, Bélgica, Holanda, y nacionales, ¿no?” [E18].

Dado el atractivo del sol y la playa para los clientes de estas casas rurales, hemos podido comprobar cómo, el *mundo rural* ofertado incluye de forma intensiva actividades asociadas al modelo de sol y playa. Los empresarios turísticos rurales son conocedores de una demanda con preferencia por combinar estancia en el mundo rural con actividades vinculadas al sol y a la playa y, por ello, las incorporan en sus recomendaciones a los clientes. Las actividades complementarias que practican y que el propietario/empresario sugieren a estos turistas, son similares a los turistas de sol y playa: visitas al parque temático (Port Aventura) o a parques acuáticos (Aqualeón). No podemos soslayar que también combinan otros atractivos en su oferta complementaria, tales como rutas que podrían calificarse como más próximas al

mundo rural (ruta del Cister, Santes Creus, visitas a bodegas...) pero donde tienen un peso similar las urbes próximas, como Tarragona ciudad o Reus. Y es que para los clientes el espacio rural no es más que otra modalidad de parque temático.

“P.- Y ofrecen actividades complementarias? R.- A veces sí y a veces no. Depende de los clientes. P.- ¿Y cuáles son más o menos? ¿Rutas por la zona? R.- Sí, información. La ruta del Císter... En Reus, por el año Gaudí, cada temporada enviamos un sobre con información. Esto el Consejo Comarcal del Alt Camp no lo hace. P.- Pues seguimos. Los clientes ya saben lo que hay. R.- Saben lo que encontrarán” [E07].

“R.- ¿Cómo se orienta? Pues a través de folletos, típtico, y no sé, yo les digo las rutas que hay, podéis ir aquí podéis ir allá, pero hay gente que llega el viernes con las 50 latas de coca-cola, con la bolsa de patatas fritas, y venga, entonces ya quieren estar allí el fin de semana en plan tranquilo, ¡no quieren ir a rutas! La gente tampoco quiere que les marees demasiado” [E58].

“R.- Hay clientes que vienen muy informados. Pero si es un cliente que no sabe dónde ir, tú le puedes hacer una ruta, e incluso muchas veces los acompañamos en la ruta. Una ruta muy maja que les decimos que hagan es subir a Forés, que es muy maja. Después que bajen por Vallfogona y visiten el pueblo de Guimerá, que también es muy interesante, luego hacia Vallfogona, comprar los quesos artesanos, y volver hacia aquí. También hay las cavas que recomendamos a los clientes, aunque muchas de las bodegas modernistas no dan la talla, porque no tienen horario. Si yo tengo unos clientes que quieren visitar una bodega modernista y les pido el horario, preguntan cuándo vendrán los clientes. No hay horario. Lo que deberían hacer todas las bodegas es tener un horario de visita. Además, la persona que quiere ver las cavas tiene toda la explicación de cómo se elabora el cava, el proceso, las galerías, y después una degustación. ¿Y esto qué comporta? Que el cliente se lleve una caja de cava. Pues como este cliente, podrían hacerlo todos. Éste es el error, no todos son profesionales” [E37-38-39].

Los puntos de contacto con el modelo de turismo de sol y playa se extienden también y de forma no exclusiva en la demarcación de la Costa Dorada, no sólo la actividad al aire libre, sino que en el interior del alojamiento rural los servicios ofertados y esperados por los clientes son cada vez más similares a aquellos que se pueden disfrutar en un hotel costero.

“P.- Para aumentar la demanda, vale. Entonces dice usted ¿cree que se puede hablar de distinción hablando de la calidad de los establecimientos rurales, respecto a otros destinos o modelos turísticos?; como puede ser Salou o Cambrils, como antes comentabas. R.- Es muy diferente. P.- Pero, ¿no tiene nada que ver con la calidad, o...? R.- No, porque, mira yo en mi casa procuro que la gente esté bien, las habitaciones tienen todas baño, tienen todas calefacción, tienen todas TV, tienen todas secador de pelo, las tenemos limpias, si quieres te las enseño, quiero decir que, a ver, yo cuando voy a un sitio miro que esté en condiciones, si no me gusta, me voy, pues pienso que los que vienen a mi casa quieren estar bien, hoy en día cada uno en su casa está bien, pues cuando sales también quieres estar bien, ¿no?” [E14].

Siguiendo esta línea, algunos informantes, indican de forma especialmente crítica que las casas de turismo rural constituyen en la demarcación una oferta a medio camino entre hotel de costa y el camping a precios baratos, en lugar de una forma de turismo alternativo con connotaciones medioambientales.

«P.- Y los clientes de turismo rural ¿buscan más calidad que en otros sectores? R.- Yo creo

que la gente que busca turismo rural opta por un medio camino entre ir al hotel e ir de camping. Y las casas están perfectamente acondicionadas y con un precio muy económico” [E19-20-21].

El peso en el imaginario de la Costa Dorada, no sólo aplicable al público extranjero, sino también al procedente del resto de España, conduce a que los informantes valoren que Tarragona es la provincia donde menos se ha desarrollado un turismo rural con una identidad propiamente rural. Esta ausencia de rasgos distintivos propios y escasamente promocionados institucionalmente sitúa al sector en una pésima posición competitiva ante las casas rurales de *alta montaña* y en competencia en precios con el enorme sector hotelero de ésta demarcación. Concretamente, la competencia con otros destinos “rurales” es difícil de desarrollar con éxito, hasta el punto en que, como relata un entrevistado, la casa rural en “Tarragona no la vol ningú”. De este modo, el predominio del destino sol y playa eclipsa las expectativas sobre la oferta rural.

“P.- Vale, entonces dice, ¿cómo valora el impacto de la temporalidad en la calidad del servicio? R.- Sí, claro esto es un gran hándicap para las casas rurales claro, una de dos, yo supongo que sólo debe ser en el caso de unas casas, que ya sean el sumum de la casa rural que debe tener una continuidad todo el año. Pero éstas son muy temporeras, hay unas casas que sólo se alquilan en el mes de agosto, en Navidad, Año Nuevo, Semana Santa y puentes, ¿eh?, y hay otras que ni eso, y entonces claro, esto hace que sea muy intemporal, mucho que no tengas una continuidad, ni sepas nunca qué tendrás, ¿no?, que lo bueno sería que tuviese una continuidad y que cada fin de semana estuviese llena, ¿no? Pero bien, quizás esto con el tiempo, y con mucha, que tengas una buena prensa, pues al final quizás se consigue, pero a mi me parece que hoy en día con la gran oferta que llega a haber, debe ser difícil de conseguir es que hay una oferta muy abundante, y las provincias de Gerona, ya no podemos ni decirlo, porque hay para dar y vender de casas rurales, y que la gente aquí. Cuando nosotros empezamos en la provincia de Tarragona todo el mundo nos decía lo mismo. Tarragona es la última de todas las provincias de Cataluña, es la última que la gente pide para ir, es la gran desconocida, Tarragona, o sea todo el mundo pide Gerona, sino hay Gerona, entonces Lérida, al Pirineo leridano, ¿eh? ¿Tarragona? Todo el mundo cuando se los proponía, yo recuerdo para la agencia de turismo rural, yo al principio decía, ¿cómo puede ser que no alquiléis nada?, y me decía oh, escuche, es que Tarragona no lo quiere nadie, ¿eh? Es que Tarragona es una desconocida, es que la gente no sabe cómo es Tarragona, es que no lo sabe, y entonces pues no lo piden; es un lugar que para ellos hace calor, que sólo son las playas éstas de aquí saturadas de extranjeros. P.- Sí, sí se nos conoce poco, y lo que se conoce se conoce mal. R.- Sí, sí. Yo creo que Tarragona no ha hecho la suficiente propaganda, bien llevada para que la gente aprenda a ver los tesoros que tiene la provincia de Tarragona que tiene muchos, porque hombre, la ruta del Císter, ahora se empieza a promover, pero no se ha promovido, pero es una maravilla, ¡no hay ningún otro lugar!, unos monasterios como tenemos nosotros, ¿no?, y la Tarragona antigua y tantas cosas, y la Sierra de Montsant y el Priorato, hay tantas cosas majas, y en cambio la gente tu, hablas y se quedan boquiabiertos, ¡ah!, sí, no he estado nunca en Poblet o en Santes Creus, ¡yo alucino!, ¿no? Alucino, es eso es la gran desconocida. Yo no sé si ha sido mal llevado el turismo en Tarragona o qué, pero... sólo se ha vendido el sol y la playa de Salou, Cambrils y Torredembarra, ¿no? Y ya está” [E02].

Los informantes son conscientes de la necesidad de que las Administraciones Públicas jueguen un papel decisivo en la promoción y creación de imágenes de los

destinos turísticos. Sin embargo, la percepción general es que la colaboración con la Administración Local y Autonómica se limita a la información que esta pueda distribuir por medio de las guías de turismo y de las páginas webs institucionales. La percepción es que la Administración promociona esencialmente el destino “Costa Dorada” como costa. Por el contrario, respecto a otros destino, en el imaginario, como modelo a seguir, destaca “Andorra, l’escapada”.

“P.- Dice: su empresa mantiene algún tipo de contacto con la administración, y que tipo de relación mantienen? R.- ¿Con la administración? ¿Cuál? ¿Cuál administración? P.- Administración des de: ayuntamiento,... R.- Pues pagar los impuestos. P.- No hay ningún tipo de... R.- No, con el ayuntamiento de aquí a la Selva, tenemos la página web linkada, y bueno, y con la administración, con la Generalitat nos linka también, gencat, o sea, la Generalitat, y “comerç i turisme” nos incluye en el libro, es la parte de ayuda que te puede dar. P.- Darte a conocer un poco. R.- Para darte a conocer un poco” [E15].

“P.- ¿Su empresa mantiene algún tipo de contacto con la administración? ¿Y qué tipo de relación mantiene? R.- No, la relación es, a veces la administración facilita promoción genérica, facilita la publicación de catálogos de difusión, es decir, ha habido ahora, ahora quizás un poco más, inicialmente hubi más colaboración, más promoción del turismo rural, ¿no? A mi me parece que está un poco dejado, ¿no? No hay, no parece que haya las garantías que parecía que había antes, ¿no? Hay las normales” [E18].

“P.- ¿Y el contacto con la administración? R.- Con el ayuntamiento, cero. Y con el Departamento de Turismo, ellos lo que hacen es editar una guía que te llaman una vez al año para ver si se ha de hacer alguna modificación en la guía, y aquí se acaba la historia. Con la guía hasta ahora lo que hacían es por teléfono” [E19-20-21].

