

Reflexionando sobre el nuevo paradigma del turismo rural en España

Julio Grande Ibarra

Resumen

El turismo rural es un elemento fundamental en el desarrollo rural. Los nuevos cambios socioeconómicos han dibujado un escenario muy diferente del medio rural del de los inicios del desarrollo del sector del turismo rural en nuestro país. El objetivo de este trabajo es analizar si se han producido estos cambios con la entidad suficiente para justificar un cambio de modelo y si esta revisión del marco teórico se está produciendo o se debería producir. Para ello se aborda en primer lugar una revisión de la situación general del medio rural para pasar después a revisar la situación del producto turismo rural en la actualidad. Por último se analiza la conceptualización actual del turismo rural y sus tendencias, a fin de determinar si se han incorporado al discurso los nuevos escenarios o si, caso de no haberse producido este hecho, sería recomendable hacerlo.

1 Introducción

El medio rural se encuentra desde hace ya tiempo en un rápido proceso de transformación. La generalización del medio urbano como entorno de residencia de la población, el cambio a una sociedad postindustrial, la sociedad de la información y la globalización están provocando una profunda transformación económica y social de escala planetaria que también afecta al medio rural.

Como indica Camarero (2009) la conceptualización del término rural en la actualidad no es uniforme y, sin duda, la vida rural es significativamente distinta a cómo era hace tan sólo unas décadas. Clásicamente el concepto de rural se definía, además de por el tamaño de los núcleos de población, por cuatro características fundamentales: una baja densidad de población, la importancia de la actividad agraria, la relación de los habitantes con su entorno y las fuertes relaciones sociales entre los miembros de la comunidad rural (Sancho, J. y Reinoso, D., 2012).

Por otro lado, el aislamiento clásico del medio rural es, en nuestro entorno, ya historia. La mejora de las comunicaciones lleva aparejada que la variable espacio se de la variable tiempo y provoca que la frontera rural- urbana sea mucho más laxa. Por otro lado, la información circula a gran rapidez y es accesible desde todos los lugares. Podemos enterarnos más fácilmente de acontecimientos del otro lado del planeta que de lo que acontece un par de pueblos más allá.

Los modos de vida son cada vez más similares: “La extensión a las áreas rurales del modo de vida urbano está borrando algunas de las características tradicionales que hacían del campo sobre todo un modo de vida, identificada con la civilización o mundo campesinos” (Molinero y Alario, 1994 citado por Sancho, J y Reinoso, D 2012). A esto tenemos que añadir la planificación de una parte importante de las políticas rurales condicionada por las necesidades urbanas.¹

En definitiva, los límites entre lo rural y lo urbano son cada vez más difusos.

Por otro lado, el espacio rural empieza a ser valorado, desde una óptica urbana, por sus valores ambientales y culturales. Es considerado como un lugar con unas formas de vida

¹ Esto es tan marcado que empieza a ser frecuente el empleo de conceptos como territorio- ciudad en un modelo que establece un continuum entre lo rural y lo urbano.

diferentes y singulares que se asocian con “la autenticidad, el contacto directo con la naturaleza, la calma o la tranquilidad” (Camarero, L., 2009: 7) aunque desde luego la realidad no sea tan idílica. La situación no deja de ser un tanto paradójica: en un momento en que las diferencias entre lo rural y lo urbano son menos claras, la población urbana **percibe** el medio rural como algo **auténtico** que **sobrevive** ajeno a los cambios conservando unos valores que en muchos casos han desaparecido.

En nuestro país el desarrollo del turismo rural ha sido relativamente reciente a partir de un modelo definido a mitad de los años 80 del pasado siglo, en una realidad rural y social muy diferente a la actual. Sin embargo se ha trabajado muy poco en la revisión del mismo, lo que provoca desajustes que van desde el retroceso del producto en el mercado a la obsolescencia de los sistemas de planificación.

El medio rural ya no puede definirse como “una categoría que puede autoexplicarse como sociedad diferenciada. El escenario no puede ser otro que la sociedad global” (Camarero, L 2009:14). Y dentro de esta nueva realidad hay que replantear lo que hasta ahora veníamos definiendo como turismo rural.

