

**Turismo rural en España: Avances y retrocesos  
en los últimos veinte años**

**III**

Fecha de Recepción: julio 2011  
Fecha de Aceptación: enero 2012

**Gemma Cànoves**

Universitat Autònoma de Barcelona

**Lluís Garay**

Universitat Oberta de Catalunya

**Juan Antonio Duro**

Universitat Rovira i Virgili

## Resumen

Este artículo plantea la situación del turismo rural en España en las últimas dos décadas, enmarca la evolución del sector en Europa respecto a España y plantea los retos de futuro del sector. En España, el turismo rural es una realidad consolidada en sus 17 Comunidades Autónomas, convirtiéndose en los últimos años en una de las opciones más importantes en relación a las estrategias públicas de desarrollo de las zonas rurales. Su valiosa contribución en las economías rurales a través de la generación de renta y ocupación, la compatibilidad con la conservación del patrimonio natural y patrimonial, la posibilidad de una mejor adaptación a nuevas formas de trabajo y especialmente la complementariedad con las actividades y rentas rurales han llevado a las administraciones a considerar el turismo rural como una opción complementaria al turismo masivo de sol y playa. No obstante, en nuestro país muchas de las estrategias públicas y privadas del turismo rural se han centrado en el crecimiento de la oferta a corto plazo, sin tener en cuenta los desequilibrios territoriales, la calidad de la oferta y la sostenibilidad del producto a largo plazo.

Por otro lado, tras cerca de veinte años de fuerte desarrollo, el turismo rural español se encuentra en la actualidad entrando en una fase de consolidación, en la que ha superado la fase preliminar de la primacía del alojamiento e inicia una nueva etapa de especialización, diversificación y profesionalización. De esta manera, las actuaciones, tanto del sector público como del privado, se enfrentan a nuevos retos y oportunidades, en un nuevo marco internacional en el que se presagia un aumento de la competitividad y una nueva transformación del fenómeno, asociada a las nuevas exigencias tecnológicas y a las nuevas tendencias de la demanda. Este artículo tiene el objetivo de explicar los nuevos retos y oportunidades que se plantean en el turismo rural español, contextualizado en su entorno inmediato y para ello se contextualiza al sector en su entorno europeo, se presenta la evolución de la misma en los últimos 20 años, se muestra su caracterización actual, y concluimos con una serie de observaciones y recomendaciones para el futuro de la actividad.

## Palabras clave

Turismo rural, España, Europa, post-fordismo, desarrollo turístico.

## Abstract

This article presents the situation of rural tourism in Spain over the past two decades; it covers the developments in the sector in Europe with respect to Spain and considers the industry's future challenges. In Spain, rural tourism has become established within its 17 autonomous regions, consequently, in recent years it has become one of the most important options in relation to government development strategies in rural areas. The following factors have led the government to consider rural tourism as a complementary option to the mass tourism of sun and beach: its valuable contribution to rural economies through income and employment generation, its compatibility with natural heritage and heritage conservation, its potential to adapt to new forms of work more successfully, and above all, the fact that it is highly complementary to rural activities and incomes. However, in our country many public and private strategies for rural tourism have focused on the growth of supply in the short term, regardless of regional imbalances, the quality of this supply or the sustainability of the product in the long term.

On the other hand, after nearly twenty years of rapid development, Spanish rural tourism is now entering a consolidation phase, in which it has passed through the preliminary stage, dominated by importance of establishing tourist accommodation, and has begun a new era of specialization, diversification and professionalization. Therefore, the actions, by both the public and private sector, are facing new challenges and opportunities, in a new international framework that portends an increase in competitiveness and a further transformation of the phenomenon, associated with new technological requirements and new demand trends. The objective of this article is to explain the new challenges and opportunities facing Spanish rural tourism. It aims to do this by contextualizing it within its immediate environment, which would also include contextualizing the sector within its European environment. The article will present the evolution of Spanish rural tourism over the last 20 years, after which it will describe its current situation, and conclude with a series of observations and recommendations for the future of the industry.

## Keywords

Rural tourism, Spain, Europe, post-fordism, tourism development.

### **1. El turismo rural español en el contexto europeo**

El turismo rural es una de las tipologías turísticas que más ha crecido en Europa (Clark & Chabrel, 2007) en las últimas décadas, siendo en la Europa Occidental una actividad consolidada y de larga tradición. En cambio, en los países mediterráneos se trata de una actividad en plena expansión y en la Europa Oriental (OMT, 2004) es una actividad incipiente. En base a esta situación, podemos plantear una taxonomía regional de Europa según el grado desarrollado de su turismo rural. Aplicando al turismo rural el modelo del Ciclo de Vida de Butler (1980), podemos establecer que mientras que en algunos países de la Europa Occidental (Francia, Inglaterra y Austria) el turismo rural se encuentra en una fase de plena consolidación, en la mayor parte de los países Mediterráneos se sitúa todavía en una fase de desarrollo creciente y en el Este de Europa en una fase de implicación por parte de los agentes locales (OMT, 2004).

Aunque ocio en el espacio rural ha existido siempre, la actividad como fenómeno turístico y como tipología específica se origina en la zona de los Alpes a principios del siglo XX. Igual que el turismo de invierno o de ski, el turismo rural se inicia con la aparición de una primera demanda, generalmente elitista, vinculada originariamente al excursionismo alpinista y al alojamiento en la campiña, aunque todavía se trataba de un fenómeno puntual y esporádico. También en las primeras décadas de este siglo aparece en el Reino Unido el popular concepto de *Bed and Breakfast*, modalidad de alojamiento y desayuno en una casa de campo que cien años después se mantiene con éxito en este país.

Tras el freno de la gran depresión, las guerras y la posguerra en Europa, la popularización definitiva del Turismo Rural se producirá a partir de la década de los años sesenta, expandiéndose rápidamente, sobretodo por el Benelux, Alemania y Francia. Se trató de una oportunidad para remontar la crisis de muchos agricultores europeos, que ante la transformación de la agricultura europea ven

la posibilidad de complementar sus rentas con los nuevos ingresos procedentes del turismo, diversificando así las economías rurales (Cànoves, et al. 2006). De hecho, en muchos espacios rurales, el turismo rural se convertirá en una actividad “colchón” ante la crisis de la agricultura familiar europea entre los años sesenta y ochenta. En la actualidad, sus beneficios empiezan a cuestionarse, cuando el producto ha alcanzado un elevado grado de madurez y se asiste a un creciente fenómeno de artificialización y alejamiento de los valores originales del territorio.