“P.- Vale, ¿y los contactos que ahora mismo tienen con la administración, en qué se basan? Ayuntamientos, Consejo Comarcal, Diputación,... R.- La Diputación tira más con el eslogan Costa Dorada, y tira más hacia la costa. Y ahora se empieza a acordar el interior. Intentan acercarse. Ahora mismo quizás es el Consejo Comarcal. P.- ¿Los temas de publicidad? R.- Aún no han llegado a la publicidad. Están preparando planos, y cosas así, cosa que el Priorat ya tiene más rodaje. Poco a poco se va fomenando. Y con el ayuntamiento es cero” [E10].

“Ninguna. Aquí la administración lo que debería hacer es ayudar a la gente que quiera montar turismo rural, que ponga el 35% de gastos, o una cantidad... Aquí estamos a 70 Km de Barcelona, en una zona que se conoce como veraniega. Si esta zona quiere llenar restaurantes, que se monten más negocios, la Generalitat ha de ir a poner dinero sobre la mesa. Se ha demostrado que se ha puesto dinero en el Priorat y se han abierto bodegas, casas rurales, restaurantes (...) Yo lo que veo es que tarragona es una tierra muy rica pero nadie lo ha publicado en el BOE, nadie ha dicho que Tarragona tiene muchas cosas. En Barcelona yo conozco gente que nunca en su vida han ido a Poblet, ni a Santes Creus, ni saben nada del Montsant, ni de Prades, no saben nada. Y ¿por qué no lo saben? Porque no se ha hecho una campaña promocional. ¿Qué podría hacer la administración? Pues lo mismo que hizo en Lérida, que hizo una propaganda que decía, Ahora Lérida. Andorra hizo lo mismo: La escapada. Cambió el turismo de Andorra que era ir a comprar azúcar y aceite por gente que va allá a esquiar, a conocer las montañas... Aquí en Tarragona se podría hacer lo mismo, una campaña por la televisión: Ven a Tarragona, conocerás la parte romana, los vinos... Una campaña bien preparada y que el tío que viven en Mataró y no ha ido nunca a Poblet venga a conocerlo. Esto haría que al venir más turismo, si esta casa rural siempre estuviese llena, el vecino quizás abriría la suya. Y al haber dos casas rurales vendría más gente, porque esto es un movimiento. Y quizás otra persona abriría una tienda de cerámica, o lo que fuese, potenciación por parte de la administración con las ideas máximas que puedan ir saliendo” [E22].

Según nuestros informantes lo rural, en sentido estricto, se asocia en Cataluña a alta montaña, nieve y vacas y que constituyen el imaginario de la experiencia rural. No se trata, simplemente de las diferentes características de la casa, en tanto que condicionantes del producto como la arquitectura tradicional, sino en entorno, de modo que la Costa Dorada no puede compensar la elevada ocupación durante gran parte del invierno vinculada al llamado turismo blanco o de nieve.

“P.- El turismo rural ¿opta por una distinción vía calidad respecto a otros destinos turísticos?
R.- A ver, da esta sensación. Das más tranquilidad, más calidad, un entorno bonito. En nuestro caso, las casas de esta zona, el entorno es muy majo. Tenemos un entorno de avellanos, oliveras y campos de cultivo, no estamos en el Pirineo. Aquí lo que ofrecemos, a parte de que la casa sea majo, ofreces Port Aventura cerca, Tarragona cerca, Salou, Cambrils, el Priorat... Estamos cerca de destinos turísticos interesantes, pero una casa puesta en la Vall Fosca es mucho más majo que aquí. P.- Pero los clientes que vienen aquí ¿es por la calidad? R.- Sí, la tranquilidad que no les da la costa” [E11].

“R.- Aquí hay una empresa que lo que hace es traer gente a hacer la ruta de vinos y catas. Entonces, nosotros lo tenemos en la web y hablamos con este hombre, que marca la ruta, pone el precio y los viene a buscar y los lleva donde sea y los vuelve. Esto es lo único que tenemos. Después, hay otras actividades como montar a caballo que lo que hacemos es guiar a la gente. Y tenemos descuentos en Port Aventura, en Aqualeón, en las Termas de Montbríó, muchas cosas. Muchos dicen que sí. [E22] R.- Hacemos un 30%. El problema que tenemos las casas rurales en nuestra comarca es que antes parecía que el turismo de playa era acomodado: continuo de julio a septiembre, y ahora sólo es en agosto. La primera quincena a tope, la tercera semana baja y la cuarta baja mucho. Entonces, nosotros nos estamos planteando... La Generalitat nos dijo que te has de esperar dos o tres años a valorar. Pero yo dudo que esto pueda crecer más. Sí que hay llamadas... Nosotros necesitaríamos, para funcionar bien, el doble de lo que hacemos ahora, y no creo que lo hagamos nunca en la vida (...) R.- Sí. Aquí hay una casa en Bonastre, que hace 8 o 10 años que están con el turismo rural, y lo están abandonando. Era una actividad secundaria, y después de 9 años de intentarlo... Sí que al verano les va bien... Al verano siempre les venía turista extranjero, y ahora como que este turismo ha caído... Si por ejemplo ahora, un turismo extranjero, en mayo o septiembre, hubiera mucho extranjero, pues vale. Pero ahora no viene nadie. Yo en todo el verano he tenido dos habitaciones de extranjero. Ahora estamos mirando cómo tener turismo nuestro, catalán. El castellano, los aragoneses ya vienen, porque buscan playa. Pero como que esto se acaba... [E22] . Si no se crea nada especial no habrá turismo rural. Primero, porque montar una casa tan cerca de la playa es ruinoso. Entonces, qué pasa, la gente en días que llueve como hoy preguntan: hoy qué podemos hacer ya que no se puede ir a la playa. ¿Dónde los mandas? A la Conca, a hacer la ruta de los monasterios, o al Alt Penedés a mirar las cavas, o ir a Sitges. Aquí no hay nada. Es una comarca que hace unos años vivía de Calafell, de reventar las playas, y ahora no hay ni Calafell. En la época de la calçotada aún viene gente aquí, pero al octubre o noviembre, nada. Nosotros cerramos, para estar aquí todo el mes... lo que pasa es que Albiñana tiene muchas fuentes, cuevas... Pero las administraciones no han puesto ni un duro. Por ejemplo, Aqualeon pertenece a un grupo empresarial, y han dedicio desde Madrid o desde donde sea, que el mes de septiembre cierran. Para nosotros, la comarca, estamos afectados. Porque si tenemos dos habitaciones que van al parque y cuando les dices que está cerrado, pues quitan la reserva. La Generalitat podría ayudar con unos millones a mantener el parque abierto, o hacer un pequeño parque natural, con cuatro masías y hacer la ruta de las cuevas. Parece que todo se ha de hacer de capital privado. Si viene alguna empresa y monta un pequeño parque natural, con gallinas para los niños y tal, pues tendría clientela, se quedarían a comer, y quizás a dormir en la casa rural... Por ejemplo, en Montgrí, que es una zona arbolada muy bonita, pues no lo conoce nadie. Y la administración no ha dicho de ir a hacer el parque natural del Montmell. Tú puedes declarar muchas cosas, como la Sierra de Prades, que es un parque natural, pero si no haces una propaganda no vendrá nadie” [E22].

2) *Lo auténtico*: El alojamiento turístico rural formalmente reconocido por las

instituciones sólo es posible en tanto que se han extendido a las áreas rurales los servicios básicos, como la luz, el agua corriente o la canalización de aguas residuales hacia las redes públicas, pero también la extensión los sanitarios o las cámaras de baño, y que eran difíciles de encontrar en numerosos pueblos del interior si nos retrotraemos tan sólo un par de décadas. Precisamente, la concesión de licencias para la apertura de establecimientos de turismo rural exige todos estos servicios e instalaciones. Es por ello, que tal y como observábamos en el capítulo anterior, el acondicionamiento de las viejas masías precisa dispendiosas aportaciones económicas para obtener las licencias preceptivas.

“P.- Bien, esta pregunta, viene a decir lo que me ha dicho más o menos antes, si cree que hay más calidad en un espacio rural o que por ejemplo hoteles de Salou o Cambrils. ¿O se puede encontrar la misma calidad? R.- Pues sí, aquí no hay las comodidades que puede haber ahora. Pero ahora aquí hay el agua en las casas que antes no la teníamos, hay luz, es decir, que puedes tener todas las comodidades como se tiene en Salou o en otro sitio” [E13].

Sin duda, la vida tradicional en el mundo rural tiene muy poco o nada que ver con las comodidades que la legislación impone en la concesión de licencias de las casas rurales. Sin embargo, buena parte de los informantes posee una visión romántica, de “la vieja escuela”, y que se asocia a autenticidad, donde casa rural es sinónimo de casa tradicional de campesino.

“Los requisitos que piden, me parecen mínimamente lógicos... yo vengo del antiguo concepto de casa rural, yo soy de la vieja escuela, cuando la casa rural era sinónimo de payés en el sentido de que de que realmente eran payeses los que tenían las casas rurales... me parece incluso ligero que te digan que una casa rural es aquella que no sea posterior a 1950... la normativa actual... es que ya es suficiente que una casa sea de 1950, de 1949 para que sea casa rural... también hay ayuntamientos que lo certifican. Entonces ya es otra historia... pero esto es lo de siempre... como limitaciones base que había era esto de 1950, en el caso del propietario que viva dentro de la misma comarca, si era una casa de payés había de vivir en el mismo pueblo... había tres condiciones que a mi me parecían de lo más lógicas porque se supone que la idea de casa rural es que tú atiendes al cliente, pero viviendo en la misma comarca, que es lo mínimo, porque si vives en Barcelona, cuando el cliente necesite alguna cosa... aquí lo que pasa es que todo el mundo ha invertido en ste tema... pero con estas mínimas condiciones yo creo que...” [CERT1].

Los municipios rurales, insisten nuestros informantes, “ya no tienen vacas y las sendas se han borrado”. En su lugar, el trajín de los modernos labriegos se realiza por vías asfaltadas o caminos con ancho suficiente para tractores de gran volumen. La actividad productiva se ha modernizado, las granjas que se han industrializado se han alejado de los municipios y en ningún caso constituyen un atractivo turístico. y las casas o masías han incorporado electricidad, agua corriente, cámaras de baño, placas

solares, piscinas, jardines... decoradas “con gusto y un estilo rústico”. A partir de estas transformaciones surge una oferta turística rural donde el adjetivo rural sólo se entiende en relación a las nuevas formas de relación entre el mundo urbano y el mundo rural. Pese a ello, la demanda, según los informantes identifica a menudo la experiencia rural con actividad agrícola y ganadera en casas aisladas. En su defecto, se identifica con prácticas de agricultura biológica respecto a la que los oriundos del mundo rural, hijos de agricultores, no son siempre los mejor posicionados. No obstante, existe un gran número de casas de turismo rural localizadas en núcleos de población que viven procesos de transformación socioeconómica considerable. Estos municipios hace años que modernizaron sus explotaciones agrícolas y alejaron el ganado de las viviendas. Por ello, los propietarios/empresarios deben indicar a los clientes que, lamentándolo: “no tenemos vaquitas”. Observamos, por tanto, una elevada distancia entre lo que se podría esperar de un entorno rural y la realidad de los pequeños pueblos del interior de la Costa Dorada.