2 Objetivos y metodología

Los **objetivos generales** son analizar la evolución de la conceptualización del producto de turismo rural en el caso español, analizar si ha existido un cambio en esta conceptualización y determinar la necesidad o no de una revisión del modelo.

Para el desarrollo del presente trabajo hemos optado por la aplicación de una metodología de análisis cualitativo. Esta metodología nos permite abordar la recogida de datos y su análisis de una manera simultánea y, de esta manera, poder plantear nuevos problemas y preguntas a lo largo del proceso de investigación (Gibbs. 2012).

Dentro de los diferentes enfoques de la investigación cualitativa hemos optado por la teoría fundamentada, metodología que hace especial referencia a la conceptualización de los datos según se van obteniendo, formulando el análisis a lo largo del proceso de la investigación (Coffey y Atkinson, 2005) a partir de la comparación constante y el muestreo teórico (Soneira, 2009). La codificación ha sido abierta y las entrevistas se plantearon como focalizadas.

3 El medio rural

3.1 Los cambios en el medio rural

Es evidente que a nivel planetario estamos asistiendo a un proceso de urbanización que parece irreversible. Según Naciones Unidas, en 2010 por primera vez la población urbana superó a la población rural a nivel mundial. Las previsiones para el año 2050 sitúan a la población urbana en 6.252.175.000 habitantes, mientras que la rural caerá a 3.063.963.000. Estas diferencias son mucho más marcadas en los países más desarrollados donde la población urbana aglutinaba en 2011 a 964,24 millones de habitantes, mientras la rural se situaba en 276,14 millones. En 2050 los habitantes de las ciudades en estos países ascenderá hasta los 1.127,22 millones de habitantes, mientras que la población rural caerá a 184,5 millones; es decir, se habrá reducido un tercio (O.N.U. 2013).

Nuestro país no es ajeno a este cambio. Los procesos migratorios interiores del campo a la ciudad se mantienen. Por otro lado, el peso de la población rural en el total nacional se ha reducido sensiblemente. Entre los años 1920 y 2006 la población residente en núcleos de

menos 5.000 habitantes perdió un 37%. Porcentualmente, la población en núcleos de menos de 5.000 habitantes representaba en 1920 el 44,4% del total, mientras que en 2006 la cifra era de 13,4% (INE citado por Geopress, 2009 y elaboración propia).

No es sólo un problema de número de la población, sino también de la estructura demográfica. El envejecimiento de la sociedad española es una tendencia clara, pero es mucho más marcada en el medio rural. El MAGRAMA ofrecía para 2009 (revisado en 2010) una tasa de envejecimiento en el medio rural del 22,3% frente al 16,6 nacional (MARM, 2011). Camarero (2009) indica que **envejecimiento y masculinización** son los elementos característicos de la sociedad rural española.

El papel de la agricultura en el medio rural se ha transformado completamente. Este proceso de cambio ha tenido una importancia fundamental en los cambios demográficos (Rodríguez, 1985; C. Europea, 1988), pero además ha transformado completamente la estructura económica del medio rural. En 2008 la agricultura sólo daba empleo a un 25% de la población activa rural, mientras que el sector servicios empleaba a un 40% (MARM, 2010).

La aportación de la agricultura a la economía nacional también se ha reducido de una manera significativa. En el año 1996 aportaba al PIB total nacional el 4,7% mientras que en el año 2007 el peso de la agricultura se redujo al 2,6%. Sin embargo este dato cambia sensiblemente en los diferentes territorios (MARM, 2010).

Población en declive, envejecimiento, masculinización y pérdida de peso de la actividad agraria ponen de manifiesto un cambio en la sociedad rural y que pone en grave riesgo su continuidad, al menos tal y como lo concebíamos hasta hace muy poco tiempo.

3.2 El desarrollo rural

Las transformaciones del medio rural en general y del español en particular nos deja un escenario complejo y lleno de interrogantes sobre cómo puede ser el futuro de la ruralidad y de su desarrollo. Podemos entender el desarrollo rural como “un proceso de diversificación y de enriquecimiento de las actividades económicas y sociales en un territorio a partir de la movilización y coordinación de sus recursos y energías” (Greffé, citado por Vachón, 2001: 29). que pretende transformar las sociedades rurales y revertir su desestructuración.