En la Europa Occidental, tras cerca de cinco décadas de desarrollo, es constatable el hecho que el turismo rural ha aportado una serie de ventajas reconocidas. Se trata de una actividad que facilita la diversificación de rentas, que aporta ingresos extras en los espacios rurales, siendo un buen complemento de rentas a la agricultura, ayuda a frenar la despoblación y envejecimiento de la población así como a mantener la diversidad paisajística y en general se aprecia su contribución al desarrollo local, aportando viabilidad económica a las comunidades rurales y contribuyendo a la conservación y restauración del patrimonio. En algunas regiones periféricas (Nash y Martin, 2004) se han experimentado cambios significativos a través del desarrollo del turismo rural, que han potenciado la creación de infraestructuras, diversificado la economía, frenado el despoblamiento y atraído a nuevos pobladores. Mientras, en los países de la ribera mediterránea como la misma España, Italia (aunque éste sea ya un destino más maduro), Portugal o Grecia la tipología ha experimentado un crecimiento espectacular en la década de los noventa e inicios del siglo XX, (OMT, 2004) debido a que cuentan con un rico patrimonio cultural y natural y la experiencia del tradicional turismo de sol y playa. Sin embargo, las recientes experiencias de los países de la Europa del Este (Hall y Page, 2006), muestran como el turismo rural ha sido en muchas ocasiones el centro de la estrategia del desarrollo local y regional, permitiendo ayudar a regiones que todavía conservan, valores, tradiciones

y culturas rurales. En este sentido, países como Rumania o Bulgaria se han convertido en lugares muy atractivos para turistas procedentes de Inglaterra, Alemania o Francia, con un pasado rural importante pero excesivamente artificializado (Cànoves, *et al.* 2004).

En la actualidad, el turismo rural ha alcanzado una notable relevancia para la economía rural de Europa; se estima que cerca de un 25 por ciento de los europeos pasa sus vacaciones en el medio rural. Según Eurogites (2004) el alojamiento en explotaciones agrarias, viviendas privadas del medio rural y pensiones u hoteles familiares, generaba un gasto turístico directo de unos 12.000 millones de euros, mientras que a través del valor añadido se induce un volumen total de 26.000 millones de euros para la economía rural europea. Los empleos directos e indirectos que genera la actividad se sitúan en los 500.000 puestos de trabajo. Incluyendo visitas de un solo día y ofertas sin registrar, el efecto total que tiene el turismo rural para la economía rural de Europa supera probablemente los 65.000 millones de euros, lo que es equivalente al doble de los ingresos por turismo de toda Francia. Por otro lado, también según Eurogites (2004), en Europa había aproximadamente unos 200.000 alojamientos registrados como casas rurales, que ofrecían cerca de dos millones de plazas. En definitiva, se constata que el turismo rural empieza a constituirse como un segmento fuerte del turismo europeo.

Teniendo en cuenta el potencial todavía existente en destinos como los del Este y el Mediterráneo, la tendencia de crecimiento en la oferta turística rural en Europa sigue siendo, a pesar de la actual crisis económica, muy alta y en los últimos años se sitúa en torno al 10 por ciento interanual (Rural Tourism International, 2010), con una demanda mayoritariamente doméstica. De hecho, en algunos países del Sur y Este de Europa ha superado en los últimos años el 25 por ciento del crecimiento anual. Además, y aún teniendo en cuenta la actual coyuntura económica, todo parece indicar que a medio plazo, los cambios globales en el

comportamiento de los mercados turísticos serán claramente favorables para los productos que ofrece el turismo rural. La crisis ayuda a la demanda interior y el consumidor se retrae de viajar al extranjero. Se puede considerar que el turismo rural de calidad captará cada vez más una demanda de mayor poder adquisitivo, en un contexto de retraimiento de los destinos internacionales, ya sea por la crisis económica o por la inestabilidad política.

Así, en algunos destinos rurales de Europa, la demanda internacional es ya más importante que su mercado nacional (tradicionalmente ha sido el caso de destinos como Irlanda pero recientemente se da también en destinos del Este de Europa) (Pulido, 2008). Mientras que, los destinos rurales más maduros (Inglaterra, Francia, Austria e Italia) tienden casi obligatoriamente a la diversificación de su oferta para poder competir, con nuevos destinos en el norte de África, Latinoamérica y Asia y atraer a consumidores, cada vez más experimentados y exigentes.

Estas nuevas exigencias de la actividad comportan una selección y diversificación de la actividad. Así, las ofertas de turismo rural en Europa tienden cada vez más a la sofisticación creciente de los productos. En la mayor parte de los destinos de la Europa Occidental, de la etapa en la que primaba simplemente el alojamiento, se pasó al cuidado de la restauración y de aquí a la tematización y la posterior especialización en actividades complementarias y acordes con las especificidades de los destinos. (Saxena, *et al.* 2007). En gran medida, un paso más hacia la conexión de las actividades de alojamiento y las nuevas formas de ocio en los espacios rurales. De hecho, éste es un proceso que ya tiene un notable recorrido en destinos maduros como Francia (Ardillier-Carras, 1999) o Inglaterra (Hegarty y Przezborska, 2005), donde los estudios muestran que la substitución de actividades agrícolas por actividades turísticas ha sido recurrente, agudizándose más en zonas donde la agricultura no era competitiva. En muchas

ocasiones, la actividad agrícola es ya más un recurso pedagógico o de espectáculo que una actividad mercantil en sí misma y los terrenos agrícolas se han transformado en campings permanentes, granjas ecuestres o parques de ocio, situados en las periferias urbanas, mientras el agricultor se convierte en promotor de ocio en el espacio rural. (Cànoves y otros, 2005) En estos destinos más maduros, el turismo rural se encamina hacia ofertas más especializadas como estrategia para captar una demanda diversa y más exigente y como fórmula para fidelizar a los clientes.

No obstante, como ya se ha apuntado anteriormente, la excesiva artificialización a la que se ha llegado en algunos destinos ha supuesto una desviación de parte de su tradicional demanda doméstica hacia otros destinos relativamente cercanos, como ha sido el caso de muchos turistas alemanes que han nutrido la demanda del turismo rural en el Este de Europa.

El turismo rural en España se encuentra en una etapa intermedia. Ha conseguido implantarse como un producto turístico reconocido para la demanda doméstica, ofrece buena relación calidad-precio, aporta valor añadido en los territorios, presenta identidad territorial y está trabajando por la uniformización de los niveles de oferta (clasificación de una a cinco espigas) a nivel del territorio nacional. Sin embargo, es un producto joven y con escaso reconocimiento a nivel internacional.

