

Una aproximación al concepto de *slow tourism*: el caso del **territorio del Valle del Jerte**

JOSÉ MANUEL HERNÁNDEZ MOGOLLÓN * [jmherdez@unex.es]

PAOLA DE SALVO ** [paola.desalvo@unipg.it]

ELIDE DI CLEMENTE *** [ediclemente@unex.es]

Resumen | El movimiento *slow* está ganando cada vez más espacio en la sociedad moderna y está marcando un cambio sustancial en la manera de entender el consumo de bienes y servicios así como de la calidad de la vida. El gran consenso que están recibiendo iniciativas como *Slowfood* y *Cittáslow* sugiere que existen importantes implicaciones entre el deseo de lentitud y el auge de una nueva tipología de consumidores caracterizada por un conjunto de necesidades y nuevas formas de entender la experiencia turística. El objetivo del presente trabajo es aclarar el concepto de turismo *slow*, definiendo las variables fundamentales de la demanda y de la oferta. Se aportan los resultados de un trabajo empírico encaminado a verificar la percepción de la lentitud por parte de los turistas y agentes del territorio en el Valle del Jerte (España).

Palabras-clave | *slow tourism*, *slow travel*, decrecimiento, sostenibilidad, turismo en el Valle del Jerte, marketing turístico.

Abstract | Slow philosophy is gaining support in society and making substantial changes in the way we understand the consumption of goods and services and it is also bringing about change in terms of tourist demand trends. The success of experiences as *Slowfood* and *Slowtown* demonstrates that exists a strong relationship between the desire of slowness and the rise of a new target of consumers with new desires and needs about their tourist experience. The aim of this work is to find out what slow tourism means, both from the demand and the supply side. We report the results of an empirical study aimed at verifying the perception of slowness by tourists and agents of the territory of Jerte Valley (Spain).

Keywords | slow tourism, slow travel, degrowing, sustainability, Jerte Valley tourism, tourism marketing.

* **Doctor in Economics and Business** by the University of Extremadura, **Professor** of Tourism Marketing at the University of Extremadura (Spain), and **coordinator** of the Research Group in Marketing and Tourism Management (MARKETUR).

** **Assistant Professor** in Sociology of political phenomena at the University of Perugia.

*** **Graduated** in Tourism Economics at the University of Perugia (Italy).

1. Introducción

Los modelos económicos en los que se asientan las economías modernas más desarrolladas, tienen como objetivo indiscutible el crecimiento de los niveles de producción nacional a través del aprovechamiento intensivo de los recursos disponibles, como el capital, los recursos humanos y la tecnología.

Modelos que nos han llevado a una cultura del crecimiento que implica un aprovechamiento incontrolado de los recursos y de *inputs* de nuestros sistemas económicos, para poder alcanzar el máximo nivel de *output* que coincide con el nivel de producción del sistema. Esta cultura deja al margen los efectos de tal aprovechamiento sobre el ambiente, la sociedad, el entorno en el que se desarrolla la vida del hombre, y proclama la perfecta correspondencia entre mayores niveles de consumo, y mayores niveles de bienestar de las sociedades.

La presente realidad económica, caracterizada por fuertes y profundos desequilibrios entre la población de las distintas regiones del mundo, ha puesto en crisis la credibilidad y el valor, en términos absolutos, de los modelos económicos de crecimiento considerados de referencia hasta ahora (Latouche, 2010).

La discrepancia entre un aprovechamiento intensivo de los recursos, y los efectos sobre el verdadero bienestar de las poblaciones, obliga a una revisión de los modelos tradicionales de desarrollo hasta la elaboración de un concepto de crecimiento cada vez más amplio y complejo.

Se vuelve necesario, subrayar y medir de manera concreta también otros indicadores de riqueza social, como la calidad del lugar de trabajo y del entorno en el que se desarrolla la vida de una persona, su alimentación, el nivel de felicidad, etc. (Nordhaus y Tobin, 1972; Daly y Cobb, 1989).

Desde la convicción que los modelos de crecimiento económico tradicionales, ya no son suficientes para proporcionar una información

exhaustiva del bienestar y de la riqueza de un país, se desarrolla una corriente de pensamiento que se fundamenta en un cambio de los ritmos de consumo y de la vida como la única manera de evitar el colapso de los sistemas productivos. Bajo esta premisa la filosofía de la lentitud cobra un sentido particularmente importante. En la práctica ya ha penetrado en varios ámbitos socio-económicos en los últimos años, y entre otros ejemplos cabe destacar las experiencias de *SlowFood* (Petrini, 2001) y *Cittáslow* (Knox, 2005; Mayer y Knox, 2006).

En la literatura, el movimiento *slow* se enmarca dentro de las teorías del decrecimiento (Latouche, 2010; Hall, 2009), que consecuentemente han dado vida a las consideraciones sobre la *soft y green economy* (Cianciullo y Realacci, 2006), la *slow consumption* (Hall, 2009, 2010), los *territorios lentos* (Lancerini, 2005) y más recientemente el *slow tourism* o *slow travel* (Dickinson *et al.*, 2011; Dickinson *et al.*, 2010; Lumsdon y McGrant, 2011; Dickinson y Lumsdon, 2010; Nijkamp y Baaijens, 1999; Blanco, 2011). Desde aquí, podemos considerar una doble justificación académica y práctica al presente estudio. A nivel académico se reconoce el interés multidisciplinar que se ha desarrollado en torno a las temáticas de la lentitud, y a nivel práctico consideramos que las teorías *slow* pueden ayudar a diseñar nuevos modelos y productos turísticos, capaces de alcanzar un correcto equilibrio entre el derecho al disfrute de la experiencia turística, y el respecto hacia los recursos de un territorio.

El objetivo del presente trabajo es por tanto profundizar en el concepto de turismo *slow*, y medir con un estudio empírico los niveles de percepción de la lentitud o de la presencia de ritmos de vida diferentes, en un determinado territorio, considerado potencialmente idóneo para el desarrollo de planes turísticos orientados a la lentitud. Objeto de dicho estudio empírico han sido tanto los turistas, cuya percepción ha sido medida mediante un cuestionario estructurado, como los agentes locales del sector, a los cuales se realizó una entrevista en profundidad.