En 1988 la Comisión Europea, en un documento que alcanzaría gran repercusión, *El futuro del mundo rural*, plantea qué hacer con el medio rural y propone un cambio del enfoque tradicional de las políticas rurales. Europa se encuentra con algunos retos frente al mundo rural. En primer lugar la necesidad de realizar un ajuste de las Política Agraria Común. Estas políticas (que no abordaremos aquí) traen como consecuencia una disminución de la población agraria, una reconversión sectorial y la búsqueda de estrategia de diversificación económica que permitan el mantenimiento de la población y eviten “rupturas sociales graves” (C.E., 1988: 6).

En segundo lugar busca alternativas a las transformaciones que el medio rural está experimentando. Cambios variados y complejos que no afectan por igual a todos los territorios y que van del éxodo rural a la desertización, pasando por la desestructuración social y cultural.

El planteamiento de estas políticas se basa en la implicación de la población local en la implantación de un criterio de sostenibilidad tanto ambiental como económica y social.

Surge así la necesidad de plantear alternativas ante un medio rural diverso, con problemáticas dispares y con recursos potenciales también distintos. Esto conduce a la

Comisión a plantear una estrategia que necesariamente tiene que ser plural y debe hacerse desde lo local. En este escenario el turismo emerge como un sector clave.

3.3 Situación actual del turismo rural

Aunque no es nuestro objetivo realizar un análisis cuantitativo de la realidad del turismo rural, se nos antoja necesario hacer cuanto menos una revisión de la situación actual.

Entre 1994 (Grande, 1994) y 2015 el número de establecimientos pasa de 1077 a 15.384. En el caso de las plazas entre 2001 y 2014 se produce un crecimiento del 329,6% pasando de 42.925 plazas a 141.478. El pico de plazas de este periodo se produce en 2012 con 142.468. Un crecimiento muy importante

Por lo que se refiere a la demanda el número de viajeros ha experimentado un crecimiento entre 2001 y 2015 de un 269,5%, mientras que las pernoctaciones lo han hecho en un 241%, con un incremento muy notable en los años 2014 y 2015 que consigue romper el estancamiento que se prolongaba desde 2007. En estos dos años por primera vez, el crecimiento interanual de la demanda es superior al de la oferta.

En todo caso existe un desajuste en el crecimiento que se traduce en una permanente caída de los índices de ocupación. A mediados de la década de los 90 del pasado siglo, la ocupación se situaba en un 35% (Grande y Soret, 1995). En 2001 ya había bajado a 23,1 y en 2013 alcanzaba el 13,4, para subir a un 18,34 en 2015.

Podemos concluir que ha existido una divergencia entre los crecimientos de la oferta y la demanda que ha provocado unos bajos niveles de ocupación que pone en riesgo la viabilidad de los propios establecimientos. Otros problemas recurrentes son la regulación del sector, la existencia de oferta ilegal y un movimiento asociativo muy débil.

4 El modelo de turismo rural

El problema que se nos plantea es saber si los modelos de desarrollo del turismo rural se encuentran adaptados a la realidad actual. Partimos del hecho de que no existe más que un modelo formulado de desarrollo rural definido hace más de 25 años.

Pero la realidad es que, desde ese momento se han producido una serie de cambios sustanciales que no se han visto reflejados en nuevas soluciones. Estos cambios los podemos concretar en:

- Cambios en el medio rural, que hemos abordado en páginas anteriores.
- Madurez del sector. En la época en la que se empieza a formular el modelo de turismo rural, éste es inexistente en nuestro país, sufriendo posteriormente un fuerte desarrollo.
- Madurez en la demanda. Con unos cambios que vienen condicionados por una mayor experiencia de viaje, una pérdida del efecto novedad y una diversificación de oferta.
- Cambios estructurales del turismo.

4.1 Definiciones de turismo rural

Vamos a analizar en primer lugar la conceptualización desarrollada hasta el momento a partir de dos procesos: definición o proceso positivo (qué es) e indefinición o proceso por

negación (qué no es). Podemos encontrar definiciones que se centran en uno o varios aspectos como son:

➤ La definición por enumeración de elementos:

“El turismo rural se caracteriza, al menos, por los siguientes rasgos:

Estar situado en zona rural.