## **2. Evolución del turismo rural en España en los últimos 20 años**

En España el turismo rural presenta una trayectoria reciente. El turismo rural es resultado de los cambios acaecidos en la estructura económica y sociodemográfica del país. Estos cambios ocurridos en los últimos 30 años vienen marcados por el éxodo rural hacia las ciudades durante el desarrollismo industrial del periodo franquista, la implantación del Estado de las Autonomías<sup>(1)</sup> a partir de 1976 y la entrada del país en la CEE a mediados de los años ochenta. Igual que sucede con la mayoría de los países de la Europa del

Este que se han incorporado recientemente a la Unión Europea, las áreas rurales españolas eran consideradas hasta los años sesenta del siglo XX como “zonas pobres”, atrasadas, pero con paisajes naturales bien conservados donde se “guardaban” las raíces identitarias del país. En los años sesenta en España, la despoblación del medio rural derivada de la crisis en el sector agrícola y la emigración a las ciudades coincidió con el mayor éxito del turismo de masas, localizado en el litoral mediterráneo. Posteriormente, en los años ochenta, a medida que la población se afianzó en las ciudades y el turismo de masas del litoral padecía una cierta saturación, los turistas españoles comenzaron a interesarse por el interior del país. Este “traspais” se caracterizaba por unos espacios vírgenes y olvidados, casi sin desarrollo turístico, pero con una clara identidad territorial, sentimiento de pertenencia al lugar de origen, el mantenimiento de los vínculos familiares y las edificaciones rurales de las generaciones que abandonaron el campo.

En definitiva, una riqueza potencial vinculada al patrimonio arquitectónico, paisajístico, medioambiental, cultural y antropológico. Era habitual en España que los residentes en las grandes ciudades en los años sesenta y setenta, pasaran las vacaciones estivales en casa de los parientes del pueblo, que no habían emigrado y conservaban la casa familiar. Este fenómeno, coincidía con el anhelo de reencontrarse con el lugar de origen, la familia y las fiestas y tradiciones populares que habían abandonado a lo largo del año debido a su traslado a la ciudad por motivos laborales. Este fenómeno, ampliamente extendido, también permitía unas vacaciones económicas que se aprovechaban para arreglar la casa del pueblo. Se acuñó así la expresión de “pasar el verano en el pueblo” y en algunos casos enviar a los hijos a pasar el verano con los abuelos del pueblo. Una estrategia muy utilizada por las madres trabajadoras que solucionaban de esta forma los largos periodos vacacionales de los escolares<sup>(2)</sup>. Es en los años ochenta, cuando comienza a aparecer un nuevo turista interno, que pertenece a una generación que

ya no ha vivido en el medio rural, ha nacido en las ciudades, no conserva ya la casa de los abuelos, ha perdido sus raíces rurales y deseará encontrarse con la vida rural, y con un conjunto de valores y de experiencias tamizadas por una visión idílica del mundo rural. Es lo que en otros países se ha denominado el "idilio rural", que ha permitido conservar y recuperar espacios rurales, poner en valor el espacio rural y turistificarlo. (Shaw & Williams, 1994). En paralelo a este proceso, España entraba en la diversificación de productos turísticos o los denominados productos *post-fordistas*. Se producía el auge de los nuevos turismos, como el turismo cultural, gastronómico, patrimonial, etnográfico y otros, que respondían a una necesidad de diversificación del sector y del consumidor nacional e internacional. (Cánoves, et al. 2004) .

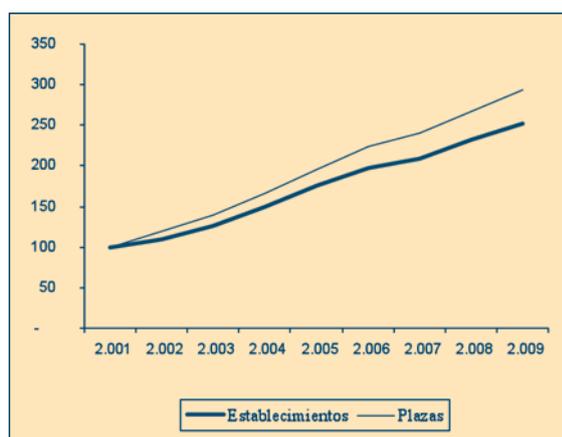
Para el surgimiento del turismo rural 1967, será un momento significativo ya que desde el del Ministerio de Información y Turismo, se promueven las Casas de Labranza (similares a las *Pousadas* portuguesas) que potencian el inicio del alojamiento de turistas en casas de agricultores con el objetivo de ayudar a obtener una renta complementaria que permita unos ingresos y contribuya a mejorar las condiciones de vida de los agricultores. La iniciativa de las Casas de Labranza fue en parte el embrión del actual turismo rural, que se inició en los ochenta. Así mismo, iniciativas esporádicas de algunos *neorrurales* o jóvenes inquietos y viajados van a potenciar el turismo rural de los años noventa. Y, muy pronto van a ser las mujeres (Cánoves y Villarino, 2000) las verdaderas pioneras en la gestión de estos primeros establecimientos. Junto con esta coyuntura favorable al turismo rural incipiente, en España a finales de los años setenta y principios de los ochenta, el turismo de sol y playa venía mostrando un innegable estado de madurez y expresando signos de cambio hacia nuevos productos. El turista nacional, igual que el internacional, comenzará a alejarse del consumo de productos masificados y demandará nuevos productos y nuevas sensaciones, transformándose en ese "nuevo turista" *post-fordista* (Urry, 1994).

Se dan, pues, las circunstancias para el comienzo de una nueva etapa en el turismo rural. A medida que avancen los años ochenta, la implicación de la administración y del sector privado irá creciendo, en paralelo al propio crecimiento de la demanda de turismo rural. Los empresarios pioneros adaptan y mejoran su oferta, pero el aumento es especialmente cuantitativo, con un incremento importante en el número de establecimientos y plazas (Pulido, 2008, Yagüe, 2002), como se puede apreciar en el gráfico 1. En los inicios del turismo rural, las Comunidades Autónomas se mostraron muy interesadas en potenciar el agroturismo y el alojamiento en las propias casas de los agricultores, con el objetivo de ralentizar el despoblamiento rural, ayudar a las rentas de los agricultores, diversificar las economías agrícolas y preservar el medio natural y el patrimonial.

En este sentido, se desarrolla a mediados de los ochenta y finales de los noventa una cuantiosa normativa autonómica (Pérez Fernández, 2008), con el objetivo de regular la nueva figura del turismo rural y las condiciones de los alojamientos. Por otro lado, si analizamos el contenido de la normativa autonómica sobre turismo rural podremos ver cómo mayoritariamente el objeto regulado son los alojamientos rurales, estableciendo su definición, tipologías, regulando sus infraestructuras y servicios así como los requisitos de funcionamiento y las actividades complementarias que se pueden ofrecer. No obstante, la disparidad de tratamiento, tanto de las actividades como de los tipos de alojamiento, las diferentes denominaciones en las diferentes normativas han comportado problemas de homogeneización e identificación del producto para la demanda y lo que es más grave, la dificultad de comunicar la oferta de un producto claro a nivel nacional. No ha sido hasta 2008 que a través de la Asociación Española de Casas de Turismo Rural (ASETUR,) se ha comenzado a elaborar un plan para intentar homogeneizar los niveles de calidad de los establecimientos mediante un distintivo común (la espiga, muy generalizada en Europa y

sobretudo en Francia), con un valor de 1 a 5, que permite garantizar la calidad de los establecimientos.