A nivel metodológico hay que diferenciar entre la realización de la parte teórica y empírica. Para llevar a cabo la primera, se ha realizado una búsqueda de la literatura más relevante en varias bases de datos científicas como *ScienceDirect*, *Scopus*, *Springerlink*, *Dialnet*, *Wiley* y *Google Scholar*, utilizando como principales palabras claves: *slow travel*, *slow tourism*. Las principales revistas analizadas han sido: *Annals of Tourism research*, *Tourism Management*, *Journal of Travel Research*, *International Journal of forecasting and Journal of Sustainable Tourism*. Al observarse como algunas aportaciones destacadas sobre el tema de la lentitud se encuentran recogidas en publicaciones no científicas, se ha considerado oportuno completar el estudio haciendo referencia a textos alternativos como libros de carácter turístico, socio-antropológico y económico.

En el estudio empírico se midió la percepción tanto de turistas como de los *stakeholders* turísticos locales sobre los niveles de calidad y de lentitud del territorio objeto de estudio. Se encuestaron 226 individuos, entre turistas y excursionistas, y se realizaron 7 entrevistas en profundidad a agentes turísticos locales.

2. La oferta del turismo *slow*

El turismo de lentitud todavía no goza de una determinación conceptual unánimemente aceptada en la literatura científica. No obstante, ya existen contribuciones importantes sobre el tema del *slow tourism* que intentan explicar y definir esta nueva tendencia turística. En la Tabla 1 podemos encontrar recopilada la principal literatura de referencia que trata de manera explícita las relaciones entre lentitud y turismo. Tras el estudio de la literatura considerada, podemos decir que existen dos corrientes de pensamiento en relación a la definición del concepto de turismo lento. La primera, que limita la connotación *slow* a las elecciones del medio de transporte, haciendo así coincidir el turismo de lentitud con la voluntad del turista a decantarse por medios de transporte que sean menos rápidos, y por tanto menos contaminantes. Se excluyen en consecuencia los viajes en avión que actualmente representan los medios que provocan las mayores emisiones de CO₂ en el medio ambiente (Hall, 2009; Buckley, 2011). La segunda amplía el concepto hasta identificarlo como un elemento de cambio

Tabla 1 | Principal literatura de referencia

		Autor/año	Título	Revista/Libro	
Lentitud	Principal literatura de referencia	Lentitud como cambio estructural	Blanco, A. (2011)	Una aproximación al turismo Slow. El turismo Slow en las Cittaslow de España	Investigaciones Turísticas
			Dickinson, J. E. <i>et al.</i> (2011)	Slow travel: issues for tourism and climate change	Journal of Sustainable Tourism
			Cilliers, P. (2006)	On the importance of certain slowness, Stability, memory and hysteresis in complex systems	Emergence: Complexity and Organization
			Lumsdon, L. M. y McGrant P. (2011)	Developing a conceptual framework for slow travel: a grounded theory approach	Journal of Sustainable Tourism
			Dickinson, J. E. y Lumsdon, L. M. (2010)	Slow Travel and Tourism: Tourism, Environment and Development Series	Earthscan
	Dicotomía lentitud-transporte	Buckley, R. (2011)	Tourism Under Climate Change: Will Slow Travel Supersede Short Breaks?	Ambio	
		Dickinson, J. E. <i>et al.</i> (2010)	Holiday travel discourses and climate change	Journal of Transport Geography	
		Fosgerau, M. (2006)	Investigating the distribution of the value of travel time savings	Transportation Research Part B	
		Nijkamp, P. y Baaijens, S. (1999)	Time pioneers and travel behaviour: an investigation into de viability of "Slow motion".	Growth and Change	

Fuente: elaboración propia.

estructural en la industria turística, ya que la lentitud penetra en varios ámbitos de la misma y no sólo en el sector de los transportes (Dickinson y Lumsdon, 2010; Lumsdon y McGrant, 2011; Cilliers, 2006; Dickinson *et al.*, 2011; Blanco, 2011).

Las investigaciones que amplían el concepto de turismo lento y superan las limitaciones fijadas por el *slow travel*, no dejan de subrayar la importancia de la dicotomía lentitud-transporte, pero empiezan a explorar otros ámbitos turísticos en los que se manifiestan tendencias favorables a la ralentización, o más bien, donde se hacen necesarias por exigencias de conservación del patrimonio artístico, medioambiental y social.

Bajo esta nueva concepción de *slow tourism*, la lentitud ya no se asocia a una moda psicosocial del viaje (Nijkamp y Baaijens, 1999), sino que en ella se va identificando el germen de un cambio estructural a nivel social, económico y antropológico (Cilliers, 2006; Lumsdon y McGrant, 2011). Estas consideraciones hacen que el turismo *slow* necesite tanto una actitud determinada hacia el tipo o el estilo de las vacaciones, como hacia los medios de transporte. Por lo tanto el *slow tourism* empieza a considerarse como una combinación de *slow holiday* y *slow travel* (Dickinson *et al.*, 2011). En la misma dirección Lumsdon y McGrant, (2011) en su revisión de la literatura sobre la temática del turismo lento, identifican cuatro pilares clave: el valor del tiempo, el localismo y las actividades en el destino, las modas en el transporte y la responsabilidad medioambiental, donde el transporte representa sólo uno de ellos, y no la componente principal de la lentitud. Es así que la oferta de un turismo lento no se limita a la posibilidad de poder viajar con medios de transportes limpios y de descartar el uso de medios altamente contaminantes y rápidos como los aviones, sino que incluye una actitud de viaje más transversal. Matos (2002) identifica el turismo *slow* como algo que exige una perfecta coherencia entre múltiples elementos como el alojamiento, la dieta, la recreación y las actividades locales, la cultura, los servicios y el respeto del medio ambiente. Si

el turismo *slow* empezara a desarrollarse como una forma popular de vivir el tiempo de ocio entre la demanda turística, se experimentarían cambios sobre la oferta de alojamiento, la restauración, las actividades complementarias y todos los subsectores del turismo (Buckley, 2011).