Ser funcionalmente rural, fundamentado sobre las características particulares del mundo rural (la pequeña empresa, los grandes espacios, el contacto con la naturaleza, el patrimonio, las sociedades y las prácticas "tradicionales").

Desarrollarse a escala rural (practicarse en general a pequeña escala).

Ser de naturaleza tradicional, de crecimiento lento y ligado a las familias locales. Debe desarrollarse, en general, bajo el control esencialmente de las comunidades locales.

Ser viable, en el sentido de que su desarrollo debe ayudar a mantener el carácter rural particular de la región y hacer un uso de los recursos locales que sea viable a largo plazo.

Comprender una diversidad de tipos, reflejo de la diversidad del entorno, de la economía y de la historia del espacio rural.” (Vera, 1997. Citado por López, 2008)

➤ Las definiciones que se basan fundamentalmente en la ubicación en espacio rural.

➤ Las definiciones que se basan en un concepto de ruralidad:

“Un producto que estuviera diferenciado por lo que es lo rural, por el concepto de rural. Que no sea naturaleza, actividades,...que el motivo del viaje sea realmente acercarte a la rural,... un espacio distinto de lo urbano.” (GM)

➤ Las definiciones basadas en la demanda:

"Se puede definir al turismo rural como una oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en el medio rural, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en el campo, en contacto con la naturaleza y con la gente local".(IET, 1994, citado por López, 2008).

➤ En muchos casos, la indefinición: “La ausencia de una definición común se debe a la falta de homogeneidad de la oferta de esta modalidad turística...La dificultad de definir el turismo rural está también muy condicionada por el hecho de que el propio término "rural" o "espacio rural" no tenga una definición concreta” (Solsona, 2006: 27).

Esta situación ya nos indica como primera realidad, la complejidad del proceso del que estamos hablando, proceso que no puede ser reducido a una definición sencilla y consensuada.

Nos interesa en este momento fijarnos especialmente en la caracterización del turismo rural como todo el turismo **en espacio rural** o como el vinculado a la motivación/ actividad del turista en el conocimiento y participación **en la vida rural**. La diferencia se plantea entre considerar la delimitación del producto por el continente o por el contenido, lo que determina un acercamiento a la realidad diferente.

Venancio Bote (1988,1990) plantea el turismo rural como cualquier actividad desarrollada en el espacio rural, prestando una especial atención al turismo vacacional en viviendas particulares o casa de familiares y/o amigos. De hecho, las conclusiones que obtiene a partir

de los estudios de demanda realizados ofrecen el dato de que el volumen total de viajeros y el gasto son mucho más elevados en los alojamientos privados que en los comerciales.²

El propio Bote plantea sin embargo que el turismo rural debería tener otros componentes, abogando por una “estrategia artesanal de desarrollo turístico” (1988: 11):

“...cuenta paradójicamente con importantes recursos infrautilizados en el espacio rural o interior que corren el riesgo de deterioro, por la fragilidad de los recursos naturales y socioculturales, la demanda creciente de utilización de este espacio de ocio en las sociedades postindustriales y las deficiencias en la política turística española en espacio rural.” (Bote, 1988: 12)

Este planteamiento sigue siendo a nuestro entender muy actual. Aspectos vinculados con la cultura rural están sufriendo un intenso deterioro por la pérdida de las formas de vida *tradicionales*. El patrimonio natural por el contrario se encuentra más protegido gracias a la intensa acción desarrolladas por las instituciones a la hora de regular y proteger, aunque el aprovechamiento de estos espacios está en nuestra opinión lejos de haber conseguido un adecuado uso turístico.

Frente a esto tenemos la postura contraria: solo puede ser considerado turismo rural aquel en el que existe una relación directa entre la cultura rural y el visitante. Ante los procesos de cambio se plantea la necesidad de redefinir la ruralidad en función al concepto de pertenencia al entorno, es decir de un modo particular de organización social que se vincula por la relación con el espacio y con el conjunto social a partir de un determinado modelo cultural diferente al urbano. (GP, GM). Así, el concepto de turismo rural vendría definido por la atracción que los “rural” genera en el visitante y en sus deseos de participar y disfrutar del mismo.

El problema de la búsqueda (o planteamientos de dudas sobre la misma) de una definición está presente en todos los documentos revisados, ocupa entre el 9 y el 25,8% de los códigos por autor.