**Gráfico 1. Crecimiento del número de establecimientos y plazas. Turismo Rural. España. 2001-2009.**  
Crecimiento en números índices. 2001=100



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2010a).

En paralelo, la conciencia medioambiental también asume cada vez más protagonismo en las motivaciones y preferencias del consumidor. Si bien las primeras experiencias del turismo rural estaban centradas inicialmente en el alojamiento, a medida que se generaliza el turismo rural se constata como las actividades complementarias adquieren un mayor protagonismo. Buena parte de las actividades están relacionadas con el turismo de naturaleza, asociado a estrategias de desarrollo rural teniendo en cuenta la sostenibilidad del territorio, y otras actividades se centran en la promoción cultural del medio rural. Así, la puesta en valor de antiguas tradiciones y de un rico patrimonio antropológico se plasma en iniciativas como la Ruta del Románico, la Vía de la Plata y especialmente el éxito internacional que adquiere el Camino de Santiago. El turismo rural, experimenta una diversificación-extensión del producto ofrecido y los turismos específicos que lo conforman resultan cada vez más visibles. Desde el original agroturismo, ahora toman relevancia tipologías específicas como las ya mencionadas de naturaleza y cultura además de otras que recuperan y renuevan formas del pasado proto-turístico como el balnearismo y el excursionismo (Garay, 2007) o aprovechan la riqueza

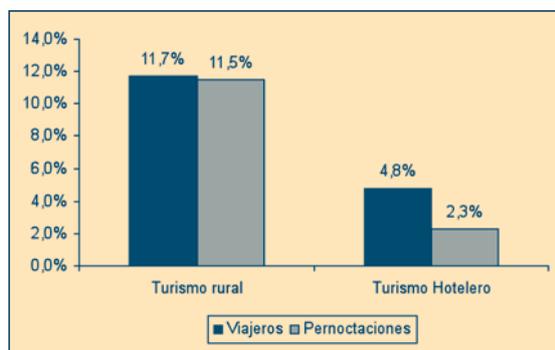
gastronómica (y especialmente la enológica) de las ricas regiones vitivinícolas españolas. Es en este momento cuando podemos afirmar que se inicia una tercera etapa que llega hasta la actualidad, marcada ya por la consolidación del producto turismo rural, extendido por todo el Estado y cada vez más conocido y apreciado por el consumidor nacional. Los retos de futuro pasan por la internacionalización de la oferta y la consolidación de la calidad.

### 3. Una síntesis de indicadores cuantitativos sobre el turismo rural en España

#### 3.1. La dinámica reciente

En la última década el turismo rural español ha experimentado un crecimiento espectacular, tanto en lo que respecta a la oferta, como a la demanda. El gráfico 2, (INE 2010a), subraya el crecimiento diferencial de la demanda turística rural en relación al hotelero. Así observamos que, mientras que la demanda rural crece en el período 2001-2008 a un promedio anual superior al 11 por ciento, la demanda hotelera (de mayor peso sobre el total) no excede el 5 por ciento en el mejor de los casos (viajeros). De hecho, las dos Comunidades Autónomas de mayor peso en el total nacional, Castilla y León (19,6 por ciento de la demanda total) y Cataluña (11,9 por ciento), registran incrementos que les permiten doblar sus cifras en tan sólo ocho años (por ejemplo, en términos de pernoctaciones crecimientos del 154 y 121 por ciento, respectivamente).

**Gráfico 2. Crecimiento del número de viajeros y pernoctaciones. Turismo Rural y Hotelero. España. 2001-2008.**  
Tasas medias anuales acumulativas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2010a).

Algunas correlaciones permiten apuntar algunas hipótesis sobre el crecimiento de la demanda rural en España. Por ejemplo, en la tabla 1 se ha correlacionado el crecimiento regional de la demanda rural en España con una serie de variables características de las economías regionales. Así, constatamos como el crecimiento de la demanda de turismo rural (tanto en viajeros como en pernoctaciones) está positivamente, correlacionado con el peso del sector agrario, resultado que refuerza el carácter complementario del desarrollo agrario y del turismo rural en las regiones españolas. Adicionalmente, se observa que el crecimiento de la demanda de turismo rural (tanto en viajeros como en pernoctaciones) está correlacionado con el decrecimiento del sector agrícola. Esto puede relacionarse más con el hecho de que la demanda ha crecido más en aquellas zonas rurales más especializadas en el sector agrario que la media pero que han vivido un proceso de declive de éste sector, hallazgo que fortalece la hipótesis de que el turismo rural actúa como válvula de escape para el declive agrario regional. De hecho, el desarrollo del turismo rural actúa como una fuerza favorecedora hacia un proceso de convergencia para las regiones españolas con menor renta; pues su crecimiento está negativamente relacionado con la renta promedio regional.

**Tabla 1. Correlaciones regionales indicadores actividad turismo rural versus indicadores cuantitativos, 2001-2008**

	Crecimiento Viajeros	Crecimiento Pernoctaciones
<b>Peso agricultura promedio</b>	+0.34	+0.41*
<b>Crecimiento Producción agricultura promedio</b>	-0.40*	-0.50**
<b>PIB per cápita promedio</b>	-0.53**	-0.60**

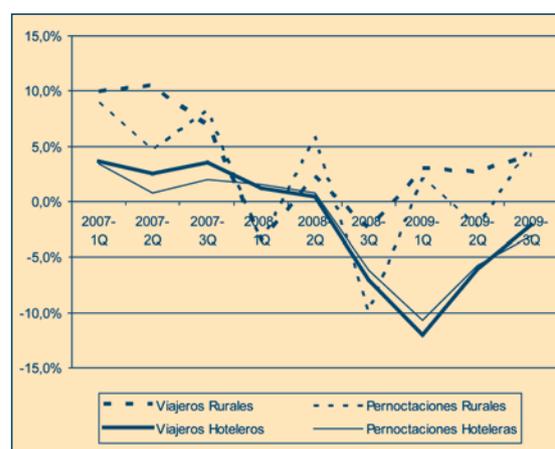
Nota: en la tabla se han computado los coeficientes de correlación parcial. (\*) Indica coeficiente significativo al 10% y (\*\*) al 5%.  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2010a).

De hecho, y además de la dinámica diferencial de la demanda rural, en el período 2001-2008, los últimos resultados coyunturales permitirían sustentar la hipótesis de que el turismo rural en España está actuando como un colchón de seguridad económica,

o una reserva de ingresos, ante la actual y difícil situación económica. En efecto, si computamos las tasas de crecimiento interanuales por cuatrimestres desde el 2007 y las comparamos con las mostradas por el turismo hotelero en España en el mismo período, observamos un comportamiento diferencial altamente positivo (Gráfico 3).