«P.- Vale, el establecimiento que diriges, ¿tiene un nivel de calidad que responde a las expectativas de los clientes? R.- Sí, a ver, esto lo hemos implantado nosotros cuando damos la bienvenida al cliente, y le hacemos la ficha de entrada, y toda la parafernalia, y le dejamos una ficha de valoración del establecimiento, que la hagan el último día, que la dejen allí, y que si no nos la quieren dar en mano, para que no les sea violento, pues que la dejen encima de la mesa, y ya nos la encontraremos. Desde que lo hemos implantado, a nosotros lo que nos preocupaba era un poco eso que decir, que no decepcionase, que no buscasen algo que finalmente... P.- No encontrasen. R.- Exacto, voy de turismo rural, incluso por las llamadas, a veces, te daba un poco la sensación, sí, sí bien hago la reserva y no sé qué, ¿ya tenías la reserva medio atada y te decían, pero esto es una casa que está aislada, en medio de la montaña, que hay vaquitas, y no sé qué, pero decías, no, no, nuestro modelo, a ver es otro; nosotros estamos en un municipio, que es pequeño, pero la casa está dentro del mismo municipio, esto nos da un poco de plus, con servicios, porque el pueblo ya tiene una tiendecita pues que puedes ir a comprar pan, una tiendecita que puedes ir a comprar comestibles, u esto es lo que tenemos; es decir, no es una casa aislada en medio de la montaña con vaquitas. Ya, ya. R.- Pues eso, sí que nos preocupaba de decir, a ver, si con alguien que no te hará la pregunta, y entonces una de las preguntas dentro de la ficha de calidad es si la casa había cumplido un poco las expectativas que pedía, y si no el porqué, y que hiciese una valoración de la casa y de los servicios de 1 a 10, las respuestas que tenemos hasta ahora no hay ningún comentario despectivo respecto a que se esperaban esto, ¿no? Una cosa que no han encontrado” [E03].

Lo que en cierta manera resulta paradójico a ojos del investigador no lo es tanto para los actores sociales inmersos en el proceso. Los agentes, tanto a nivel de oferta como de demanda, han ido creando una experiencia turística rural fácilmente reconocible y reproducible a partir de las preferencias del mundo urbano y la transformación del mundo rural. Esta experiencia turística condena al fracaso a toda casa rural que descontemporaneizada, anclada en la rudeza del pasado. Una casa rural, hoy, “no puede tener arañas, aunque siempre las hayan tenido”. En definitiva,

se ha producido un consenso acerca de lo deseable y de lo aceptable en esta experiencia turística. Así, es necesario lo rural, pero sin folklore, inmerso en un entorno lo más virgen posible, pero al que se pueda acceder fácilmente en vehículo particular y sólo, como indica el siguiente entrevistado, algo de autenticidad.

“R.- Es que esto nuestra trayectoria es corta, pero me parece que lo que busca la gente, y por tanto es lo que se ha de ofrecer, es un espacio digno, un lugar digno, que quiera ser un poco diferente, un poco atrevido, respecto a lo que pueda haber en un hotel, en un hostel, o en una pensión, digamos así más estándar, y que por tanto ha de estar enraizado con lo que justamente dice el adjetivo, ¿no? Que ha de estar enraizado en lo rural, pero no como una cosa folclórica sino que esté inmerso, en un entorno así, y que haya mucha posibilidad de contacto, con la realidad física del lugar donde estás, ¿no? Creo que lo básico es eso; por un lado digamos hay dignidad de instalaciones, aunque sea rural, no quiere decir que tengas que estar tirado por ahí, pero también, que ha de haber un poco de autenticidad, se ha de ser un poco auténtico también, y no engañar. Creo que hemos de ofrecer autenticidad con el lugar, pero también comodidad” [E32].

“P.- Vale, y según tú ¿cuáles son los aspectos clave para ser competitivos dentro del sector del turismo rural? R.- No lo sé, no tengo ni idea, ¿aspectos clave?... bien, supongo que la casa esté bien condicionada, esté bien, y que se sientan allí como aislados de... ¿sabes? La gente que va allí necesita sentirse aislada, no sé para desconectar un poco” [E40].

“P.- Vale, ya te entiendo, ¿y qué características poseen los clientes que optan por el turismo rural? R.- Que les gusta mucho la naturaleza, que están hartos del agobio de las grandes ciudades, y claro, aquí hay mucha paz, se puede dormir con la puerta abierta aún, ¿no? Quiero decir que es muy diferente. P.- Vale, y los clientes ¿de dónde proceden? R.- A ver, muchos son alemanes pero a ver, por lo que ya te he comentado, pero de toda manera como que está colgado en internet hemos tenido americanos, hemos tenido ingleses, también hemos tenido nacionales, y también gente que tiene raíces en este pueblo, pero que no tienen casa, tengo unos clientes que ya han repetido 5 o 6 veces, que les gusta y... P.- Vale, y a parte del alojamiento ¿ofrecéis otros servicios como cenas, desayunos? R.- No, no porque claro, si yo viviese en la misma casa sí, pero sino no” [E43-44-45].

Para aquellos que son originarios del mundo rural, pero especialmente para aquellos cuya actividad se centraba en la agricultura y la ganadería, el turismo rural adopta sus más elevadas cuotas de artificialidad con los sistemas de certificación de calidad del sector. Estas certificaciones constituirían, para los informantes, la institucionalización de la experiencia turística de acuerdo a cánones urbanos sobre los estándares de servicio aceptables. Estas desviaciones entre la experiencia turística rural “real” y la experiencia “artificial” que arguyen los propietarios/empresarios del sector introduce elementos de competencia respecto a los que los propietarios y el capital de origen urbano se encontrarían mejor situados. Por ello, la incorporación de nuevos agentes en el sector del turismo rural se percibe por parte de la tipología que hemos denominado propietarios agrícolas. pertenecientes a la tipología como una intromisión.

“R.- Pues mira, si pudiese lo vendería todo, y me iría. P.- Es decir, ¿lo ves mal? R.- Sí, debido a la masificación falsa, hipócrita, aprovechada, blanqueadora de dinero, conchavada con la administración para quedarse todo ella como siempre, que lo está poniendo todo a perder, siempre cuando una cosa empieza a funcionar y a mover dinero. Por eso cerraría, porque no quiero estar dentro de esta historia, sino lo que antes decían que tenía que ser el Turismo Rural, que ahora es una mentira como una casa (...) R.- Por eso es lo que te digo: ¿qué queremos? ¿turismo rural u hoteles rurales de cinco estrellas? A ver quien está dispuesto a seguir estas bases, estas normas, estas..., vale, muy bien, pero al menos que dejen estas casas, como casas de turismo rural, vale, y a las otras que les pongan hotelito, calidad, o lo ¡que quieran!, porque el turismo rural es cuando mi tía tenía una masía allí, y se trata de enseñar eso a la gente, como un parque temático, para que se acuerden de cómo vivían la gente hace cuarenta años, en este país, cuando no había coches, cuando no había contaminación, cuando no había tanta mierda, ¿me entiendes?, ¡y tanta demasiada gente! ¿Vale?, esto es el turismo rural. Ahora si las personas que vienen aquí, ven diez cohes ¿eh? Cargados de bolsas de porespan, de bolsas de plástico, que sólo son envoltorios, o sea empiezan por el ecologismo, ¿eh?, que también se dice eco-agroturismo, ¿eh? No es sólo turismo rural, donde están estos, ¿quién habla de esto? ¿quién habla del eco-agroturismo?, ¿que es lo que es realmente el turismo rural?, ¿sólo hablan de la “Q” de calidad?, y de la ecología ¿qué pasa?, ¿eh? ¿Cómo hemos de hacer que ste mundo sea sostenible? ¿Empezaremos a hacer algo pronto? ¿o iremos pensando en la “Q” de calidad? No me preguntes nada más de la “Q” de calidad porque me pongo enfermo (...) R.- Es que al final dejaré esta historia, porque yo no quiero entrar en esta nueva historia. ¿Me entiendes? Por ejemplo, no me costaría nada, poner aire acondicionado, cable de teléfono y todo eso, me costaría cuatro duros, porque me lo haría yo, pero no quiero entrar en este juego de la “Q”, ¿me entiendes? P.- Vale, dice ¿usted que cree que se puede hablar de la distinción por medio de la calidad de los establecimientos rurales, respecto de otros destinos y modelos turísticos? R.- Ves, todo va por aquí ves, todo va por esta mierda de calidad. Sólo van por aquí, porque el turismo está fallando, estos dos últimos años, y este país se va a la mierda, porque no lo han sabido llevar nunca el turismo. Y en este país se ha planteado siempre faral el turismo, y al paso que llevamos, si sólo hemos de mirar la calidad, lo único que traeremos aquí será gente de clase alta, cargados de dinero, que tendrán su hotel de cinco estrellas en medio del campo, si esto es turismo rural ¡acabemos! (...) R.- No, es que me molesta mucho hablar de la palabra ésta, es que tengo muchas ganas de discutirlo esto algún día con alguno de los que están arriba, sobre este tema, pero siempre lo evitan. A ver vamos a aclarar la “Q” de calidad, y vamos a ver qué es el turismo rural P.- por tanto, ¿qué opinión te merecen estos sistemas de certificación de calidad? R.- Como se dice eso... un sacaperrras, para sacar las perras a la gente, porque lo primero que has de hacer, es pagar ciento cincuenta mil pesetas, ¿vale? Igual que para conseguir el certificado medioambiental de no sé qué, también has de pagar no sé cuanto dinero, todo va por dinero. Esto es una vergüenza, ¡esto es lo que es la Q de calidad!, una cosa que se ha montado cuando les ha interesado sacar beneficio (...) La calidad del turismo rural en este país se basa según la norma que ponga la administración, y entonces todo lo que se aparte de aquí, es falso. Entonces la calidad se basa en piería y tontería, y modernidad, pero no tiene nada que ver con lo que es la payesía, y el turismo rural. Y entonces yo, la calidad la baso en que tienes aquí unos jardines que están bien, unas plantas medicinales, un uerto, unas gallinas, y toda una historia con agua, con un río, ¿me entiendes?, un césped, para que los niños puedan jugar, y entonces todos estos valores son los que yo valoro como calidad; no el lavavajillas, el aire acondicionado, la ducha con hidromasaje,...” [E24].