A la hora de la definición nos encontramos con una nueva dificultad: la consideración del todo por la parte: la equiparación del producto turismo rural exclusivamente con el alojamiento.

Para muchos autores y entrevistados ha sido el factor determinante de la consideración de turismo rural: “es el principal problema que todavía existe en España hoy sobre ese tema.” (EE); “El peso del alojamiento en el producto es total” (AC); “en una etapa joven, el turismo en espacio rural se basa casi exclusivamente en el alojamiento...”...”(Canovés ↯ Villarino, 2000:56).

Este es un problema que ha afectado tanto a la imagen del turismo rural de cara a la demanda como a la propia estructuración del sector provocado una débil conformación del producto (FC). Esto responde a diferentes razones pero básicamente al esfuerzo por crear infraestructura alojativa, aspecto en el coinciden todos los documentos que abordan este tema³.

² Este planteamiento es mantenido por el mismo autor en el estudio sobre demanda en turismo rural (no publicado) que se realiza en el año 1995 a instancias de la Secretaría de Estado de Turismo. Las conclusiones son similares a las del primer estudio. Hay que considerar no obstante, que todavía nos encontramos en un momento incipiente del desarrollo de los alojamientos comerciales y que, aunque ya se ha producido un incremento de esta oferta específica de alojamiento a diferencia de lo que sucedía en durante la realización de la primera encuesta, estos siguen siendo todavía muy escasos.

³ En todo caso hay que tener en cuenta que no existía ningún tipo de oferta y que, por tanto, era necesario realizar en un primer momento un esfuerzo por disponer de servicios. El problema ha venido de que esta acción necesaria que ha convertido finalmente en la acción principal.

Parecería razonable pensar que la motivación del viaje por parte de la demanda no viene condicionada por el tipo de alojamiento, sino por la posibilidad de tener una experiencia gratificante más allá del propio alojamiento. La simplificación del producto a un único servicio termina provocando una dilución del auténtico sentido del mismo.

4.2 Objetivos del turismo rural y su papel en el desarrollo rural

La concreción de una serie de objetivos específicos nos podría ayudar en el proceso de conceptualización. El turismo rural está llamado a servir de impulso económico de los territorios rurales y de elemento de diversificación de rentas.

Solsona nos plantea la siguiente relación de objetivos:

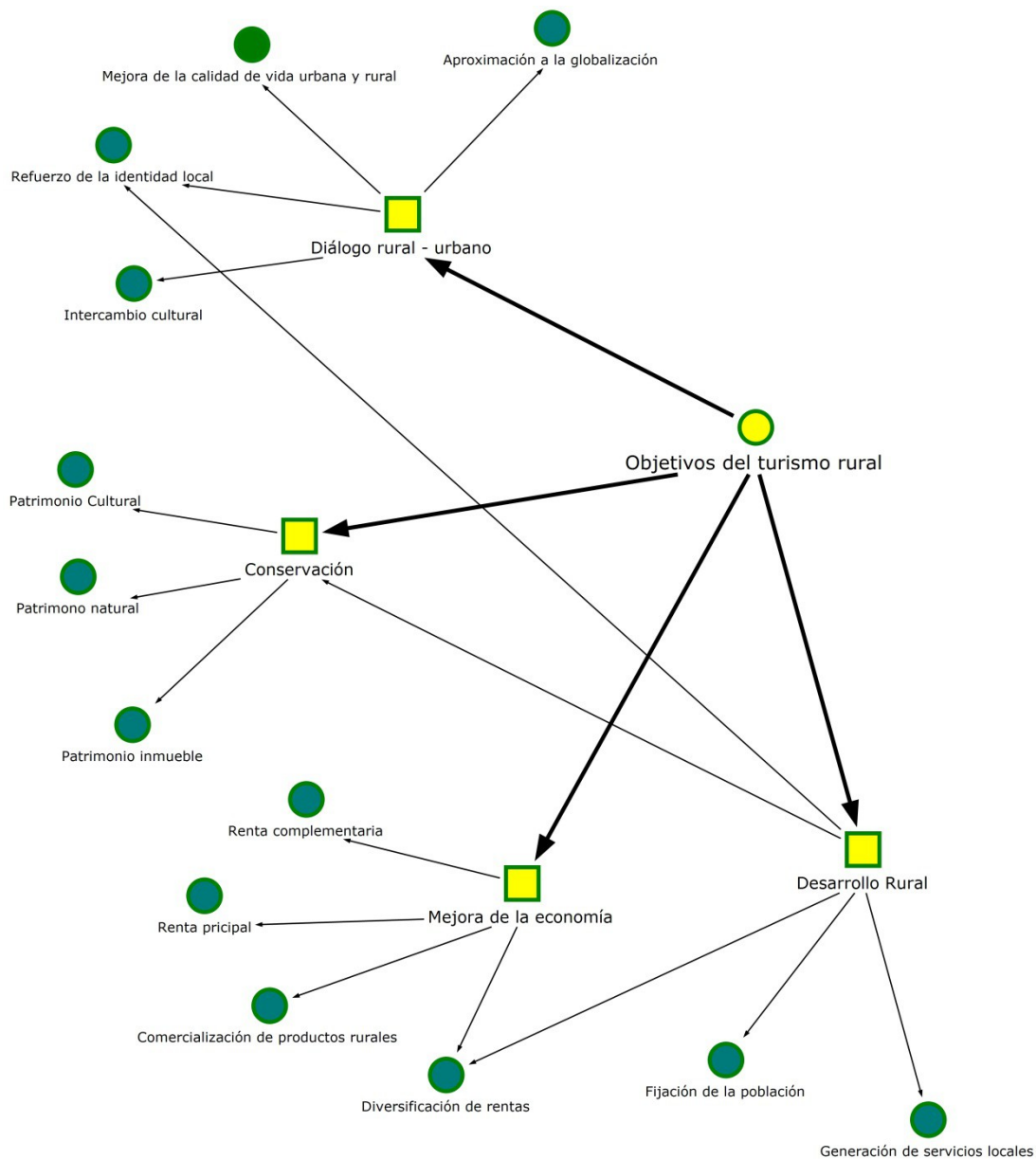
- “Mejora de las condiciones de vida de la población local.
 - Contribución a la reactivación económica de zonas deprimidas.
 - Generación de rentas complementarias.
 - Incorporación de la mujer al trabajo remunerado.
 - Estabilización de la población local desde el punto de vista demográfico.
 - Mantenimiento de la actividad agropecuaria y artesanal.
 - Mantenimiento o recuperación del patrimonio arquitectónico tradicional.
 - Preservación del medio físico.
 - Potenciación de los intercambios culturales (apertura de los comportamientos sociales)”
- (Solsona, 2006:28).

A la vista de este repertorio de objetivos, podemos considerar que el turismo rural juega tres papeles básicos en el desarrollo rural. Por un lado los aspectos relacionados con la conservación del patrimonio cultural y natural. Este punto fue ya planteado por Bote (1988). Su estrategia planteaba que existía un voluminoso patrimonio arquitectónico que podía ser recuperado y puesto en valor gracias a esta actividad. Hay que destacar que en los últimos tiempos se han incorporado a la oferta un elevado número de inmuebles de nueva planta, en ocasiones imitando a la arquitectura tradicional, dando una cierta imagen de artificialidad (AC).

Otro de los objetivos destacable es el papel del turismo rural como factor de socialización rural y agente catalizador del diálogo rural- urbana. Por un lado el turismo rural ha permitido establecer **una valorización de lo nuestro a partir de la mirada de los otros** (GP), desde el planteamiento de que en el turismo rural tiene que existir necesariamente un diálogo entre visitantes y visitados (Bote, 1990). Este factor tiene como consecuencia el refuerzo de la identidad local y de la sensación de pertenencia, aspectos determinantes en el desarrollo territorial.

Por último tenemos que analizar los objetivos que se refieren a sus efectos económicos y su papel en el desarrollo rural sobre el que hay un consenso generalizado que se rompe a la hora de considerar algunas las valoraciones.

Objetivos del turismo rural



Fuente: Elaboración propia a partir de la codificación de documentos

En primer lugar hay que considerar el problema de la complementariedad de rentas. En los primeros momentos este parece un concepto muy claro, el objetivo principal era diversificar la renta familiar mediante la incorporación de una nueva actividad que no se planteaba como exclusiva (AC, GM, FC). Sin embargo, este concepto se ha ido diluyendo hoy día son muchos los promotores de turismo rural que se plantean vivir exclusivamente de la actividad turística (AC)⁴.