En relación a la oferta de alojamiento en particular, Buckley (2011) afirma que se produciría un cambio de preferencias orientadas a establecimientos extra-hoteleros, por ser considerados más cómodos para estancias de mayor duración. Matos (2002) ubica la práctica del *slow tourism* en entornos rurales, por lo tanto identifica en el alojamiento rural la tipología de oferta turística ideal.

Consideramos que las aportaciones de ambos autores conllevan una limitación al concepto de oferta turística *slow*. Buckley limita la propuesta *slow* en relación a la tipología turística, excluyendo la hospitalidad hotelera que en muchos sistemas turísticos está caracterizada por ser cualitativamente notable y fuertemente coherente con las tradiciones arquitectónicas locales, lo cual le permite ser expresión auténtica del estilo de vida de un territorio. Por otro lado, Matos (2002) limita el contexto territorial del turismo *slow*, haciéndolo coincidir con el rural sin considerar así la potencialidad de un territorio urbano o de costa de poder desarrollar dinámicas turísticas orientadas a la lentitud. Bajo esta reflexión consideramos oportuno señalar la necesidad de definir la oferta turística *slow* dentro de unos conceptos más generales que puedan superar las limitaciones territoriales (los espacios rurales) y de tipología de alojamiento (los establecimientos rurales) y que al mismo tiempo identifiquen los elementos esenciales para el desarrollo un modelo turístico asentado en la lentitud.

Tras el estudio de la literatura considerada, identificamos cuatro conceptos recurrentes relacionados con la temática *slow*: los territorios lentos (Lancerini, 2005), la sostenibilidad (Hall, 2009), la calidad y el decrecimiento (Latouche, 2010).

Con el término territorios lentos se indican todas aquellas áreas que se han mantenido, de manera

voluntaria o no, al margen de un aprovechamiento territorial intensivo y unidireccional decantándose por el desarrollo de múltiples actividades distintas que los convierten en entornos híbridos y pluri-sectoriales, difíciles de identificar con un sector productivo específico y donde el paisaje y las identidades locales se vuelven los protagonistas de un desarrollo orientado al territorio y respetuoso de los ritmos naturales. Las características de estos territorios los convierten en escenarios ideales para el desarrollo de modelos de crecimientos flexibles y capaces de adaptarse a los altibajos de las economías actuales (Bonomi, 2009). Lancerini (2005) apunta que estas regiones destacan por la búsqueda de una mayor cantidad de tiempo libre, felicidad, calidad y libertad más que por el aumento de la renta.

El concepto de lentitud se entiende desde una perspectiva crítica con respecto a su acepción normal que con el paso del tiempo y la evidencia de los datos concretos ha demostrado su vaguedad en muchos aspectos (Hall, 2009).

Se hace necesario abarcar la sostenibilidad desde una perspectiva necesariamente local. Hall (2010) nos propone, de hecho, una reconceptualización del término que, además de subrayar la tradicional concepción del balance entre desarrollo social, económico y ambiental, considera la amplitud territorial y espacial de los impactos. Grössling (2002), afirma la incoherencia del concepto de sostenibilidad ambiental, y apunta como muchas actividades turísticas activan acciones de atención medioambiental que proporcionan resultados positivos sólo a nivel local. Estas últimas además resultan completamente anuladas por la contaminación provocada por el transporte aéreo del turismo internacional (Hall, 2009). La componente territorial de la sostenibilidad nos lleva a definir un modelo de desarrollo turístico consciente de la necesidad de activar mecanismos que aseguren el nombrado balance de la sostenibilidad a un nivel principalmente local, fomentando la difusión de una cultura local del viaje. Por estas razones los modelos de turismo lento se consideran aptos para el desa-

rollo de un espacio turístico local en contraposición con el global (Dietz, 2006). En este sentido se prevé una delimitación territorial de los desplazamientos turísticos, una invitación a reducir las distancias y a quedarse más tiempo en el destino.

La necesidad de una reconceptualización de la sostenibilidad representa una denuncia evidente del clamoroso fracaso, tanto teórico como práctico, del término. Desde aquí la necesidad de abarcar un concepto de crecimiento encaminado a aumentar la calidad de la vida y que supera su acepción clásica que va directamente conectada con el aumento de la capacidad productiva (Nordhaus y Tobin, 1972; Daly y Cobb, 1989). Hall (2009) nos habla de la necesidad de redireccionar el desarrollo turístico hacia un sistema circular y no lineal que permita reducir el consumo de materias primas y energías empleadas para la producción hasta niveles compatibles con la regeneración y absorción de los impactos por parte del mismo sistema. Este cambio, desde el lineal al circular, se considera como la adopción de un sistema de consumo sostenible. En este sentido el decrecimiento, entendido como una utilización más eficiente y pausada de los recursos, puede entenderse como la faceta operativa de la sostenibilidad. Las teorías de decrecimiento imponen la consideración de alcanzar un estadio estacionario de las economías. Daly (2008) mantiene que cada consumo de capital, natural o artificial, debe ser restado en el cálculo del beneficio, reconociendo la importancia de este tipo de coste, hasta ahora ignorado, y colocándole en una posición crucial en el mecanismo del crecimiento. Optar por la consecución de un estado estacionario en turismo significa, elegir un sistema que apuesta por un desarrollo cualitativo y rechaza mecanismos acumulativos de crecimiento en favor de un consumo lento de los recursos.

La consecuencia de la elección de un estado estacionario del turismo no implica que las personas viajen menos o renuncien a la movilidad típica de la sociedad de nuestros tiempos, sino que se desarrolle una cultura de movilidad localizada y lenta, lo cual conllevará beneficios tanto económicos como

ambientales. Los primeros porque muchas regiones se beneficiarán de un mayor dinamismo turístico local, y los segundos porque la movilidad localizada implica esfuerzos para la reducción de los impactos negativos del viaje (Holden, 2007).