Las estrategias agregadas del sector convierten la experiencia turística en un pseudoevento esperado. Esto contrasta con una percepción idealizada de algunos propietarios rurales de los que debe constituir el turismo rural hasta el punto que “aguantan a los clientes como pueden”. Algunos propietarios poseen un alo de superioridad sobre sus clientes, distinguiendo entre lo auténtico y lo artificial. El adjetivo “rural” acaba significando cosas distintas para la demanda y parte de la oferta. Así, se observa una evolución de los gustos de los consumidores: primero,

búsqueda de la autenticidad, lo rústico, y en la actualidad, una mayor propensión a buscar servicios asimilados a establecimientos hoteleros.

“P.- Vale, ¿y qué aspectos considera que son clave para ser competitivos en este sector del turismo rural? R.- Hombre, a mi me parece que dar mucha calidad, cuidar mucho los detalles, porque es rural no se puede descuidar, o sea ha de ser al revés, la gente vienen, la gente antes quizás venía a buscar una casa muy rústica, quizás el turismo rural en un principio fue el de la vaca, el cerdo, ahora la gente que hoy en día viene, ni quieren vacas, ni quieren cerdos, quieren encontrar un hotelito de 5 estrellas dentro de una casa rural, lo entiendes, que haya todas las comodidades que se encuentren estupendamente y si es necesario incluso, que haya la velita para encender por la noche para que sea romántico, ¿me entiendes?. A ver, que cada vez exigen más y cada vez valoran más la calidad de dentro de la casa que sea acogedora, que sea encantadora, y que lo encuentren todo, así pues ya se ha acabado el turismo rural de verdad. P.- Rústico. R.- Rústico ¿eh?, no. Ahora la gente quiere ir al turismo rural, pero con un hotelito con encanto, ¿eh? Para mi es mi forma de verlo, ¿eh? [E02].

Pero hay que destacar que es esta distancia la que a juicio de los informantes logra fidelizar a los clientes. La experiencia rural real resultaría demasiado dura, demasiado “real” para las familias urbanas que constituyen la clientela. Otorgar a un alojamiento rural las comodidades y servicios de un apartamento urbano es alterar la esencia de la experiencia rural. Esto se produce especialmente en los alojamientos en régimen compartido con el propietario.

“P.- Y entonces, los sistemas de certificación de calidad, ¿los conoce? R.- Sí, me lo mandaron pero no me lo he mirado. P.- ¿Y qué valoración hace? R.- Ya volvemos a estar en el planteamiento. ¿Quién marca la calidad? ¿Si tienes jacuzzi eres mejor? Pregunto ¿quién marca la calidad? Si para desayunar quiero hacer leña, ¿quién marca la calidad? Para ser de calidad ¿tendría que tener habitación doble, baño y jacuzzi? Pues yo no tengo calidad. P.- ¿Y cómo valora la implantación? R.- No lo sé ni me preocupa. ¿Cuál es el baremo? Si me preguntas si conozco la gente que tiene la « Q » de calidad, yo no entro. Calidad es cuando las personas que vienen... Tengo unos papeles para que escriban. Y sí que me dicen que se lo han pasado bien. Si esto, para el estamento que sea, es símbolo de calidad, pues perfecto. Lo que sí me preocupa es si alguien ha venido a la casa y no se ha encontrado a gusto. O si ha faltado un vaso de agua, o una sopa... Lo que me preocupa es que la Generalitat estas cosas no las tenga estudiadas” (...) P.- Y la imagen del establecimiento ¿cómo la valora? R.- Este es un tema que valdría la pena que se pudiera tratar, vosotros que hacéis esto. El turismo rural fue inicialmente planteado para ser un complemento a la gente del campo y las masías. El medio para poder acceder es que habías de ser payés, agricultor. Cosa que yo tuve una conversación con quien daba los permisos, que a los artesanos no se les contemplaba eso. Yo también trabajo la tierra, pero no de payés, hago ‘calçots’... También sabe mal que sólo fuese para gente de la tierra. Esto era al principio. Ahora, hecha la ley, hecha la trampa, cualquier espacio, mientras al final le pongas el adjetivo ‘rural’, ya cuela. Es un espacio que te permite una ayuda, un complemento, que en la práctica no es verdad, pero sí tener la casa abierta con una gente. Yo estoy planteando, incluso el tipo de gente. Cuando llaman o miran la web, dar a entender que esto no es un hotel rural, una fonda rural, que es mi casa y hay arañas, hormigas... Es una masía rural. Alguien se pensaba que esto era Port Aventura... Algunos vinieron a hacer karaokes, y todo el fin de semana haciendo el karaoke. Y aguanté como pude.... Hay gente que se equivoca pero hay gente que sí que agradece que no sea un hotel rural, ni una casa rural de diseño... Porque sino parece que los payeses viven muy bien. P.- Bien, las características de los clientes que vienen aquí ¿cuáles son? R.- Gente que no quiere una cosa falseada. Las edades son muy variadas, desde gente mayor a gente joven, con grupos. Aquí hay el tema de las calçotadas... El nivel cultural sí que a mí... Hay empresas que deben buscar un tipo de clientela, pero yo soy de los que tiende a la calidad humana. Entiendo que es mi aventura, es mi casa, y no estoy motivado, con todos los respetos, por el campo: no soy payés. Y entonces claro, mi potencial es invitar a compañeros, músicos,

escritores... El otro día un escritor belga hizo una estancia unos días y vino a trabajar con unos compañeros. La finalidad no es la venta de un espacio de turismo sino tener un espacio para compartir con gente unas estancias, pero el trasfondo está en vivirlo y pasárnoslo bien. P.- El nivel cultural es elevado, pues. R.- Sí. P.- ¿Y de dónde proceden? R.- Mayoritariamente de la metrópolis de Barcelona. Ahora están viniendo franceses, alemanes, belgas... P.- Obtienen información por internet, ¿no? (...) R.- Sí. P.- A ver, volvamos a coger el hijo. Entremos en el bloque de calidad y empresa. ¿Cómo valora la calidad del sector y la de su casa? R.- Ya lo he ido diciendo. Como concepto sí, lo único, que entonces es utilizar para este potencial de la empresa tan agresivo, que utiliza cualquier detalle en beneficio propio. I entonces es cuando se cambian las cosas. A mí me están pidiendo si tengo habitaciones dobles, con baño, y si tengo jacuzzi. Y yo no voy por aquí. Y como que ahora la oferta es eso... Lo que me preguntan es. ¿qué podemos llevar niños? Hombre, ¡por favor! Es que si no traes niños... Y perros también... Cuando me preguntan lo del jacuzzi intento ser educado: esto es una masía antigua, es un baño compartido. Queremos habitación doble, con baño y con jacuzzi. Esto es la consecuencia, para mí, de una mala gestión de la administración. P.- Mantener la esencia... R.- Yo soy muy esencialista. Si hablamos de blanco es blanco, y si hablamos de gris, es gris. Pero aquí al que se está perjudicando es al payés, al artesano. P.- Es otro tipo de calidad. R.- Yo soy esencialista pero no xenófobo. Pero a mí el tema del diseño, en esta sociedad de consumo, utilizan lo que les da la gana hasta que les interesa, y después lo tiran. Y lo que podría ser un buen argumento para intentar mantener el mundo rural, la payesía y las casas antiguas que se están estropeando... y aquí están viniendo empresas. Y esto, las personas que vienen aquí lo notan y me dan las gracias. Te agradecen que hagas el puritano, que no te entregues a todo este mundo empresarial que lo que hacen es utilizar todo lo que queda en propio beneficio, y cuando no les interesa será otra cosa. Como empresa estoy de acuerdo con esta web que te he dicho. El 51% de los beneficios lo destinarán a ONG. Imagínate que lo hiciese la Coca-cola, o la Fecsa, o la Enher... Si fuese posible sería... P.- Entonces, ¿podemos hablar que se opta más por vía calidad tanto en servicios como en trato que en otros modelos turísticos, como el de costa? R.- no lo sé, ni entro ni salgo. Lo que supongo es que a las personas que vienen les pregunto: ¿habéis encontrado lo que buscábais? Y dicen que sí. Quien viene ya sabe qué encontrará. Lo que sí que entonces, con las informaciones que doy, esto no es un hotel, no es Port Aventura” [E07]

La percepción de los informates es que frente a un cliente que busca una experiencia medioambiental o una experiencia turística rural, mayoritariamente identifican que la demanda se corresponde a la de “urbanitas” que pese a poder identificar parte de su actividad con un “alo” medioambiental, sus actividades se concentran en un día en la piscina, otro en la playa, otro en Barcelona, otro de compras en Reus, otro en Port Aventura... y otro, incluso en un circuito de Fórmula 1 (Montmeló).

“P.- Vale, ¿y las actividades y servicios complementarios? R.- Aquí no ofrecemos ninguna porque es una zona de playa y la gente sabe muy bien qué viene a hacer, que es descansar. Por el tema de clientes, van combinando un día a la piscina, uno a la playa, el otro día de compras a Barcelona, otro día a Port Aventura... Nosotros hemos probado de montarles actividades, pero la gente que viene aquí quiere descansar, no quieren que los moleste nadie, lo que quieren es estar estirados. P.- ¿Y se les informa o se les orienta? R.- hay gente que lo quiere y gente que no. Lo que no queremos es hincharles la cabeza. Si quieren hacer alguna cosa, los orientas : excursiones, restaurante...” [E19-20-21].

“R.- Ofrecemos el dormir y el desayuno completo. Y también ofrecemos la cena, a un precio. Si lo dicen por la mañana, antes de irse, les preparamos la cena. P.- ¿Y alguna actividad especial? R.- Mi marido va en bici y les dice donde pueden ir. Cuando vienen al menos les organizamos una visita a Torres, una bodega de vino. Y el año pasado vinieron unos que querían ir a Montmeló al circuito de Fórmula 1 y también les acompañó mi marido” [E08].

Siguiendo la lógica del pseudoevento, defendida sin complejos en los ARI, una casa rural puede ofrecer los mismos servicios que un hotel de la costa añadiendo “paz y tranquilidad, sensibilidad y gusto”, aunque se trata de los mismos clientes que pueden optar por alojarse en los hoteles de costa.