⁴ Este dato lo hemos podido comprobar por observación directa durante los años que llevamos dedicados a esta actividad aunque no tenemos el dato cuantificado. Hemos podido comprobar igualmente posiciones excesivamente optimistas en los estudios de viabilidad de las infraestructuras alojativas (idea expresada también por EE, FC y AC) cuando se presentan por ejemplo proyectos a líneas de ayudas públicas.

Esto genera a nuestro entender un cambio importante en la caracterización de la actividad porque se haría necesario, caso de ser este el objetivo, un replanteo tanto de la dimensión de las infraestructuras⁵, como del marco normativo y de las estructuras de producción, promoción y comercialización.

El turismo rural permite facilitar canales de comercialización a los productos locales, bien por vía del consumo directo, bien por la compra de los visitantes. A este aspecto quizá no se le haya dado siempre la importancia necesaria, por lo que en ocasiones se pierden oportunidades de venta (GM) motivadas, en gran medida, por la falta de una visión integral del producto (EE).

Dentro de los objetivos se incluye también el papel que ha jugado en el desarrollo rural. Todos los documentos inciden en mayor o menor medida en este punto. Para algunos ha sido el elemento fundamental de los procesos de desarrollo rural.

Sin embargo se detecta un cierto cambio de actitud en los entrevistados, tanto en lo que se refiere al papel del turismo como al propio concepto de desarrollo rural: “Yo diría que en el momento actual esto que llamamos desarrollo rural está completamente desdibujado. ¿Qué podemos entender hoy como desarrollo rural.” (FC)

FC cree que se ha entrado en un sistema con una cada vez mayor influencia de los ayuntamientos y otros organismos públicos y la dedicación de un elevado número de recursos a las necesidades de éstos, lo que conduce a diluir los esfuerzos de los programas de desarrollo.

El turismo ha permitido el mantenimiento de una población joven tanto por la creación de puestos de trabajo como por el incremento de la oferta de ocio tanto para visitantes como para la población local (AC).

Se está produciendo un nuevo proceso como es el envejecimiento de las generaciones que empezaron con la actividad⁶. Hay que tener en cuenta que una gran parte de los promotores que empiezan a mediados de la década de 1990 se encuentran en edades próximas a la jubilación o ésta ya se ha producido.

FC apunta que la tasa de renovación está siendo muy limitada y que esto provoca dos situaciones preocupantes. Por un lado el hecho de entrar en un periodo regresivo. Por otra que una parte importante del sector esté anclada en viejos modelos y sea cada vez más difícil de reciclar.