**Gráfico 3. Crecimiento cuatrimestral interanual de la demanda. Turismo rural versus demanda hotelera. España. 2007-2009.**

Tasas cuatrimestrales interanuales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

En particular, en todo el año 2009, y mientras que la demanda hotelera registraba crecimientos negativos significativos, la demanda rural incluso ha mostrado incrementos positivos en todos los cuatrimestres, en el caso de los viajeros y en el caso de las pernoctaciones. La demanda de turismo rural, pues, no sólo tiene un elevado margen de crecimiento sino que podría mostrar un carácter anticíclico atribuible, en particular, al mercado turístico doméstico. Obsérvese la importancia de este resultado en términos regionales puesto que, como hemos visto con anterioridad, las regiones de mayor crecimiento de la actividad son, además, las de menor desarrollo económico.

#### 4. Las principales características del turismo rural en España

La tabla 2 nos permite ver una foto fija de los datos de la encuesta de ocupación del INE para el año

2009 (INE, 2010<sup>a</sup>). Podemos constatar como se alojaron más de dos millones y medio de viajeros en los alojamientos de turismo rural, realizando cerca de 8 millones de pernoctaciones, y con una estancia media de 3 días. Una de las principales diferencias

de esta modalidad turística es la preponderancia de la demanda doméstica, que aporta un 90 por ciento de los viajeros y cerca de un 85 por ciento de las pernoctaciones.

**Tabla 2. Demanda de alojamientos rurales por Comunidades Autónomas. España. 2009.**

Número de viajeros y pernoctaciones registradas en los alojamientos rurales

Comunidades autónomas	Número de viajeros			Número de pernoctaciones		
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero
ESPAÑA	2.708.583	2.441.521	267.062	7.901.745	6.637.824	1.263.921
Andalucía	165.213	140.770	24.442	546.242	416.500	129.741
Aragón	126.201	119.059	7.139	409.540	368.619	40.920
Asturias	187.384	180.511	6.873	686.711	641.297	45.415
Baleares	90.811	19.781	71.029	452.593	67.230	385.363
Canarias	51.648	24.521	27.127	318.251	96.783	221.468
Cantabria	201.042	179.933	21.108	544.014	495.180	48.834
Castilla y León	611.289	578.233	33.058	1.504.819	1.426.618	78.202
Castilla-La Mancha	158.887	156.637	2.249	411.819	397.754	14.063
Cataluña	329.205	307.011	22.195	1.017.214	895.843	121.372
C. Valenciana	119.789	114.368	5.425	370.289	334.068	36.222
Extremadura	114.876	109.416	5.457	268.467	248.589	19.881
Galicia	177.042	158.254	18.786	368.234	335.753	32.484
Madrid	105.766	101.260	4.507	202.642	191.029	11.614
Murcia	31.748	30.981	769	102.642	96.567	6.076
Navarra	95.860	92.763	3.096	312.267	291.180	21.089
País Vasco	112.729	99.817	12.914	313.187	263.912	49.277
Rioja (La)	29.091	28.203	888	72.811	70.910	1.903
Tasa interanual	2,98	3,24	0,67	0,26	2,24	-9,12

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2010a).

Si observamos los datos por Comunidades Autónomas podremos ver como las que presentan una mayor oferta, como Castilla y León y Cataluña, son también las que captan más demanda, y con una proporción semejante, cercana al 20 por ciento en el caso de Castilla y León y con cifras cercanas al 12 por ciento en el caso de Cataluña. También se observan diferencias en relación al tipo de demanda captada y en destinos tradicionales como Baleares o

Canarias la demanda internacional de turismo rural es la preponderante, con un 78 y un 53 por ciento respectivamente.

En relación a la estancia media, son las regiones con un mayor porcentaje de demanda internacional aquellas en las que la estancia es superior a la media, lo cual resulta lógico, situándose en casi siete días en Canarias y poco más de cinco días en

Baleares, mientras el resto de regiones se sitúa en valores cercanos a la media nacional de 3 días. Este comportamiento corresponde claramente a una proporción mayoritaria de demanda nacional, que se sitúa en las estancias de fines de semana y puentes. En relación a la procedencia de la demanda también podemos observar notables diferencias en cuanto a las regiones (INE, 2010a). Dentro del total nacional son los habitantes de la gran ciudad de Madrid los que más se desplazan a otras comunidades a consumir turismo rural, seguidos no muy de lejos por los de Cataluña, mientras que en relación a la demanda internacional, cerca de un 90 por ciento

de los viajeros procede de la Unión Europea. Estos datos de la demanda interna del consumo de turismo rural de las dos aglomeraciones más importantes en España, como son Madrid y Barcelona, se explica lógicamente dada la presión de la gran ciudad y el mayor poder adquisitivo de sus habitantes. Por otro lado, si nos fijamos en la evolución cuantitativa de esta demanda en los últimos años, en la Tabla 3 podemos ver el extraordinario crecimiento de los registros de viajeros y pernoctaciones en nuestro país y en dos de las Comunidades Autónomas con mayor peso, Castilla y León y Cataluña, cuyos registros se han más que doblado en tan solo ocho años.

**Tabla 3. Evolución de la demanda de alojamientos rurales. España. 2001-2009.**

Número de viajeros y pernoctaciones registradas en los alojamientos rurales

	España		Castilla y León		Cataluña	
	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones
<b>2001</b>	1.210.890	3.660.816	225.510	550.629	150.748	459.881
<b>2002</b>	1.370.369	4.104.680	268.388	635.404	164.156	490.217
<b>2003</b>	1.467.537	4.476.140	294.344	726.181	176.553	528.908
<b>2004</b>	1.754.360	5.492.516	366.185	888.883	206.940	676.115
<b>2005</b>	1.982.902	6.306.329	413.960	1.010.761	228.280	717.388
<b>2006</b>	2.425.428	7.438.383	541.887	1.347.754	270.393	848.889
<b>2007</b>	2.645.237	7.938.623	582.456	1.455.887	315.414	960.873
<b>2008</b>	2.626.821	7.846.078	572.193	1.398.396	335.882	1.015.419
<b>2009</b>	2.708.583	7.901.745	611.289	1.504.819	329.205	1.017.214

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2010a).