“P.- Y entonces, ¿crees que se puede hablar de distinción hablando de la calidad de los establecimientos rurales respecto a otros modelos turísticos ? R.- Hombre, hay una diferencia abismal, ¿no? P.- Pero hablando de calidad. Por ejemplo, ¿se puede encontrar más calidad en un hotel de Salou que en una casa rural ? R.- No, no tiene por qué. En realidad, la casa rural debería poder dar lo mismo, lo que da cualquier hotel de Salou, con mucha más calidad, porque aquí se juntan la paz, la tranquilidad, bien, tantas cosas, ¿no?, el entorno. Bien, es que yo nunca en la vida, mira ahora últimamente voy teniendo belgas y ellos mismos me dijeron : ‘Nosotros cuando hablemos con Eurolet les diremos que son unos cerdos, porque no han hecho la propaganda de la casa, como deben, porque esta casa es diez veces mejor, de lo que sale en su página web, porque me dijo : usted sabe lo que es, hemos venido dos veces a España, a la provincia de Tarragona, una estuvimos en Torredembarra y la otra estuvimos en Cambrils, dice: pero escuche, ¡esto no se puede comparar !, ¡esto es un paraíso!, ¡no ? O sea que las comodidades pueden ser, hombre no como un hotel de cinco estrellas, pero pueden estar, yo creo que han de estar muy bien, muy bien, y el entorno no se puede pagar con lo de la costa, al menos para personas que tengan un poco de sensibilidad, un poco de gusto..., el turismo de la costa no irán de aquí a unos años, la gente buscará otra cosa, como ha buscado en todo el mundo, nosotros no somos pioneros en nada, sino que siempre vamos retratados de todo, y si la gente que tiene gusto, odia estas masificaciones en todo el mundo, aquí los turistas que vendrán, sí, siempre habrá alguno de estos de playa, de todo, ¡de noches de borrachera !, pero la gente con un poco de clase, y con un poco de calidad, buscarán cosas de éstas, buscarán el turismo tranquilo, pero que también les de unos servicios, unos mínimos, ¿no? » [E02].

En las casas de alojamiento compartido con trabajadores agrícolas la diferencia es el trato familiar, el número reducido de clientes y el trato constante y directo con los clientes. También la sensación de que la casa, en su conjunto, pertenece a los clientes por unos días, sensación que no es posible tener en un hotel. Esto también ocasiona problemas a los propietarios por la gran exposición de su vida privada. Los informantes con origen en el mundo rural y cuya principal actividad económica continúa siendo la agrícola y ganadera perciben que “el turismo rural” tal y como se viene desarrollando en los últimos años en la demarcación constituye una experiencia artificial. El principal motivo de su crítica radica en la representación desviada del mundo agrícola rural por parte de los establecimientos de alojamiento rural. Manejan de forma crítica neologismos como ecoturismo, indicando que las formas de agricultura ecológica no se ajustan a la realidad agrícola en la actualidad, pero tampoco del pasado. Además, la principal desviación consiste en convertir los alojamientos de turismo rural en establecimientos que reproducen las características del sector hotelero convencional: aire acondicionado y baño en todas las habitaciones,

piscina, jardín con césped... cuestionando la memoria reciente que tienen algunos propietarios sobre las difíciles condiciones de vida y servicios del mundo rural.

“Cuando llaman o miran la web, dar a entender que esto no es un hotel rural, una fonda rural, que es mi casa y hay arañas, hormigas... Es una masía rural. Alguien se pensaba que esto era Port Aventura... Algunos vinieron a hacer karaokes, y todo el fin de semana haciendo el karaoke. Y aguanté como pude.... Hay gente que se equivoca pero hay gente que sí que agradece que no sea un hotel rural, ni una casa rural de diseño... Porque sino parece que los payeses viven muy bien. P.- Bien, las características de los clientes que vienen aquí ¿cuáles son? R.- Gente que no quiere una cosa falseada” [E7].

Las representaciones, por tanto, de lo que debe ser la experiencia turística en el mundo rural, a diferencia de lo que ocurre en otros destinos tradicionales no son aún compartidas por todos los agentes. La artificialidad del mundo rural presentado a los clientes se manifiesta en que los propietarios de los establecimientos del mundo rural viven en algunos casos en apartamentos o casas al estilo urbano y, en cambio, el rasgo distintivo de los ARI es su estilo de decoración “rústico” y la existencia, cuando es posible de piscina privada.

“R.- En principio sí, se quedan muy sorprendidos de decir. ‘¡osti qué cosa más maja!’ “No es que sea super de esto....., pero se quedan sorprendidos, porque ven unos apartamentos muy cuidados, ¿no? Hombre, yo si en vez de hacer esta casa, hubiese tenido una casa solariega que valiese la pena restaurar, entonces pues vale, es otro concepto, pero como que mi casa es moderna, normal, es como un apartamento, ¡como muchos de ciudad!” [E29,30,31]

La oferta es mucho más flexible que los packs ofrecidos por los tour-operadores. La casa rural se asocia a transporte privado (coche) de modo que ésta constituye una estación base a partir de la que confeccionar el propio producto turístico. Además también es más flexible la contratación. Percepción de que las casas de payés tienen un nivel inferior a los hoteles.

“P.- Dice. ¿usted cree que se puede hablar de distinción por medio de la calidad de los establecimientos rurales respecto a otros destinos o modelos turísticos? R.- Sí, creo que sí, quiero decir, bien al menos aquí, las casas que conozco yo, supongo que tienen más calidad, que los típicos paquetes de viaje que te ponen en un hotel, quiero decir que sí, que tiene muchos servicios, pero yo creo que..., seguramente será hacia este sitio, casi todo el mundo cogerá paquetes de viaje de estos de una semana pero encuentro que aquí puedes hacer más a la tuya, quiero decir, más calidad yendo con un viaje yendo aquí haciendo la tuya, que no estar cerrados en un sitio, y en un sitio pequeño y con calor...” [E16].

“P.- Vale, esto quiere decir que si depende de la posición económica que tengan ustedes para dar oportunidades, es decir que, de tener una cartera de clientes diferentes. De los contactos, del estatus que tenían. R.- Sabes qué pasa, sabes qué pasa, que representa que las casas de payés es un nivel inferior se considera, que un hotel, que un hostel, yo en mi casa estoy contenta, porque al menos me ha venido gente de toda manera, esto quiere decir que sí, además han repetido, y gente de toda clase social, esto quiere decir que se han encontrado

bien” [E14].

6.5. Lo rural, el medio ambiente y los bienes públicos.

El discurso medioambiental se encuentra afectado por los problemas de “autenticidad” a los que venimos refiriéndonos en el apartado anterior. Uno de nuestros informantes, establecido en el prepirineo, emplea el término “naturaleza civilizada”, para referirse al actual dominio y amoldamiento del entorno a las necesidades y modelos de vida de los propietarios/empresarios y de los nuevos turistas rurales. Una naturaleza no sólo civilizada, sino que se encuentra obligada a enmascarar la civilización, creando “barreras verdes” que permitan ocultar el mundo urbano.

“Muy implicado con la necesidad de preservar el entorno y los bosques. Apuesta por una naturaleza civilizada (camino señalizados). Cuando se formula esta pregunta, el entrevistado explica que plantea un modelo respetuoso con la vida en el campo y con el medio ambiente. Como ejemplo, explica que las vacas de su vecino (que es payés y tiene una explotación agraria y ganadera en la propiedad vecina) pueden pasear libremente por su propiedad. Esto beneficia a las dos partes ya que los hijos de sus clientes pueden acercarse a los animales. Explica que sus clientes no ensucian casi nada y que es una actividad que no estropea el medio ambiente (...) Sistema de calefacción inteligente, cisternas de los lavabos dobles. Arreglar caminos y limpiar bosque. “Todo esto (hacer acciones de mejora del entorno) si cae un poco sobre tus espaldas es difícil de llevar al final se hace muy pesado. Espero que se vaya redefiniendo esta política en este sentido” [CERT2]

“P.- Y ahora entramos en un bloque de la relación con el medio ambiente. ¿Qué medidas han ido tomando en relación con el ambiente? R.- Medidas. Lo que es la basura, se les dice que separen el cristal del resto y que la vayan a tirar a los contenedores más próximos. Por lo que hace al alcantarillado, tenemos una fosa séptica, que nos obligó el ayuntamiento, y que se vacía cuando está llena. Y el tema del ruido, es una casa muy ruidosa, porque está cerca de la carretera. Lo que hemos procurado es poner barreras verdes para que no se vea la carretera, y se oiga lo mínimo posible. Esta masía, cuando se construyó en 1600, esto era un camino. Y si yo hubiera podido levantar la casa con una grúa y hacerla correr 300 metros hacia dentro, lo habría hecho. Pero bien, la gente cuando viene aquí también se les avisa, que hay una carretera nacional a 200 metros” [E13].

Los informantes muestran un elevado pragmatismo en sus orientaciones hacia el medio ambiente. Y es que ellos, junto a las administraciones locales, se perciben como protagonistas de la acción medioambiental real, tangible. Junto a su esfuerzo por recrear pequeños paraísos rurales en sus fincas encontramos el desarrollo de los núcleos urbanos próximos condiciona el aspecto “rural” de la zona. Como habíamos indicado, la proliferación de urbanizaciones residenciales industriales, aprobadas por unos políticos locales a los que nuestros informantes conocen personalmente, y que explotan el suelo situadas en los pequeños municipios de la periferia de los núcleos

urbanos de tambaño medio constituyen un cambio drástico en el entorno y generan un efecto muy adverso sobre los intereses de los propietarios/empresarios de alojamientos rurales. Sus casas antes alejadas y ahora absorvidas por la nueva urbanización del medio rural entran en contradicción.

“P.- Vale, entonces ¿qué medidas toma el establecimiento para la conservación del entorno natural, de las tradiciones y las costumbres del medio rural? R.- Hombre, nuestro establecimiento ¡bastante! Porque escuche, para que no pongan cables de luz o teléfono, hemos soterrado cables y hemos hecho de todo para intentar conservarlo lo máximo posible. No hemos tocado las fachadas las hemos guardado como en el siglo XVII o XVIII, sólo están restaurados el interior de la casa, hemos guardado las exteriores como estaban, si hemos hecho algo lo hemos hecho con piedra seca, bien lo hemos hecho conservando al máximo, para que no haya palos, para que no haya cosas que rompan el encanto, hemos hecho de todo, soterrando los cables de teléfono y de luz, abriendo caminos, que nos costó una millonada, para no pasar palos, para que no haya palos. Es que yo pienso que es una degradación tal la del paisaje, estoy tan en contra de la degradación que sufre, nos estamos cargando el país de una forma, que yo es que bien me da vergüenza verlo, por ejemplo, cuando ahora veo que en esta salida ¡están creando otro polígono industrial!, esto no pasa en ningún país del mundo más que aquí, ¿eh?, yo no entiendo como esto no hay una programación, vaya, yo siempre digo que la gente de Medio Ambiente tiene ‘el gusto en el culo y el culo de vacaciones’, porque escúchala lo permite todo, ¡y esto no puede ser!, nos estamos cargando el porvenir de un país, estamos programando que ha de haber la ruta del Císter, y cuando saldrán de la autopista a la ruta del Císter se encontrarán con un polígono industrial, ¡cuando era una preciosidad antes!, porque la salidad número 11, Vila-rodona/Valls, era una monada con el pueblo de Vilardida, allá Vila-rodona al fondo, era una monada, aquello, y ahora lo único que veremos serán planchas metálicas, y de todo, y basuras porque todo aquello volará, y bien ¡un asco!, y escucha, ¿dónde está la gente de Medio Ambiente?, yo me lo pregunto, ¿a quién han puesto al frente de Medio Ambiente? Porque puede que nos lo replatemos, ¿no?, lo que estamos dejando hacer. P.- Ya, ya. R.- Es muy fuerte lo que nos estamos dejando hacer, yo desde que vine aquí, que debe hacer treinta y cinco años o cuarenta el cambio que ha hecho esto a peor, no me lo puedo ni imaginar, a peor, ¿eh? Y ahora tiemblo con el AVE, ¿eh? Porque el día que el AVE estará aquí a 5 km o seis, no sé lo que puede pasar por aquí a los alrededores, además con esta manía hoy, que cada cruce un polígono industrial, por favor, que la gente hoy en día todo el mundo tiene coche, ¿eh?, y se puede ir a Valls a trabajar, y a Tarragona y a cualquier sitio, quiero decir que no le cuesta nada hacer cuatro o cinco kilómetros, porque la gente que trabajará en aquel polígono industrial a lo mejor te vendrá de Tarragona o de Reus, no tiene por qué ser la gente del pueblo, porque la fábrica cogerá la gente más cualificada, no la que vive al lado. Quiero decir que yo esta política no la entiendo, o una de dos, o yo soy tonta, o me están vendiendo una película que no sirve” [E02].