Finalmente, consideramos la calidad como elemento fundamental del modelo turístico *slow*. El sociólogo De Masi (2006), define la calidad como un halo particular que convierte un bien o un objeto en algo único e insustituible. Calzati (2009) hace coincidir la calidad con “lo que está bien hecho” y “lo que es bello” y, más en detalle, con el lujo caracterizado por bienes escasos como el tiempo, la autonomía, la tranquilidad, el silencio, la seguridad y la posibilidad de disfrutar de un entorno sano. En esta acepción, el tiempo juega un papel fundamental y se define como una de las componentes de la calidad. Esta relación directa entre el tiempo y la percepción de la calidad nos sugiere que un modelo turístico como el de lentitud, que identifica su primera peculiaridad en una consideración nueva del tiempo, no puede evitar considerar la calidad como un elemento constituyente.

Los cuatro elementos que acabamos de describir representan los pilares fundamentales de concepto de *slow tourism*. Esta primera sistematización de conceptos representa la base sobre la cual hemos realizado el diseño del trabajo de campo que se resume en las páginas siguientes.

3. La demanda del turismo slow

El desarrollo de un sistema turístico alternativo como el *slow tourism* no puede prescindir de una actitud favorable de la demanda hacia el mismo. Los sistemas turísticos actuales, de hecho, consideran las investigaciones sobre esta variable como la base de la innovación en el sistema de la oferta (Faulkner y Valerio, 1995; Dickinson y Lumsdon, 2010), cada vez más orientado al mercado y no al producto. En este contexto, un conocimiento detallado y profundo

de las necesidades y deseos de los consumidores turísticos se hace necesario para poder constituir un sistema de oferta coherente con las expectativas de los consumidores. Por esta razón consideramos oportuno dedicar un pequeño apartado a la definición de la variable de la demanda turística actual y contestar a la pregunta ¿Quién es el turista *slow*? En una lógica de *slow travel* más que de *slow tourism*, Dickinson (*et al.*, 2010) consideran el turista *slow* como aquel viajero que somete la elección del destino al medio de transporte necesario para llegar al mismo. Sin limitarnos a la elección del transporte y adoptando una acepción más amplia, podemos identificar el consumidor turístico lento como un sujeto permeable al *genius loci* y abierto a las relaciones y al contacto con el “otro”, como lo define la antropología del turismo (Canestrini, 2004). La tradicional posición hegemónica de un turista-consumidor que marca los cambios en el sistema turístico según sus gustos, y antojos no parece ser verosímil en el caso del turismo lento. De hecho, el turista lento se siente, o quiere sentirse, parte activa e integrante del sistema con el que entra en contacto en su tiempo de ocio. Así, desde su papel de turista-consumidor, el viajero lento prefiere identificarse como un “miembro temporal” (Dall’Ara, 2008) de la comunidad y huir de aquella alienación típicamente experimentada por el turista en localidades “artificiales”, hechas a su medida. El turista lento no se conforma con una experimentación postiza del destino a través de actividades pre-constituidas para él y que a menudo se caracterizan por una reproducción comercial de la realidad local. El deseo de relacionarse con las personas del lugar y no sentirse “un turista-consumidor” hace que el viajero lento se defina principalmente por dos características peculiares: el deseo de hacer experiencias más auténticas y la asunción de un conjunto de responsabilidades hacia los destinos. En breve, el turista lento es el consumidor que concede prioridad a un conjunto de aspectos cualitativo de la experiencia turística más que a elementos cuantitativos y que decide pasar más tiempo en una localidad escogiendo actividades que les permitan entrar en contacto con el estilo de

vida local y los residentes. Por lo tanto se plantean ritmos, tanto de viaje como de vacaciones, más relajados, para poder tener el tiempo suficiente para entrar en contacto con las autenticidades locales.

4. El estudio empírico

El estudio empírico realizado, ha sido llevado a cabo con el objetivo principal de medir la percepción de la lentitud en el territorio español del Valle del Jerte, por parte tanto de los turistas como de agentes locales. Para ello se han pasados 226 cuestionarios a turistas, y se han realizado 7 entrevistas en profundidad a los agentes locales del sector. Tanto para el cuestionario como para las entrevistas se ha utilizado un modelo base diseñado para una investigación similar llevada a cabo por el proyecto de investigación "Desarrollo turístico y territorios lentos" del Centro de Estudios Turísticos de Assís, Italia.

4.1. Escenario de la investigación

El territorio objeto de estudio ha sido identificado con la zona del Valle del Jerte, en la región española de Extremadura. Esta área, por sus características particulares, parece mantener los elementos típicos definidos anteriormente "territorios lentos". El monocultivo de la cereza y la reciente difusión de la actividad turística en formas no masificadas han hecho que se conservara la calidad del patrimonio natural y del paisaje y que por esta razón se considere como un lugar potencialmente idóneo para el desarrollo de modelos turísticos alternativos y asentados en la valorización de ritmos de vida y de trabajo más pausados.

El territorio mantiene unas características orográficas bastante homogéneas en toda la extensión del Valle, siendo principalmente caracterizado por relieves montañosos suaves, y por una abundante presencia de recursos hídricos que dan lugar a piscinas naturales y saltos de aguas a lo largo de todo el año.

A su natural peculiaridad paisajística se añade la labor de transformación del hombre sobre las pendientes montañosas, con terrazas realizadas para el aprovechamiento agrícola del suelo del Valle, y en particular, para el cultivo de la cereza que hoy día ocupa más del 70% del territorio del Valle¹.

La abundante presencia de cerezales hace que, en la época de su floración, el Valle se vista de blanco con las candidas flores del cerezo. Considerando el impacto visual y paisajístico de este espectáculo natural, cada año se celebra la "Fiesta del Cerezo en Flor" que representa un gran atractivo para los turistas².

Bajo estas consideraciones, se ha decidido llevar a cabo el estudio empírico en coincidencia con las fechas de la fiesta del cerezo en flor, y poder así aprovechar los flujos de viajeros atraídos por la oportunidad de contemplar este espectáculo natural.

4.2. El cuestionario

En primer lugar fue necesario traducir y adaptar el cuestionario original al nuevo contexto de estudio, lo cual nos llevó a la necesidad de realizar un pre-test adoptando las técnicas de la sesión informativa y del protocolo. El cuestionario ha sido sometido a una muestra heterogénea de 15 sujetos de los cuales 13 nos proporcionaron sugerencias y puntos de mejora. Sobre la base de estos resultados se desarrolló la versión definitiva del cuestionario empleado para el estudio.