En la última década la oferta de turismo rural español ha experimentado un crecimiento espectacular. En la tabla 4 a partir de los datos del INE (2010a), podemos apreciar el enorme crecimiento de esta oferta, tanto para el total nacional como para la mayor parte de las comunidades, con crecimientos que en algunos casos han superado el 20 por ciento interanual. Si nos fijamos en el peso por comunidades autónomas sobre el total nacional vemos que son Castilla-León y Cataluña las regiones con mayor peso sobre el total nacional, a las que siguen Andalucía y Asturias. En relación al nivel de negocio generado por esta oferta,

y según ASETUR, (Asociación Nacional de Turismo Rural) éste se sitúa entorno a los 240 millones y crece cerca de un 15 por ciento anual, situándose la rentabilidad en el 10 por ciento anual, con lo cual se puede amortizar la inversión en aproximadamente 10 años, aunque esto puede variar dependiendo de la demanda que capte el mismo establecimiento, que puede depender de muchos factores, como su proximidad a un recurso interesante, su oferta especializada, la organización o servicio, y la potencialidad del entorno entre otros muchos factores.

**Tabla 4. Oferta de alojamientos rurales por Comunidades Autónomas. España. 2001-2009**  
Número de establecimientos abiertos estimados en agosto de cada año.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>ESPAÑA</b>	5.728	6.338	7.310	8.665	10.087	11.247	11.816	13.282	13.441
Andalucía	294	345	389	529	998	1.041	1.157	1.193	1.294
Aragón	654	664	677	663	718	753	792	1.004	1.024
Asturias	478	554	582	785	938	1.035	1.100	1.267	1.226
Balears, Illes	124	142	131	171	187	186	182	212	92
Canarias	416	369	600	671	689	779	722	702	740
Cantabria	215	252	294	326	350	405	420	443	313
Castilla y León	886	1.057	1.251	1.481	1.776	2.118	2.280	2.604	2.811
Castilla-La Mancha	353	452	509	588	666	751	841	1.058	1.188
Cataluña	649	732	799	1.084	1.152	1.382	1.412	1.581	1.525
C. Valenciana	280	316	411	636	727	808	809	885	923
Extremadura	111	106	177	187	235	318	385	426	445
Galicia	289	364	410	452	473	499	499	517	469
Madrid	66	78	83	100	111	153	163	179	210
Murcia	240	238	278	266	262	205	222	248	258
Navarra	422	411	426	426	476	471	460	557	533
País Vasco	194	193	227	233	255	265	292	315	301
Rioja, La	57	63	69	68	75	78	81	90	88

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2010a).

En relación al grado de ocupación encontramos datos significativos. Mientras el promedio mensual se sitúa en una cifra cercana al 20 por ciento de las plazas, el mes de mayor ocupación es con diferencia agosto, con un grado de ocupación cercano a la mitad de las plazas ofertadas (44,8 por ciento). En este sentido, se puede constatar que existen diferencias notables entre las distintas regiones españolas. Si tomamos el mismo mes de agosto como referencia, algunas regiones como el País Vasco, Cantabria o Asturias llegan o superan un grado de ocupación del 60 por ciento. Igualmente, lo hace una región con un modelo tan diferente de las anteriores como es Baleares, que alcanza un 72 por ciento de ocupación.

En la relación al propio producto y en concreto con la tipología de alojamiento, y de nuevo según el INE (2010a), aunque las casas rurales son predominantes, otras tipologías como los apartamentos rurales han crecido en los últimos años. Existe, no obstante, mucho camino por recorrer en otros tipos de alojamiento, con un gran potencial y que en

Europa llevan tiempo funcionando. Entre estos, las granjas-escuela, muy frecuentes en otros países (como Irlanda) donde esta posibilidad integra una explotación agropecuaria con un establecimiento turístico, ofreciendo servicios complementarios muy atractivos (trabajos ganaderos, cocina, actividades educativas: granjas-escuela) o el albergue rural, una oferta generalmente ligada a la juventud pero que cada vez más es demandada para otras actividades (talleres, cursos) y que según el INE (2010a) en España tiene un escaso peso (menos de un 1 por ciento) del total de oferta turística rural. En relación a los servicios complementarios, según Pulido (2008) muy pocos establecimientos ofrecen actividades de turismo activo (un 13 por ciento) mientras que la mitad de los que ofrece restauración sí ofrece algún servicio relacionado con la industria agroalimentaria o artesanal local (tan solo una cuarta parte a nivel total). Por lo que respecta a la estructura empresarial la principal característica es la gran atomización, predominando las microempresas con pocos trabajadores (según el INE, 2010a, 2 trabajadores por cada 10 plazas), La mayor parte de estas pequeñas

empresas son familiares, localizándose de forma dispersa en el territorio, lo que en ocasiones impide conseguir niveles de rentabilidad óptimos. Así mismo, la diversidad de denominaciones para el turismo rural en el conjunto del territorio Español (Cànoves, Villarino y Herrera, 2005) y la falta de una clasificación homogénea por niveles de calidad (como las espigas en Francia) dificulta enormemente consolidar una oferta del producto con garantías y comercializable a nivel internacional (Villarino, De Uña y Cànoves, 2009). Por lo que respecta a los puestos de trabajo generados por la actividad, según el INE (2010a) en 2009 constaban cerca de 20.000 personas ocupadas en esta actividad en España. Como es lógico, las mismas regiones que presentaban una mayor proporción de establecimientos y plazas sobre el total son las que a su vez ocupan a un mayor número de personas, como es el caso de Castilla y León, con un 20 por ciento del total, o Cataluña, con poco más de un 10 por ciento, o Andalucía, con una cifra también cercana al 10 por ciento. Castilla y León quizás sea en este sentido, la región cuyo crecimiento ha sido más representativo, pasando de un peso de poco más del 16 por ciento del total nacional en 2001 a un 20 en 2008.

En términos generales podemos considerar que tanto empresarios como trabajadores están poco formados y que la mayor parte es empleo familiar y no remunerado, correspondiente al empleo de los mismos propietarios y en el caso de los escasos remunerados la mayor parte es personal fijo y en una elevada proporción se trata de empleo femenino. Según la ASETUR (Pulido, 2008) un 77 por ciento de los empresarios manifiesta que el negocio del turismo rural les sirve para complementar rentas, aunque tan solo un tercio tiene en la agricultura su renta primaria, siendo la mayor parte trabajadores del sector servicios o profesionales liberales. Por otro lado existe un elevado grado de asociacionismo: más del 80 por ciento de los propietarios pertenece a una asociación de turismo rural, aunque falta una mayor agrupación a nivel regional y/o nacional. Por otro lado, desde una perspectiva cualitativa, cabe añadir que el núcleo de la demanda de este tipo de

alojamiento es un cliente de entre 30 y 40 años con un buen poder adquisitivo. En relación también a la demanda y con el fin de suavizar la estacionalidad se llevan a cabo iniciativas como dirigir la oferta a colectivos específicos (empresas, escolares, extranjeros) y ampliar la oferta a actividades de temporada. Finalmente cabe añadir que la promoción y comercialización se realiza de forma básica, con alianzas con operadores nacionales o extranjeros, asistencia a ferias, existencia de folletos o web propia, anuncios en revistas y guías y alguna acción específica de marketing.