Para la mayor parte de nuestros informantes, especialmente para los profesionales del mundo rural, conservar el medio rural es sobre todo, restaurar y acondicionar las propiedades. Unas casas rurales en las que se ha invertido, o “gastado” posibilitarán mayor “calidad” y de ahí más ingresos. En cambio, el *heritage* o la sostenibilidad global, cuando se plantean, se confían a las instituciones y la publicación de las guías. Las preocupaciones medioambientales que surgen en el transcurso de las entrevistas están relacionadas con la gestión de su establecimiento y nunca se hace referencia a construcciones propias del discurso mediático y urbano, como el cambio climático, considerado en forma abstracta, o el protocolo de Kyoto, por ejemplo. Antes al contrario los problemas de la agenda política sólo se encuentran

en su discurso cuando las infraestructuras, como las líneas de ferrocarril de alta velocidad que citaba el anterior informante, invaden o se encuentran próximas a sus propiedades. El problema medioambiental y las soluciones adoptadas se explican en relación a los problemas propios del mundo rural: “tenemos poca agua”. Como indicábamos, se trata de un discurso poco esencialista y pragmático e involucrado respecto al medio inmediato. Por el contrario, de aquello que se escapa al ámbito de las propias tierras o de las fincas colindantes, se desentienden, hasta el punto en que cuando se les pregunta al respecto se ha llegado a indicar: “Pero, ¿Quién hace estas preguntas?”, dado que para ellos los problemas medioambientales radican en las políticas locales y autonómicas de agentes claramente identificables.

“P.- Vale, dice ¿qué medidas toma el establecimiento para la conservación del entorno natural, de las tradiciones y de las costumbres del medio rural? R.- ¿Para la conservación de? P.- Del entorno natural. R.- Bien, al estar dentro de un pueblo, podemos hacer, tenemos algunas cosas, quiero decir, aquí en el pueblo hay, tenemos poca agua, hemos instalado, por ejemplo, los wateres un sistema para gastar menos agua, en los grifos también, pero claro, no podemos hacer mucha cosa, porque estamos dentro de una población, entonces que más preguntas. P.- Por las tradiciones, las costumbres... R.- Hombre, quiero decir nosotros ya informamos de las fiestas, quiero decir, cuatro herramientas tradicionales por aquí colgadas, y si la gente nos pregunta, pues..., quiero decir no hay ningún problema por explicárselos” [E16].

“P.- Vale, qué medidas toma el establecimiento para la conservación del entorno natural, de las tradiciones y de las costumbres del medio rural? R.- Intentamos mantener en las mejores condiciones posibles todo el entorno, ya sea de los cultivos, o de los jardines del entorno, lo que ya se escapa de nuestro ámbito, pues ya no puedo hacer nada. Uno siempre ha de mejorar sus instalaciones, su equipamiento, pero el nivel es bastante correcto con una línea de mantenimiento” [E18].

“P.- Sí, sí, dice ¿qué medidas toma el establecimiento para la conservación del entorno natural, de las tradiciones y las costumbres del medio rural? R.- ¿Quién hace éstas preguntas? P.- La universidad. Qué medidas, esto es, pues cómo, pues lo que me estaba diciendo antes, cuando llegan aquí los turistas, pues venga que les enseñe, pues esto. ¿Cómo da a conocer el entorno? ¿Qué medidas toma usted para dar a conocer el medio? Pues todo esto, el pueblo por ejemplo, me entiende, o no? R.- Pues, pues, con charlas. P.- Vale, el establecimiento oferta actividades y servicios complementarios de alta calidad? R.- No” [E15].

Y es que el medio ambiente se concibe sólo en tanto que como suma de bienes privados y de propiedad pública con responsables fácilmente identificable, no diluida, de modo que los bienes públicos, para ellos, no resultan ser responsabilidad de todos y propiedad de nadie sino que claramente, son propiedad del municipio o del Estado, de modo que “ellos con sus fincas y nosotros con nuestras tierras”. De este modo no se consideran como responsables, sino propietarios de una pequeña parte del medio ambiente. Esta percepción de medioambiente como bien, con unos propietarios fácilmente identificables se agudiza en la medida en que para ellos el entorno es algo

inmediato y tangible, aquello que alcanzan a ver subidos en lo más alto de su casa solariega y que determinará la experiencia turística que vivirán sus clientes. Y es que intereses económicos y medioambientales son, para ellos, y dada su forma de concebir el medioambiente, un todo.

“R.- ¡Toda! Tu piensa que es desde que nos levantamos hasta que nos vamos a dormir, tú piensa que yo no doy un paseo que no lleve una bolsa de plástico en la mano para ir recogiendo por los caminos, ¡que me da asco!, desde botellas de plástico, a las Coca-colas, hasta un papel, hasta lo que sea, yo siempre vuelvo con colecta, que digo yo, yo pasear por estos caminos nuestros y ver cosas por tierra, si voy en coche paro el coche y lo recojo, porque no lo puedo resistir, yo cuando veo que la gente tira las cosas, es que nos hace mal a los otros. P.- ¿Y en el caso de la selección de los residuos aquí arriba lo podéis hacer? R.- Sí, sí que lo hacemos, nosotros hacemos compuesto, tenemos una aquello de compuesto y lo separamos todo, y los que vienen, se los decimos: piensen que a la salida cuando se acabe el camino verán los cuatro contenedores de las basuras para hacer el reciclaje de todo” [E02].

Por tanto, en los discursos predominan elementos referidos a la realidad inmediata de sus propiedades rurales. Concretamente, la excesiva proliferación de nuevas urbanizaciones en las inmediaciones de las casas solariegas y la escasa colaboración de las administraciones locales en la recogida selectiva de residuos constituyen dos de los ejes que articulan los “problemas” que escapan a sus posibilidades de acción individual. De mayor envergadura son problemas como los beneficios que comportaría para su negocio la calificación de parque natural del área geográfica donde se encuentra instalado. Dada la atomización del sector, la escasa densidad de la red de establecimientos rurales, ello plantea problemas considerables.

“P.- ¿Y qué medidas toma el establecimiento para la conservación del entorno natural, de las tradiciones y de las costumbres del medio rural? R.- Bien, nosotros en concreto no hacemos nada, lo que estamos aportando es un producto de calidad a la zona, que lo que hace es incrementar pues los servicios de los restaurantes, la venta de vinos, de cavas, que a ver todo lo que es traer turismo de calidad, pues que es bueno para la zona, pues para que vean que se ha de invertir, etc. P.- Vale, entonces, para acabar, una última pregunta, ¿toman alguna medida para preservar el medio ambiente? Es decir, ¿qué prácticas llevan a cabo para tener cuidado del medio ambiente? R.- Nosotros hicimos un proyecto de estudio medioambiental, ¿eh? A ver sino no te dan la licencia, esto es una cosa que sino no te dan el permiso para abrir el negocio, y bien, sí que estás, bien las aguas residuales van al alcantarillado, bien entonces e intentas el consumo de electricidad y carburantes todo esto intentas minimizarlo. P.- Selección de residuos, ¿hacéis? R.- Es una de las luchas que he tenido yo con el Consejo Comarcal, que pedí que pusieran unos contenedores para cada, para seleccionar, y no hay manera que nos pongan unos contenedores, y entonces, claro es que no puedo, y lo que no haré es irme ocho kilómetros a tirar cada vez, y entonces como que somos un núcleo muy pequeño pues no nos ponen..., y creo que es importante, porque ¡sólo con lo que generamos nosotros! Por eso lo he pedido al ayuntamiento, al Consejo Comarcal, y no sé, si es que no les interesa, o no sé por qué razón no lo solucionan” [E04].

“P.- Su empresa ¿ha tomado alguna medida relacionada con el cuidado medioambiental, y también si se piensa en un futuro adoptar otra?. R.- Hombre, ya te he comentado eso del agua, y también intentamos que la gente, ya les digo que intenten reciclar un poco, no les pido que separen el papel del vidrio, que separen un poco, nosotros ya lo vamos a tirar todo, pero que no, básicamente esto, bien y también, este año hemos puesto unos carteles en las habitaciones, que las toallas que paren un poco de cuidado, que no las dejen todas al suelo, las que se

puedan reutilizar que las cuelguen, ya que los detergentes que se hacen servir para lavarlas son contaminantes para el medio ambiente, se les explica que tengan un uso razonable de las toallas, quiero decir que no las tiren todas al suelo, que no despilfarran toallas” [E16].