A nivel metodológico se ha optado por un diseño exploratorio que resulta el más apropiado para ámbitos y áreas de estudio donde las aportaciones son todavía escasas. Se considera particularmente idóneo para dar paso a estudios más profundos (Weiers, 1986). La población objetivo ha sido

¹ Soproveaje: Sociedad para la promoción y desarrollo del Valle del Jerte, <http://www.valledeljerte.net/> (on-line 13-12-2011).

² Asociación Turismo Rural Valle del Jerte: <http://www.vallecereza.com/> (on-line 13-12-2011).

identificada con el total de los turistas y excursionistas que se encontraban visitando el territorio del Valle del Jerte en el periodo de tiempo que va desde el 27 de marzo al 2 de abril de 2011, atraídos por el espectáculo natural de la floración del cerezo que ocupa la mayor parte del suelo rural de la zona.

Como unidad de análisis se considera de manera indiscriminada el turista o el excursionista que se encuentra visitando el territorio objeto de estudio en el periodo determinado.

En relación a la técnica de muestreo cabe destacar que al no existir un universo predefinido de la población objetivo, nos parecía más plausible utilizar un método de muestreo no probabilístico, al no poder establecer a priori la probabilidad de cada individuo del universo a formar parte de la muestra, y en consecuencia se optó por un muestreo de conveniencia (Webb, 2003).

Para la realización de las encuestas se empleó el método de intercepción, procurando abarcar en el estudio distintas capas socio-demográficas hasta obtener una muestra de 226 turistas. En la Tabla 2 se presenta la ficha técnica de los cuestionarios.

4.3. Las entrevistas en profundidad

Así como para el cuestionario, esta segunda parte del trabajo empírico se ha diseñado siguiendo el esquema propuesto y experimentado anteriormente en un territorio italiano por el CST: Centro de Estudios Superiores sobre turismo, con sede en Asís.

Con la realización de las entrevistas en profundidad se ha pretendido evaluar el nivel de percepción y de conciencia que existe alrededor de la lentitud y de la calidad turística del territorio objeto de estudio. La necesidad de conocer el punto de vista de los agentes del sector procede del hecho que la oportunidad de experimentar un destino turístico, con tiempos más pausados, no depende sólo de la sensibilidad subjetiva del consumidor, sino que, en buena parte, depende de las características propias del sistema de oferta local, cual resultado de un conjunto de políticas turísticas, y estrategias comunes a varios sectores de actividad del territorio. Así, las entrevistas se han realizado con dos objetivos específicos: i) verificar el nivel de implicación de cada uno de los entrevistados en la creación y conservación de un contexto turístico de calidad; ii) verificar la uniformidad de proyectos y trayectorias de desarrollo entre los agentes involucrados. Para ello se han elegido 7 agentes que mantienen un papel importante en el sector turístico local perteneciendo a distintos grupos de interés: emprendedores, grupos de acción local, asociación turística local, etc.

Los temas propuestos para la entrevistas han sido los siguientes: i) los planes y los proyectos de desarrollo territorial y turístico; ii) la importancia de las redes en el funcionamiento del sector; iii) la identificación de las principales oportunidades del territorio; iv) la identificación de los principales aspectos críticos del sector. En la Tabla 3 se presenta la ficha técnica de las entrevistas en profundidad realizadas.

Tabla 2 | Ficha Técnica de los Cuestionarios

<i>Universo</i>	Turistas en el Valle del Jerte
<i>Ambito</i>	Comarcal, Valle del Jerte, (España)
<i>Método de recogida de información</i>	Encuesta personal con cuestionario estructurado
<i>Base de datos</i>	No existe
<i>Unidad muestral</i>	Turistas y excursionistas en el Valle del Jerte
<i>Tamaño de la población</i>	No definido
<i>Tamaño de la muestra</i>	226
<i>Muestreo</i>	No probabilístico de conveniencia
<i>Trabajo de campo</i>	27 de marzo al 2 de abril de 2011
<i>Número de entrevistas realizadas</i>	226
<i>Respuestas válidas</i>	Todas

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3 | Ficha Técnica de las Entrevistas en Profundidad

<i>Universo</i>	Gestores y empresarios del sector turístico del Valle del Jerte
<i>Ámbito</i>	Comarcal, Valle del Jerte, (España)
<i>Método de recogida de información</i>	Entrevista personal en profundidad no estructurada
<i>Base de datos</i>	No existe
<i>Unidad muestral</i>	Gestores o empresarios del sector turístico del Valle del Jerte
<i>Tamaño de la población</i>	No definido
<i>Tamaño de la muestra</i>	7
<i>Muestreo</i>	No probabilístico de conveniencia
<i>Trabajo de campo</i>	De Mayo a Junio de 2011
<i>Número de entrevistas realizadas</i>	7
<i>Respuestas válidas</i>	Todas

Fuente: elaboración propia.

5. Resultados

Como se apuntó anteriormente, el estudio llevado a cabo con los cuestionarios ha tenido la finalidad de medir la percepción y la evaluación de la calidad y la lentitud del territorio por parte del turista que visita el Valle del Jerte. Anticipando algunos de los resultados que se van a detallar a continuación, cabe destacar que la mayor parte de los encuestados ha reconocido la calidad de los recursos naturales y paisajísticos, pero al mismo tiempo no se ha podido constatar que hayan sido conscientes del peso que han tenido en la elección del destino de su viaje o excursión. A continuación, intentaremos determinar el perfil del turista que visita el Valle del Jerte, haciendo particular hincapié en el peso que ha tenido la calidad y la lentitud del territorio en la elección del destino, y la capacidad de reconocer y apreciar la misma "in situ".