Finalmente, si nos fijamos en el principal nexo de unión entre oferta y demanda, el nivel de precios, cabe comenzar diciendo que disponemos de datos de precios de estos alojamientos en el marco del Índice de Precios en Alojamientos de Turismo Rural (IPTR) elaborado de nuevo por el INE (2010b). Si nos fijamos en los precios a diciembre de cada año (cuando se establece el IPC anual) podemos ver como su evolución ha sido relativamente errática pero no excesivamente apartada de la evolución de los precios generales en nuestro país. Si en diciembre del año 2003 el IPTR se situaba en una tasa interanual del 4,67 por ciento bajó al 3,71 en 2004, para iniciar un repunte en 2005 y alcanzar el 4,46 por ciento interanual, seguir subiendo al 6,70 en 2006, caer ligeramente en el 2007 con un 5,77 por ciento interanual y registrar una menor subida, de un 2,70 por ciento interanual, en 2008. Finalmente, en el año 2009 la dinámica tampoco era muy diferente a la del índice de precios general de la economía, en proceso de caída durante este año, registrando los precios de los alojamientos turísticos rurales una bajada cercana al 1 por ciento.

## 5. Conclusiones

En este artículo hemos apuntado que el turismo rural español se encuentra en un punto intermedio, a medio camino entre los destinos más maduros como Gran Bretaña, Francia o Alemania y de los incipientes, especialmente en la Europa del Este. España es un destino turístico consolidado en donde el turismo rural inicia recientemente su implantación

y puede aprovechar las experiencias que le ofrece su entorno inmediato. En este trabajo hemos visto la evolución del turismo rural español marcada por una primera etapa de exploración del espacio rural, una segunda etapa de auténtico desarrollo en la que primó el crecimiento de la oferta, potenciado por un importante aumento de la demanda y por el estímulo de las políticas públicas, especialmente gracias a los fondos y programas europeos. Y una tercera etapa, la actual en donde finalmente, el producto turístico rural en España se encuentra actualmente en una fase de diversificación-extensión y en un momento en el que los turismos específicos que lo conforman resultan cada vez más visibles.

Por lo que respecta a la dinámica reciente del turismo rural en España hemos visto como en relación a la demanda ha experimentado en el último decenio un crecimiento espectacular, muy superior al turismo tradicional. También hemos constatado como el desarrollo de esta demanda está relacionado con el crecimiento económico e inversamente relacionado con el crecimiento del sector agrícola. Hemos apuntado que el turismo rural ha permitido en muchos casos la sustitución de actividades, del sector primario hacia el terciario y ha sido escasa la complementariedad de rentas como inicialmente se programó. Por otro lado, los últimos resultados coyunturales permiten apuntar la hipótesis de que el turismo rural actúa como un colchón de seguridad económica ante la actual coyuntura económica recesiva. Según se ha demostrado, la demanda de turismo rural en España no sólo tiene un elevado margen de crecimiento sino que podría retener un carácter anticíclico atribuible, en particular, al predominio del mercado doméstico. La foto fija de la situación de esta demanda nos muestra una actividad todavía estable, con sostenimiento en el número de pernoctaciones de los viajeros extranjeros, que no obstante siguen siendo minoritarios (cerca de un 10 por ciento) en el total de la demanda. Así, la evolución cuantitativa de la demanda de turismo rural en los últimos años nos muestra el extraordinario crecimiento de los registros de viajeros y pernoctaciones en nuestro país siendo las

Comunidades Autónomas con mayor peso, Castilla y León y Cataluña, cuyos registros se han más que doblado en tan solo ocho años.

Por otro lado, en los últimos años la oferta turística rural también ha experimentado un crecimiento espectacular, potenciado en gran medida por la iniciativa comunitaria y la transformación económica del país. Dentro de esta oferta las casas rurales siguen siendo mayoritarias y los servicios complementarios son escasos. Se trata de una oferta muy atomizada, de carácter familiar y donde predomina la microempresa con menos de cinco trabajadores. Tanto trabajadores como empresarios están poco formados y en general los ingresos del turismo rural les sirven como complemento de sus ingresos principales. Desde el punto de vista cualitativo, la mayor parte de la demanda se sitúa entre los 30 y 40 años, aunque crecerá en un futuro hacia segmentos de mayor edad y con nuevas exigencias, especialmente en relación a la calidad de los establecimientos y los segmentos de turismo senior. Por lo que respecta a los precios, su evolución ha sido relativamente errática pero no excesivamente apartada de la evolución de los precios generales en nuestro país.

En relación al futuro de la actividad, se debe apostar por un producto de calidad, estar atento a los cambios que se producen y producirán en la demanda, y considerar que el consumidor de turismo rural ya no busca tan sólo un alojamiento peculiar sino que cada vez será más exigente en la calidad del servicio, la personalidad del establecimiento, la acogida y el trato. Será un consumidor que valorará sobre todo una oferta conjunta de turismo rural, servicios complementarios y actividades a realizar en el entorno, buscará experiencias y poder disfrutar de los recursos y las actividades asociados al alojamiento. Es por lo tanto crucial que las empresas desarrollen nuevas estrategias de comercialización y que además éstas estén orientadas tanto al cliente nacional como al internacional. Pasaron ya los tiempos en los que no era necesario un excesivo

esfuerzo para captar clientes y los establecimientos ponían el cartel de completo sin problemas, debido a la novedad del producto. El actual entorno, en una situación de crisis y con un mercado cada vez más competitivo, exige un mayor conocimiento de los competidores, del consumidor actual y potencial así como del papel que juegan otros actores, en especial las administraciones locales y la misma población local, en el desarrollo del conjunto patrimonial y ambiental donde se desarrolla su actividad.

Así pues, los retos del turismo rural español en los próximos años estarán relacionados con los cambios asociados al nuevo paradigma socioeconómico, el *post-fordista* o de la especialización flexible, y en como afecta éste a la demanda turística. En este sentido, los turistas exigen cada vez servicios más especializados y habrá que orientarse a sus demandas a través de diferentes segmentos (sociales, culturales, nacionales). En un futuro cercano, los viajeros exigirán más servicios personalizados, el peso de los turistas seniors será importante y se demandarán más servicios relacionados con sus necesidades. En términos generales (no solo en el turismo rural) el turista del futuro valorará más las experiencias que las posesiones. Esto se traduce ya en las fórmulas de promoción y comercialización del producto turístico rural, siendo imprescindible para los empresarios diferenciarse con buenas herramientas tecnológicas (webs con buenos contenidos más que buenos diseños, portales bien situados donde tener visibilidad, buenos sistemas de reservas) pero también con una mejor conexión con el destino (otros sectores como el agroalimentario, el comercial, las administraciones públicas o la sociedad civil), ya que es éste en el que se fija el turista para crear su experiencia.