“P.- Vale, dice: ¿qué problemas plantean tanto los empresarios, como las administraciones como los trabajadores del sector del turismo rural catalán? R.- No lo sé esto. P.- Quiero decir, cuáles son, qué obstáculos presentan para que no tengais tantos turistas que vengan a alojarse, y qué problemas cree que hay. R.- Bien, yo creo que la administración quizás nos debería apoyar más a la hora de reivindicar cosas, como por ejemplo, tenemos las carreteras, unas carreteras pésimas para llegar a Prades, que toda la vida que están iguales, yo toda la vida las he conocido de la misma anchura, podemos arreglar un poco el firme del suelo, pero la anchura es la misma, tú subes de Albarca hacia Prades y te encuentras un autobús o un camión, que puede pesar mucho, y según sitios se te pone aquí, ¿eh?, se te pone aquí, ¿eh?, pues bien, eso para mí es una de las cosas primordiales para que la gente pueda subir más aquí, ésta es una de las cosas, y después pues esto del parque natural, que nos ayuden a crearlo, que también iría bien para Prades y la comarca, para todos en general, nos ayudaría mucho, un poco de ayuda de las administraciones hace falta. Nos tienen bastante abandonados, a los pueblos, ¿eh?, y sobre todo a los pueblos de la provincia de Tarragona que son de montaña que cuando se piensa en los pueblos de montaña se piensa en el Pirineo, ¿eh? Y las ayudan se tiran todas para arriba al Pirineo, y resulta que aquí estamos a 600 metros de altura, te vienen gente de Barcelona y te dicen: ‘caray, si estáis muy bien aquí, que es muy majo este entorno, si esto parece que sea el Pirineo, no nos lo pensábamos que aquí en la provincia de Tarragona hubiese tanto verde y tanto bosque’; pues, no se da a conocer lo que es, todo, porque se conoce Tarragona: Salou, Cambrils, ¿eh? La Costa, la Costa Dorada, pero los pueblecitos de dentro del interior, hay de muy majos no se da a conocer, pues esto es culpa de las administraciones, nosotros ya hacemos todo lo posible, estamos en muchas guías, no podemos hacer nada más, entonces tendremos que destinar la mitad del año a pagar, porque entre la propaganda que nos hacemos nosotros mismos, porque nos hacemos los trípticos, luego salimos en una guía de casas del turismo rural de toda España, luego de tanto en tanto te apuntas a algún sitio como un diario... ya haces los posibles, pero... ahora nos están haciendo la página web, hacemos los posibles, pero con 8 habitaciones que tienes no puedes pagar tanto, en cambio si la administración te ayudase con alguna cosilla, al menos hiciese propaganda de estos pueblos, por ejemplo: hay comarcas que tienen todas sus casas de payés englobadas dentro con un tríptico, pues eso, aquí iría muy bien que también se hiciese, ¿eh? Me parece que abajo en el priorat, me parece que sí que en el Priorat lo tienen así, y nosotros hemos ido a varios sitios y aquello que vas cogiendo trípticos y lo ves, ¿eh? Que están englobadas allí, por ejemplo pues: el baix Camp, todas las casas de payés que hay puestas, aquella persona que va a aquella casa de payés tendría el tríptico y sabría todas las casas de payés que hay en el entorno. P.- Claro, para dar a conocer las otras casas. R.- Exacto. Pues todo eso, nosotros mismos no nos lo podemos pagar, si nos ayudasen, si el Consejo Comarcal pudiese hacer estos trípticos, sería otra ayuda. Nosotros bajamos de tanto en tanto a Reus a la oficina de Turismo y les bajamos trípticos nuestros, hacia Poblet, hacia la Espluga también nos bajan, pero, claro. P.- Te la has de hacer tú mismo la propaganda. R.- Exacto, nos la hemos de pagar nosotros” [E14].

Al respecto, se habría de calificar toda la provincia de tarragona como parque natural. Afear el entorno con polígonos industriales, calificar el área como parque natural o facilitar la recogida de residuos en las proximidades de la casa sin perder tiempo en llevar los residuos a algún punto alejado son factores que mejorarían la rentabilidad del negocio. Tanto cómo pragmático resulta demandar unos accesos rodados de mejor calidad, contribuyendo con ello a aumentar las áreas asfaltadas o accesos rodados hábiles para los vehículos urbanos en las mismas áreas que consideran que deberían ser catalogadas como parques naturales.

“R.- Bien, por otro lado, bien es igual. Yo..., bien yo ya no pido que arreglen la carretera, pero al menos que limpien, pues, dos metros, no las cunetas, los árboles que hay en el borde de la carretera, que permitan ver si viene otro coche; ¡porque es tan estrecha la carretera...!, pues si estuviese limpio un lado y el otro..., no hablo de cunetas ¿eh?, ni de la hierba, hablo de limpiar el bosque, al menos tres o cuatro metros, que pudieses ver, eso ya te daría la sensación de que la carretera es más ancha” [E13].

“A mí lo que me preocupa es la degradación del medio ambiente. Ahora nos hacen un super-polígono industrial aquí en el municipio y hay un circuito de motos que no está ni legalizado, autorizado por el ayuntamiento, pero totalmente ilegal, que cuando se ponen sólo se ven humaredas. A ver, esto es un problema que me preocupa, que vamos destruyendo aquí y en todas partes, vaya, que vamos destrozando el medio. Aún así, el tema de las casas garantiza una sostenibilidad. Lo intentamos, lo que pasa es que si todo a nuestro alrededor se está destruyendo... esto sí que es luchar contra gigantes. Como empresarios pequeños es lo que pienso que hicimos una inversión muy importante: trajimos luz, agua, había sido quemada esta casa, tuvimos que rehacerla mucho, intentamos que todo sea mínimamente sostenible, pero entonces ves que todo el entorno lo están cargando todo... una de las casas la cerrarán porque quedará en medio del polígono industrial... nosotros lo que hemos hecho es que tenemos el suelo que nos lo han de comprar, claro... porque un negocio y allí en medio se va a hacer puñetas, pero no es por el negocio, es porque es una casa preciosa, del año mil... me parece que tenemos los documentos del mil quinientos y pico y allí en medio tenemos el polígono industrial. Esto es lo que a mí me preocupa y que los ayuntamientos no son nada sensibles... ellos lo quieren todo: quieren el polígono industrial, quieren el circuito y te dicen que también quieren el turismo, claro, todo no puede ser, será muy difícil convivir con todo y en contrapartida ven que al lado hay este negocio... además como propietarios también ves que esta casa es de la familia, de generaciones y generaciones, pero también hay la supervivencia y con un polígono contra el cual no puedes hacer absolutamente nada pues...” [CERT1].

Los profesionales del mundo rural, progresivamente liberados de las pesadas obligaciones de la tierra y progresivamente distanciados de las formas agrícolas de vida han incorporado plenamente aquello que en el mundo urbano se considera políticamente correcto. Pero, la diferencia fundamental con la población urbana radica en que ellos tienen intereses económicos vinculados a las transformaciones medioambientales geográficamente localizadas y en las que juegan un papel clave las Administraciones Locales. Es decir, los propietarios/empresarios que aquí analizamos, tal y como ha sucedido históricamente con los propietarios agrícolas, poseen unos intereses vinculados a sus explotaciones turísticas que no necesariamente han de coincidir con la búsqueda del equilibrio medioambiental. Cuando se aborda la sostenibilidad de las explotaciones turísticas rurales no surge ningún tipo de autocritica. “Hacemos lo normal”, y que incluye, según sus manifestaciones, separar los residuos, instalar placas solares, dosificadores en los grifos y cisternas y dejar de quemar los residuos inorgánicos dado que, por su creciente volumen, ya no continúa siendo posible.

“P.- Vale, pues ¿qué medidas toman aquí en la casa para la conservación del entorno natural como de las costumbres? R.- Hemos procurado mantenerlo todo tal como era antes, no se ha tocado nada ni de estructura de la casa ni de fuera, prácticamente. Nos gusta que la gente vea como era esta masí antiguamente, conservando los lavaderos, y los riegos del agua, y el molino de detrás... y la gente después pregunta. Procuramos conservarlo todo. Y por los

temas de protección ambiental, la basura aquí no se quema ni se hace nada, se tira a los contenedores... Procuramos tener un respeto. P.- ¿Ofrecen actividades complementarias? R.- la gente viene y pregunta qué pueden ir a visitar. Arriba tengo hojas y les enseño cómo llegar a los sitios. Hubo una temporada que nos plateamos alquilar bicicletas, pero vimos muchas casas que lo hacían, pero no nos lo ha pedido nadie. La gente se trae bicicleta” [E11].

Todo ello remite a unas prácticas con origen urbano y que constituyen ya lo políticamente correcto. Estas prácticas remiten a la forma en que valoran la cuestión del medio ambiente en relación a sus establecimientos rurales. Las medidas tienen un interés sólo de acuerdo a su particular modelo de negocio. De este modo, no se concibe la inclusión de mejoras que respeten el medioambiente sino es por obligación administrativa o que pueda mejorar la valoración económica de su patrimonio.

“P.- Vale, y por último en relación con el medio ambiente, si tomáis alguna medida relacionada con el cuidado medioambiental, y si pensáis tomar alguna en un futuro. R.- Estamos, ahora diseñándolo, ahora hemos tenido más tiempo, y por las tardes lo vamos hablando, y por las noches. Bien, esto incidir un poco en la recogida selectiva, y bien, ya te lo digo es más bien a raíz de ver modelos de calidad, pues que te dicen eso, ¿no? ¿Tienes recogida selectiva? Pues mira hasta ahora no lo hacíamos, y es eso que te decía por la inversión que es, pienso que te da un valor añadido, ¿no? De decir, pues mira a mi no me cuesta nada, y esta gente se preocupa por el medio ambiente, quien lo valora, lo valorará, y quien no pues mira es igual, señal que si está así preparado se debe hacer así, ¿no? Pienso que quien lo valora que lo hagas creo que lo valorará positivamente que lo hagas, y quien le es igual, tampoco le molestará que lo hagas así. Y a partir de aquí sí que hemos pensado que el material para lavar y exo, pues intentar ir poniendo, que sean productos que sean respetables con el medio ambiente, cosillas así irlas introduciendo a medida de eso que nos suponga poco coste, y que te lo puedan valorar un poco a nivel de calidad, de la gente que realmente sí que dice, pues que lo puedan valorar, coas así sí que las vamos haciendo, introduciendo” [E03].

En definitiva, el entorno, considerado en un sentido amplio, trasciende la capacidad de actuación del empresario rural. Su actuación se limita a su propia casa o finca de modo que la solución medioambiental pasa por la suma de acciones individuales (propietarios particulares) y la acción pública, respecto a la que en general, pese a su relativa proximidad, existe y sensación de impotencia respecto a la actuación de las Administraciones en la gestión de un bien público. La *tragedia de los comunes* no se produce en tanto que no existen *pastos comunales*. Todos los bienes, de una manera u otra, tienen dueño, lo que no es óbice para que los problemas públicos, como el mantenimiento de los caminos tradicionales, emerge en los discursos.