En primer lugar, cabe destacar algunos aspectos sobre la muestra que se ha incluido en la investigación. La distribución por sexo es equilibrada, pues el 53,5% de los encuestados son hombres, y el 46,5% mujeres. En cuanto a la edad, la mayor parte pertenece a la franja 40-60 (43,8%), seguidos por los turistas entre 26 y 39 años (39,4%). Estos resultados nos informan sobre un público bastante variado, y sobretodo en una edad madura en la que ya se tiene cierta experiencia, y ciertos niveles adquisitivos. En relación a este último aspecto, podemos afirmar que

la mayor parte de los entrevistados se encuentra en una situación laboral activa. El 50,9% de los encuestados declara ser empleado, lo cual demuestra unos niveles adquisitivos medios. En la Tabla 4 se presentan los principales datos socio-demográficos de la muestra.

Se observa que la mayoría de los encuestados han declarado ser excursionistas (86%) y no turistas, es decir, han pasado sólo pocas horas en el territorio sin realizar gastos en el servicio de alojamiento. Asimismo, dentro de la minoría de los turistas que

Tabla 4 | Características Socio-Demográficas del Turista del Valle Del Jerte

Variable	Ítem	Dato Num.	Porcentaje (%)
Sexo	<i>Hombre</i>	121	53,5
	<i>Mujer</i>	105	46,5
Edad	<i>Hasta 25</i>	9	4
	<i>De 26 a 39</i>	89	39,4
	<i>De 40 a 60</i>	99	43,8
	<i>Más de 60</i>	28	12,4
Procedencia	<i>Extremadura</i>	38	16,8
	<i>Madrid</i>	103	45,6
	<i>Andalucía</i>	12	5,3
	<i>Otro</i>	73	32,3
Situación laboral	<i>Empresario, autónomo</i>	19	8,4
	<i>Empleado</i>	115	50,9
	<i>Desempleado</i>	13	5,8
	<i>Pensionista</i>	34	15
	<i>Estudiante</i>	4	1,8
	<i>Funcionario</i>	37	16,4
	<i>Otro</i>	4	1,8

Fuente: elaboración propia.

han decidido alojarse en el Valle del Jerte, el 11,5% han pernoctado una sola noche, y tan sólo el 1,3% ha dedicado 4 días (3 noches) a la estancia en el Valle del Jerte. Estos datos demuestran una tendencia a los viajes de breve duración, que concuerdan poco con la filosofía del turismo *slow*, que pretende alcanzar un conocimiento más profundo de los destinos turísticos, eligiendo estancias alargadas, encaminadas a conocer el estilo de vida de un determinado lugar, y a entrelazar relaciones auténticas y no apresuradas y exclusivamente comerciales con los lugareños. Dentro de la minoría de turistas, (14% aproximadamente) que han declarado quedarse alojados en el Valle del Jerte, la mayoría ha escogido la casa rural como establecimiento para su estancia, una tipología de alojamiento tradicional en las zonas rurales extremeñas, y que mantiene una fuerte integración con el estilo del territorio.

En relación a las motivaciones del viaje, la mayoría de los encuestados destaca, entre otras, la calidad del paisaje (96,5%). Este resultado por un lado confirma el peso que los elementos paisajísticos y de naturaleza mantienen en la atracción de la demanda turística del Valle del Jerte, pero al mismo tiempo no podemos ignorar la influencia que puede haber ejercido el espectáculo de la floración del cerezo, que ha coincidido con el periodo escogido para el estudio, en la expresión de esta preferencia por parte del turista. Este elemento puede haber sesgado la investigación tanto que se reconoce como una de las principales limitaciones del estudio.

Es importante destacar también que la presencia de ritmos de vidas alternativos y más pausados en el territorio ha sido la motivación de elección del destino sólo para el 2,2% del total de los sujetos entrevistados, lo cual demuestra que la búsqueda de lentitud no es un elemento que caracteriza al turista del Valle del Jerte. Sin embargo, entre las motivaciones más repetidas destacan todas aquellas actividades que mantienen una fuerte implicación con el territorio, como la ya citada calidad del paisaje (95,6%), las fiestas tradicionales (29,6%),

y la calidad de los productos típicos (19,5%). Estos porcentajes demuestran que el territorio tiene una personalidad turística peculiar y única, apreciada por el turista, y alrededor de la cual se puede desarrollar un sistema turístico capaz de valorizar las autenticidades locales como factor de diferenciación. Otro aspecto que merece la pena destacar es la forma de organización del viaje. El turista *slow*, de hecho, se caracteriza por ser un consumidor curioso e informado que normalmente planifica su viaje de manera autónoma. Este aspecto parece coherente con las últimas tendencias acerca de los canales de contratación del viaje. Calzati y De Salvo (2009) afirman que hoy día el 30% de los consumidores eligen, planifican y compran sus vacaciones a través de Internet, sin acudir a agencias de viaje. En este sentido el turista del Valle del Jerte se demuestra en línea con esta tendencia ya que el 35% ha declarado haber planificado el viaje a través de Internet.

La mayor parte de los encuestados proceden de Madrid (45,6%), lo cual demuestra la importancia del mercado madrileño para las zonas rurales extremeñas. Este porcentaje se justifica también por el deseo de los habitantes de una gran metrópolis como Madrid de experimentar el contacto con la naturaleza y con entornos muy diferentes a los urbanos, y masificados propios de su cotidianidad.

En uno de los ítems que se han incluido en el cuestionario se preguntaba la forma en la que se pensaba experimentar el territorio, para poder conocer el nivel de implicación del turista, y la forma de interactuar con el mismo. Entre las varias opciones propuestas, el encuestado podía escoger dos. El 59,6% ha declarado querer experimentar el territorio visitando el patrimonio cultural local, y el 50% querer comprar un producto de la gastronomía local. Tan sólo el 4,4% de la población contempla la posibilidad de participar en la vida de la comunidad local. En este último dato el turista del Valle del Jerte no corresponde con las características del turista *slow*, puesto que uno de los elementos determinantes de este último, es la

activa participación a la vida de la comunidad local y al estilo de vida de los residentes. La razón de este dato se puede identificar en dos aspectos: i) la barrera que tradicionalmente existe entre turistas y residentes, cuya superación exige un cambio cultural por parte de residentes y turistas; y ii) a la vocación hospitalaria propia de las comunidades locales y, por otro lado, el sistema de oferta turística que necesita ser diseñado bajo un planteamiento participativo para el turistas a las actividades tradicionales, y al estilo de vida local.