Finalmente, en relación al servicio, un aspecto como la accesibilidad universal, se convertirá en clave y

en cuanto a la demanda el objetivo se trasladará desde la demanda interna a la internacional. Ofrecer además unas actividades complementarias de calidad será crucial para captar una demanda potencial. Al respecto de la experiencia turística, su traducción por parte de los destinos debería trasladarse a una mayor apuesta por la creación de un producto de conjunto en base a diversos elementos (paisaje, cultura, patrimonio, fiestas, gastronomía), partiendo de una organización local potente, que vincule a diferentes agentes y/o entidades locales en una red conjunta en la que tengan la posibilidad de cooperar y colaborar en diferentes niveles y responsabilidades. La implicación y participación de la población local también se ha destacado como elemento clave en este proceso, de la misma manera que el asociacionismo relacionado con esta actividad. En definitiva, la creación de estas redes público-privadas (ya sea en forma de consorcio turístico u otras fórmulas) deberán potenciar la promoción de una identidad territorial reconocida. En este marco será más sencillo el trabajo a favor de la innovación y mejora continua del producto turístico rural, ya sea a través de la tematización de territorios (rutas del vino, rutas literarias, rutas de fiestas), de la diversificación de la oferta de alojamiento, de la segmentación del producto o finalmente, de la creación de nuevos productos en el sector. España cuenta con experiencia reconocida, una buena planta de alojamiento y potencial turístico, paisajístico y patrimonial. Sin embargo, el turismo rural no ha salido aún del consumo de producto doméstico, es desconocido a nivel internacional y ofrece pocas garantías de calidad. En este sentido, es imprescindible contar con una estandarización del producto a nivel nacional, unos distintivos de niveles de calidad uniformizados para todo el territorio (similares a las espigas de Gites de Francia) y la potenciación de la marca turismo rural español a nivel internacional.

## Bibliografía

- Ardillier-Carras, F. (1999) : "Espace rural et tourisme: mirage ou opportunité? Reflexion autour d'une ensemble regional entre Poitou et Limousin" en Violier, P. (Dir.) (1999) *L'espace local et les acteurs du tourisme*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes. Violier, P., pp. 33-39.
- Butler, R.W. (1980): "The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of resources", *Canadian Geographe*, 24(1), pp. 5-12.
- Cánoves, G. y Villarino, M. (2000): "Turismo en Espacio rural en España: Actrices e imaginario colectivo", *Documents d' Anàlisi Geogràfica*, 37, pp.51-77.
- Cánoves, G., Villarino, M., Priestley, G. Y Blanco, A. (2004): "Rural Tourism in Spain: an analysis of its recent evolution", *Geoforum*, 35 pp.755-769.
- Cánoves, G., Herrera, L. y Cuesta, L. (2005): "Turismo rural en España; un análisis de la evolución en el contexto europeo", *Cuadernos de Geografía*, 77, pp. 41-58.
- Cánoves, G., Villarino, M. y Herrera, L. (2005): "Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones", *Cuadernos de Turismo*, 15, pp. 63-76.
- Cánoves, G., Villarino, M. y Herrera, L. (2006): "Políticas públicas, sostenibilidad y turismo rural en España: difícil equilibrio", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41 pp. 199-217.
- Clark, G. y Chabrel, M. (2007): "Measuring Integrated Rural Tourism", *Tourism Geographies*, 9(4), pp.371-386
- Eurogites, (2004): "Agritourism in Europe", *Travel and tourism analyst*, 11, pp. 1-43.
- Garay, L.A. (2007): "El Ciclo de Evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña". Tesis Doctoral. Departamento de Economía e Historia Económica. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Hall, M. y Page, S. (2006): *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place, and Space*. Londres: Routledge.
- Hegarty, C. y Przezborska, L. (2005): "Rural and Agri-Tourism as a Tool for Reorganizing Rural Areas in Old and New Member States-A Comparison Study of Ireland and Poland", *International Journal of Tourism Research*, 7 (2), pp. 63-77.
- INE (2010a): *Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural. Hostelería y turismo*. [http://www.ine.es/inebmenu/mnu\\_hosteleria.htm](http://www.ine.es/inebmenu/mnu_hosteleria.htm) [Consulta: miércoles 24 de marzo de 2010].
- INE (2010b): *Índice de Precios en Alojamientos de Turismo Rural (IPTR)*. [http://www.ine.es/inebmenu/mnu\\_hosteleria.htm](http://www.ine.es/inebmenu/mnu_hosteleria.htm) [Consulta: miércoles 24 de marzo de 2010].
- Michael, E. (2003): "Tourism micro-clusters", *Tourism Economics*, 9 (2), pp. 133-145.
- Nash, R. y Martin, A. (2003): "Tourism in Peripheral Areas-the Challenges for Northeast Scotland", *International Journal of Tourism Research*, núm 5(3), pp. 161 - 181.
- OMT (2004): *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Pérez, J. M. (2008): "La ordenación jurídica del turismo rural: un análisis crítico" en Pulido, J. I.: *El Turismo rural: estructura económica y configuración territorial en España*. Madrid: Síntesis.
- Pulido, J. I. (2008): *El Turismo rural: estructura económica y configuración territorial en España*. Madrid: Síntesis.
- Rural Tourism International (2010): *Rural Tourism International*, <http://www.ruraltourisminternational.org>
- Saxena, G., Clark, G., Oliver, T, y Ilbery, B. (2007): "Conceptualizing integrated Rural Tourism", *Tourism Geographies*, 9(4), pp.347-370
- Shaw, G., Williams, A.M. (1994): *Critical Issues in tourism*. Oxford: Blackwell.
- Urry, J. (1994): "Europe, tourism and the nation-state" en *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, Chichester: John Willey & Sons 1989-1994, vol. 5, pp 89-98.
- Villarino, M., de Uña Álvarez, E. y Cánoves, G. (2009). "Reflexiones sobre experiencias de diversificación del turismo rural en España", *Serie Geográfica*, 15, págs. 67-78 Universidad de Alcalá de Henares.
- Yagüe, R.M., (2002) "Rural Tourism in Spain", *Annals of Tourism Research*, 4 (29), pp. 1101-1110

### Notas

(1) La Constitución de 1978 rompió con el modelo de gobierno centralizado del franquismo e inició la transferencia de numerosas políticas a los nuevos gobiernos regionales, las llamadas Autonomías, convirtiendo a España en uno de los países de Europa con un mayor nivel de descentralización. Actualmente existen 17 Autonomías (o Comunidades Autónomas), que se rigen por un gobierno regional y un parlamento propio.

(2) En España las vacaciones escolares de verano abarcan generalmente 2 meses y medio, desde la última semana junio hasta la primera de septiembre (ambas incluidas).