“P.- Entonces, la siguiente pregunta dice: ¿Qué problemas plantean los trabajadores, los empresarios y las administraciones para aumentar la calidad en el sector del turismo rural catalán? ¿Sería un poco eso, no?, los problemas de... R.- Hombre lo que se plantea dices, claro, la mejora, por donde puede ir eso, la mejora de las instalaciones, la mejora del equipamiento, y después que todo el entorno sea lo más ecológico, y lo más verde posible, ¿no? Pero, bien, siempre hay un: ¿por qué en estas casas de aquí delante no están rebozadas

las paredes? Es el ayuntamiento quien tiene que hacer rebozar estas paredes, esta fachada que hay aquí es patético, un día un hombre me dijo, escucha esto es horroroso, le dije: escuche no se enfade, esto es un problema, pero yo no soy quien lo ha de solucionar, yo ya intento mantener las instalaciones, pero... P.- Bien, es un factor del entorno. R.- A veces no estás en el mejor entorno posible, desearías estar en un entorno más bonito, pero, el ayuntamiento es quien debería hacerse cargo de pintar estas casas de ladrillo, pues tú, como propietario de tu pequeña empresa, procuras que esté en las mejores condiciones posibles, repasas todos los equipamientos para que estén lo mejor posible, porque si no lo tienes bien, el cliente no vuelve, pero a parte pues está el entorno, que es al lado de donde estás que esperas que sea el mejor posible. Sí, por ejemplo los cultivos fuesen más estables, pues quizás esta finca de aquí al lado no estaría abandonada, y ahora pues está así, y esto cómo lo podemos evitar, o prever, pues no lo sé, quizás podrías decir arranquemos todo esto y hagamos un pinar, pero quién toma estas medidas, ¿no?, para que el entorno sea lo más idílico posible, claro, pero hay una serie de factores por aquí que hace que se escape de tus posibilidades, entonces bien, claro que se puede hacer, nuestro entorno no es el ideal, pues no siempre lo es, no siempre hay los medios económicos, ya sea los ayuntamientos o quien sea, para tener, por ejemplo, la carretera que tenemos de acceso, ¿es la mejor?, pues no, tampoco, se tendría que arreglar, de ampliar y de desdoblarse, se tendría que hacer el trébol en la rotonda de acceso, y no salir por el polígono, además la gente que te llama no sabe cómo salir del polígono, alguna vez me han dicho que se han perdido, y claro, todas estas cosas ¿qué?, ¿de quién dependen?, y todo esto, pues esto es un tema que poco a poco, todo se va haciendo, y los accesos se van haciendo y las cosas van mejorando, ¿no? Pero, claro, falta mucho, ¿no?” [E18]

“P.- Y acciones de cara a la conservación del entorno natural o del medio rural? R.- Básicamente conservar el edificio con sus características originales. También disponemos de una masía, y queremos restaurar un antiguo molino, para dar a conocer el entorno y cómo subsistían antes. P.- ¿Todo aquí en Farena?. R.- Bien, en Mas de Ferran, que está un poco más allá. P.- ¿Y la calidad del establecimiento responde a las exigencias de los clientes? R.- Pues sí, sobre todo para los extranjeros, que se van muy contentos, hacen muy buenas críticas, e incluso todos hablan de volver. Estos de Nueva York dicen que quieren volver al año que viene. P.- ¿Y cómo se orienta a los clientes en esto del patrimonio cultural y antrual del entorno? R.- Bien, les damos guías. Conocemos todos los pueblos y las rutas que hay para andar, y las cosas interesantes que hay por la zona. Lo que pasa es que aquí había de interesante la ruta de los molinos pero el camino era impracticable. Y todo lo que hay practicable y que puede ser interesante, pues se lo comunicamos” [E13].

Sólo un pequeño grupo de propietarios, en alojamiento compartido, y con una clara actividad agrícola principal se relaciona el medio ambiente con formas más próximas de “autenticidad” con la vida agraria. De este modo, cuando se habla de conservación medioambiental aparecen referencias a los modelos de vida y producción tradicional (celler).

“P.- Dice: ¿qué medidas toma el establecimiento para la conservación del entorno natural, de las tradiciones y de las costumbres del medio rural? R.- Pues todas, ¿no? Yo cuando viene la gente y me pregunta, pues les explico todo lo que puedo, ¿no? Pues si ven una herramienta les digo para qué sirve, para qué no, tenemos una bodega que hacemos nuestro vino, pues si conviene les enseñamos la bodega, les explicamos como hacemos el vino. Es decir, lo intentamos explicar, es decir: lo damos a conocer. R.- Sí, sí, ¡claro!” [E13]

Ahora bien, no existe en estos casos referencia a la sostenibilidad. Precisamente estos propietarios se muestran críticos con la rentabilidad económica de modelos ecológicos y con el ecoagroturismo. La justificación es clara: la rentabilidad de las explotaciones no es viable sin una agricultura, también, *civilizada*, los nuevos

abonos, semillas y métodos de cría y engorde del ganado, independientemente del impacto global de estos. Y, hemos de recordar que esta es la renta principal y es la renta en la que este perfil de propietario cree. Como habíamos indicado, el propietario agrícola no cree en el (no vive del) turismo, aunque le proporcione rentas. Cuando los informantes se refieren *al heritage*, al patrimonio cultural que condiciona la oferta externa al alojamiento, esta se inscribe, como habíamos indicado, a una combinación de elementos del modelo turístico de sol y playa, pero también a la inmediata del municipio, la que más satisfechos se sienten los propietarios, como aquello que “alcanza la vista” desde su propiedad. Destaca a este respecto a la perspectiva local del patrimonio cultural y tradición oral en la transmisión de valores respecto al patrimonio como consecuencia del arraigo a la comarca. En cambio, los inventarios y las guías sobre la oferta tanto comarcal como provincial la delegan a las instituciones (Consejos Comarcales y Gobierno Autonómico). Al respecto, existe un nulo nivel de involucración con la conservación del patrimonio histórico o cultural, que es delegado sistemáticamente en las instituciones. Tampoco, las incipientes asociaciones de empresarios plantean el *heritage* como una línea de actuación.

“P.- Dice ¿qué medidas toma el establecimiento, es decir, la casa ésta, para la conservación del entorno natural, de las tradiciones y de las costumbres del medio rural? R.- A ver, de las tradiciones, yo cuando suben a Prades y vienen a nuestra casa, les explico todo lo que puedo de Prades, y de la zona, y que vayan a Siurana que es muy majo, que es el último sitio que se fueron los moros, que Prades ha sido quemada tres veces, les explico todo lo que puedo. O todo lo que sé” [E14]

“P.- Vale, y la última que es un poco repetitivo dice: ¿cómo se informa a los clientes respecto al patrimonio cultural, natural del entorno del establecimiento? R.- Quiero decir, nosotros tenemos unas rutas, quiero decir que no sólo la gente se esté en la playa y suba aquí arriba a eso, quiero decir que tenemos rutas hechas como por ejemplo al Delta del Ebro que está relativamente cerca, otras rutas de interior, Prades y todo eso, quiero decir que la gente conozca un poco los alrededores, y hay otras rutas que las hemos ido pidiendo al ayuntamiento, y que hagan un poco de inventario de los caminos y todo eso, y si alguien quiere un poco más de montaña, pues que pueda acceder” [E16].

“P.- Vale, y para acabar este bloque, ¿cómo se informa y se orienta a los clientes respecto al patrimonio cultural y natural del entorno del establecimiento? R.- Pues se les facilita la información de las, patrimonio cultural que hay en las ciudades cercanas, y eso, catálogos, trípticos, y eso” [E18].

En los alojamientos compartidos propiedad de campesinos tradicionales, el servicio se convierte en orientación acerca de la vida agrícola.

“P.- Vale, muy bien. Aquí dice que describa brevemente los servicios que se ofrecen, que ofrece la empresa a sus clientes. A parte de alquilar la casa, y esto, pues se ofrecen actividades o algunos servicios, o... R.- No, le ofrezco un poco información sobre el huerto, animales; te encuentras gente que no sabe, no sabe que la fresa era una, una, una mata, se piensa que es un

árbol, o no sabe que una pata engüera veinte ocho días los huevos, ¿no? O que una coneja simultaneamente pude parir cada treinta días, no lo saben, eso son cosas que te quedas parado, o sea, no...; gente de Valencia, gente de Barcelona que, que no saben nada de eso, que se creen que una lechuga en 15 días está! Y que un tomate..., se creen que todo es más rápido. P.- Ya, ya, ya. R.- Se creen que es un poco más que ir a la tienda, no?" [E15]

Existe también una pequeña parte del sector que parte de criterios de explotación ecoagroturística y respecto a la que los propietarios neorrurales depositan su interés como modelo de negocio. Frente a las explotaciones intensivas, constituyen formas agrícolas orientadas tanto a los potenciales clientes de productos en el mundo urbano como a fin de completar la experiencia turística rural con nuevas formas agrícolas. Esta agricultura, lejos de buscar su justificación en la tradición, se emmarca en circuitos institucionalizados y mercantilizados bajo nuevos ejes de competitividad, en los que dominan las certificaciones gobernadas por entidades privadas que han de reconocer sus productos ante un público urbano sofisticado. Nuevamente, como ya ocurría en el caso de los propietarios originarios del mundo rural, se observa una desconfianza hacia la gestión pública, en particular hacia la capacidad de esta sobre la gestión de los servicios externos, como la recogida selectiva de residuos, que han de cumplir estos establecimientos. Los propietarios consideran que cumplen una importante función social en tanto que existe la percepción de que se contribuye a la educación medioambiental: "Tu formas parte de la educación de la gente".

"P.- Y si tuviera que crear ahora la casa, como lo vería? Hace poco que la han creado... R.- Si, pero se nota la diferencia de los primeros meses a ahora. Si se hace la casa rural porque se tiene la casa, es genial. Pero si tienes que crear la casa... Económicamente no es rentable. Por dinero no lo haces, porque por dinero te vas a una empresa. Pero si tienes una casa y quieres aprovecharla, si tienes un jardín... Los niños de Barcelona no han visto nunca una gallina y ponen los ojos grandes y tu estás contento. Pero para crear un negocio no es. Tarragona es muy desconocida, a diferencia que Girona. Pero poco a poco Tarragona empieza a estar conocida. Y estoy contenta porque pueden venir aquí y les digo qué pueden hacer. No solo es que vienen a descansar. Tu formas parte de la educación de la gente" [E09].

"P.- ¿Qué medidas toma des del establecimiento para la conservación del entorno natural, de las tradiciones y de las costumbres del medio rural? R.- Hombre, lo que he comentado es que en este momento tengo muchos problemas a nivel de mi entorno. Estoy muy disgustada por el hecho que tengo una cantera muy próxima. Es el tema de humos, el tema de peligro y el tema visual. Y eso a mí me afecta muchísimo. Resulta que las entidades como pueden ser el ayuntamiento, no se implica nada. Cuando hay cèntimos por el medio, el resto no consta, es igual. Y entonces hay gente que viene para andar, para ir en bicicleta, y hay muchos caminos y GR d gran recorrido que están cortados, y el ayuntamiento ni lo sabía... Todo está dejado de la mano de Dios" [E13].