Podemos concluir que la fuerte incoherencia entre los niveles de calidad del patrimonio natural y del sistema de oferta nos llevan a subrayar la presencia de un buen potencial para el desarrollo de práctica turística orientadas a la lentitud, al no faltar elementos suficientes para poder alargar la estancia media en el territorio. Se hace necesario organizar el sistema de oferta de alojamiento y complementaria para que sea posible, para el turista, experimentar de manera más profunda el territorio y activar relaciones con la cultura local y los residentes.

Finalmente cabe destacar los resultados de las entrevistas en profundidad realizadas a los agentes locales del sector turístico. En general todos han coincidido de manera unánime que existen unos niveles de calidad natural y paisajística en el territorio, que se intenta poner en valor con una serie de planes y programas encaminados a favorecer la integración, y colaboración intersectorial, para que el territorio

pueda gozar de un desarrollo coherente y homogéneo. Los agentes locales han demostrado ser muy conscientes del patrimonio natural del que disponen y confirman que sería necesario marcar políticas de asociacionismo turístico más potentes. En este último aspecto ha habido un solo entrevistado que ha considerado los niveles de cooperación empresarial ínter e intra-sectorial como satisfactorios. En general la mayoría de ellos ha denunciado la falta de voluntad a la colaboración por parte de los empresarios agrícolas, reconociendo al mismo tiempo la necesidad de encontrar las sinergias adecuadas entre los dos sectores para el beneficio y el crecimiento de ambos. Como principales oportunidades del territorio destaca, entre otras, el aprovechamiento de las sinergias entre sector primario y terciario, es decir, entre la agricultura, en concreto el monocultivo de la cereza, y el turismo. Además, casi todos los agentes entrevistados han subrayado la necesidad de aprovechar mejor en sentido turístico los abundantes e infravalorados recursos hídricos de la región. Entre los aspectos críticos más destacados, cabe mencionar la falta de profesionalidad en el sector turístico, ya que en la mayoría de los casos son los mismos empresarios del sector agrícola que se dedican a la gestión de establecimientos de alojamiento como fuente de ingreso complementaria, y carecen de formación y cultura de servicio específica. En la Tabla 5 se propone un resumen de los resultados de las entrevistas en profundidad.

Tabla 5 | Resultados Entrevistas en Profundidad

Planes y proyectos de desarrollo territorial local	Existen acciones a varios niveles para poder alcanzar una beneficiosa integración entre sector agrícola y turismo, aunque se reconoce que queda mucho por hacer. Destaca la labor de grupo de acción local y de la asociación local de turismo.
El papel de las redes	Opinión unánime sobre la necesidad de trabajar en red, y de implementar el asociacionismo entre empresarios del sector agrícola y del sector turístico
Las oportunidades	Sinergias entre el monocultivo de la cereza y el turismo. Aprovechamiento turístico de los recursos hídricos.
Los aspectos críticos	Falta de profesionalidad y cultura de servicio entre los empresarios turísticos. Papel pasivo en el trabajo en equipo de algunos agentes turísticos locales. Escasa implicación de las administraciones públicas.

Fuente: elaboración propia.

6. Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación

El estudio realizado, tanto a nivel teórico como práctico, nos lleva a poder enumerar unas conclusiones finales, que nos ofrecen la oportunidad de reflexionar sobre las limitaciones del estudio y las futuras líneas de investigación a seguir.

A nivel teórico apuntar que:

- 1) La literatura científica explícitamente relacionada con el tema de *slow tourism* es todavía limitada, y la existente está caracterizada por una fuerte heterogeneidad en cuanto a áreas de conocimiento de las revistas en las que se ha publicado.
- 2) Falta una determinación unánime y precisa en la literatura científica de una definición del concepto de *slow tourism*.
- 3) El turismo de lentitud mantiene una fuerte relación con conceptos más consolidados en la literatura y desde los cuales adquiere su significado. Entre ellos cabe destacar: la sostenibilidad, los territorios lentos, la calidad y el decrecimiento.

En lo que se refiere al estudio empírico se ha notado como una zona que parece corresponder al perfil de un territorio idóneo para el desarrollo de un turismo lento y de calidad, y qué en realidad no mantiene un sistema de oferta turística correspondiente a aquellos exigidos por el *slow tourism* en términos de calidad de las instalaciones, uso de productos típicos, actividades complementarias que faciliten el contacto con el territorio y los residentes. El estudio sobre la demanda llevado a cabo con la difusión de cuestionarios a turistas ha demostrado como el consumidor de los recursos turísticos del Valle del Jerte, no siempre mantiene comportamientos y actitudes compatibles con la filosofía *slow*, sobre todo porque la mayor parte de ellos pasa sólo pocas horas en el territorio, un tiempo insuficiente para conocer y experimentar el *genius loci* y el estilo de vida local.

Al final del presente estudio podemos identificar dos tipologías distintas de limitaciones: aquellas propias de la parte teórica, y la definición conceptual de turismo lento, y aquellas propias del estudio empírico.

En el primer caso, considerada la ya citada heterogeneidad de las aportaciones sobre turismo de lentitud, debemos considerar la posibilidad de haber dejado atrás consideraciones útiles alrededor de la lentitud, y que se pueden encontrar en publicaciones propias de otras áreas de conocimiento, diferentes a las que hemos incluido en este trabajo.

En el segundo caso y en relación al trabajo empírico, cabe destacar que el momento del año elegido para su realización coincide con la época de mayor masificación del territorio, al coincidir con la "Fiesta del Cerezo en Flor" que normalmente atrae abundantes flujos de turistas. Este aspecto puede haber sesgado la percepción del turista sobre la calidad y sobretodo la presencia de ritmos de vida distintos. Otra limitación ha de identificarse en la metodología de análisis de los datos que ha sido llevada a cabo con la utilización del programa Excel en la versión de Windows 2010, limitándonos a un análisis descriptivo de los datos. Sería oportuno volver a explotar los resultados con paquetes estadísticos más sofisticados e incluyendo funciones de correlación entre las respuestas de los varios ítems del cuestionario.

Sobre la base de estas consideraciones identificamos unas líneas de trabajos a seguir en el futuro. Entre ellas consideramos muy necesario acercarnos a las experiencias concretas actuales alrededor del turismo lento y verificar la verdadera correspondencia entre la etiqueta *slow* y una manera novedosa de vivir las experiencias turísticas. Desde aquí la necesidad de profundizar en el análisis de la oferta *slow* identificando los elementos diferenciadores con respecto a los sistemas tradicionales.

Finalmente hay que destacar que para futuros trabajos será necesario profundizar en el conocimiento de la literatura específica sobre *slow tourism*, y sobre ese marco teórico de referencia desarrollar

un modelo turístico que pueda servir de ayuda a los decisores públicos en la elaboración de estrategias de desarrollo turístico asentadas en la lentitud.

A nivel empírico, como ya hemos apuntado, sería oportuno completar el estudio adoptando una metodología de análisis de datos más sofisticada y repetir la investigación en otros territorios para poder obtener datos comparables.

Bibliografía

- Blanco, A., 2011, Una aproximación al turismo slow. El turismo slow en las Cittáslow de España, *Investigaciones Turísticas*, Vol. 1(1), pp. 122-133.
- Bonomi, A., 2009, La piattaforma alpina nell'ipermodernità, in Borghi, E., (eds.) *La sfida dei territori nella green economy*, Il Mulino, Roma, pp. 131-147.
- Buckley, R., 2011, Tourism Under Climate Change: Will Slow Travel Supersede short Breaks?, *AMBIO*, Vol. 40, pp. 328-331.
- Calzati, V., 2009, I territori lenti: definizione e caratteri, in CST (eds.), *Sviluppo turistico e territori lenti*, Franco Angeli, Milano, pp. 15-30.
- Calzati, V. y De Salvo, P., 2009, I territori lenti: gli strumenti per la raccolta e l'analisi dei dati, in CST (eds.), *Sviluppo turistico e territori lenti*, Franco Angeli, Milano, pp. 139-156.
- Canestrini, D., 2004, *Non separate sul turista*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Cianciullo, A. y Realacci, E., 2006, *Soft Economy*, Bur, Milano.
- Cilliers, P., 2006, On the importance of a certain slowness. Stability, memory and hysteresis in complex systems, *Emergence: Complexity & Organization*, Vol. 8(3), pp. 106-113.
- Dall'Ara, G., 2008, *Le PMI del turismo. Un'opportunità per lo sviluppo*, Franco Angeli, Milano.
- Daly, H. E., 2008, *A steady state economy*, Sustainable Development Commission, London.
- Daly, H. E. y Cobb, J., 1989, *For the Common Good: Redirecting the Economy towards Community, the Environment and a Sustainable Future*, Beacon Press, Boston.
- De Masi, D., 2006, *Cos'è la qualità. Come evolverà nel prossimo quinquennio*, Symbola: Fondazione per le qualità italiane, Roma.
- Dickinson, J. E. y Lumsdon, L. M., 2010, *Slow Travel and Tourism*, Earthscan, London, Washington.
- Dickinson, J. E., Lumsdon, L. M. y Robbins, D., 2011, Slow travel: issues for tourism and climate change, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 19(3), pp. 281-300.
- Dickinson, J. E., Robbins, D. y Lumsdon, L., 2010, Holiday travel discourses and climate change, *Journal of Transport Geography*, Vol. 18(3), pp. 482-489.
- Dietz, A., 2006, *Cittaslow - das gute Leben Kulturelles Erbe, Nachhaltigkeit und Lebensqualität in Kleinstädte*, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken.
- Faulkner, B. y Valerio, P., 1995, An integrative approach to tourism demand forecasting, *Tourism Management*, Vol. 16(1), pp. 29-37.
- Gössling, S., 2002, Global environmental consequences of tourism, *Global Environmental Change*, Vol. 12(4), pp. 283-302.
- Hall, C. M., 2009, Degrowing Tourism: Décroissance, Sustainable Consumption and Steady-State Tourism, *Anatolia*, Vol. 20(1), pp. 46-61.
- Hall, C. M., 2010, Changing Paradigms and Global Change: From Sustainable to Steady-State Tourism, *Tourism Recreation Research*, Vol. 35(2), pp. 131-145.
- Holden, E., 2007, *Achieving sustainable mobility: every day and leisure-time travel in the EU*, Ashgate, Aldershot.
- Knox, P.L., 2005, Creating ordinary places: slow cities in a fast world, *Journal of Urban Design*, Vol. 10(1), pp. 1-11.
- Lancerini, E., 2005, Territori Lenti: Contributi per una nuova geografia dei paesaggi abitati italiani, *Territorio*, Vol. 34, pp. 9-15.
- Latouche, S., 2010, *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli, Milano.
- Lumsdon, L. M. y McGrath, P., 2011, Developing a conceptual framework for slow travel: a grounded theory approach, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 19(3), pp. 265-279.
- Matos, R., 2002, Can "slow tourism" bring new life to Alpine Regions?, in Weiermair, K y Christine, M. (ed.), *Proceedings of Research and Academic Papers, Leisure Futures*, April 11-13, Innsbruck, pp. 93-103.
- Mayer, H. y Knox, P. L., 2006, Slow cities: sustainable places in a fast world, *Journal of Urban affairs*, Vol. 28(4), pp. 321-334.
- Nijkamp, P. y Baaijens, S., 1999, Time pioneers and travel behavior: an investigation into de viability of "Slow motion", *Growth and Change*, Vol. 30(2), pp. 237-263.
- Nordhaus, W. D. y Tobin, J., 1972, Is Growth Obsolete?, in Nordhaus, W. D. y Tobin, J., (eds.) *Economic Research: Retrospect and Prospect, 5*, The National Bureau of Economic Research, Cambridge, pp. 1-80.
- Petrini, C., 2001, *Slow Food: The case for taste*, Columbia University Press, New York.
- Webb, J., 2003, *Investigación de Marketing*, Thomson, Madrid.
- Weiers, R., 1986, *Investigación de mercados*, Prentice Hall, Atlacomulco.