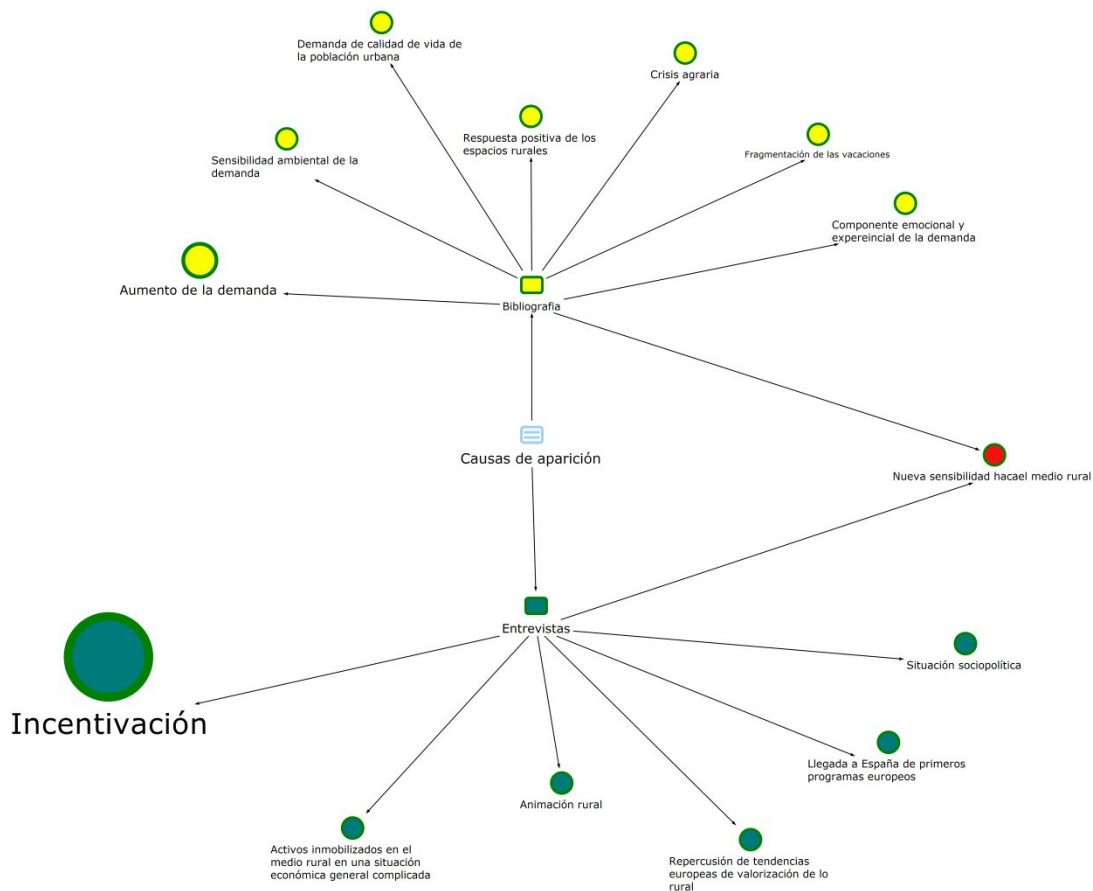
4.3 Causas que impulsaron el desarrollo del turismo rural

Hemos considerado también interesante analizar las causas que motivaron el desarrollo del turismo rural en nuestro país. En este punto hemos encontrado una clara disparidad entre los textos de la bibliografía y los resultados de las entrevistas. Estas últimas presentan además una uniformidad completa de criterios a la hora de plantear las causas.

Criterios de impulso del turismo rural

⁵ El número de plazas por establecimiento (9,3 de media para 2014), las limitaciones de estas en las diferentes normativas y la limitación de establecimientos gestionados por el mismo promotor hacen que la dimensión sea excesivamente reducida como para poder mantener una actividad principal.

⁶ Este no es un problema exclusivamente español. Por conversaciones con responsables de Eurogites, esta situación se está produciendo en otros lugares, siendo especialmente preocupantes en Francia.



Fuente: Elaboración propia a partir de las codificaciones

La primera discrepancia fundamental es la que afecta a la influencia de la demanda en el proceso de desarrollo del turismo rural. Las referencias en la bibliografía a una relación directa entre la existencia de una demanda basada en el atractivo rural, la sensibilidad ambiental, la necesidad de ocio en espacios abiertos, etcétera con el desarrollo del turismo rural son muy frecuentes.

Sin embargo los entrevistados, igualmente de una manera mayoritaria, establecen como causa fundamental del impulso de la actividad la incentivación pública. Además manifiestan la opinión de que no existía (ni probablemente exista) una presión de la demanda. Los datos estadísticos parecen darles la razón.

Apuntan igualmente, y con un consenso evidente, que, a pesar que se han producido durante muchos años importantes crecimientos de la demanda, estos no han sido suficientes y con cifras muy alejadas de las de otros países de nuestro entorno. Manifiestan también (AC, GM, FC, EE) como durante los primeros años fue necesario un importante esfuerzo para implicar a nuevos promotores⁷.

Estaríamos pues ante un producto de una clara tendencia de desarrollo de arriba a abajo no surgido espontáneamente de la población local, ni por presión de la demanda. Un proceso que en unos años se combina con un efecto moda motivado por la atención de los medios y administraciones a la actividad y que provoca una irreal visión irreal muy optimista.

⁷ Esto entraría también de alguna manera en contradicción con la idea de que en los primeros momentos la receptividad por parte del medio rural fue muy buena como manifiestan diferentes autores.

Además que el perfil del mercado coincida con un público sensible a la naturaleza y otros valores naturales y ambientales no significa necesariamente que existiera una presión de demanda sobre el turismo rural sino más bien, que el público era más fácilmente captable.

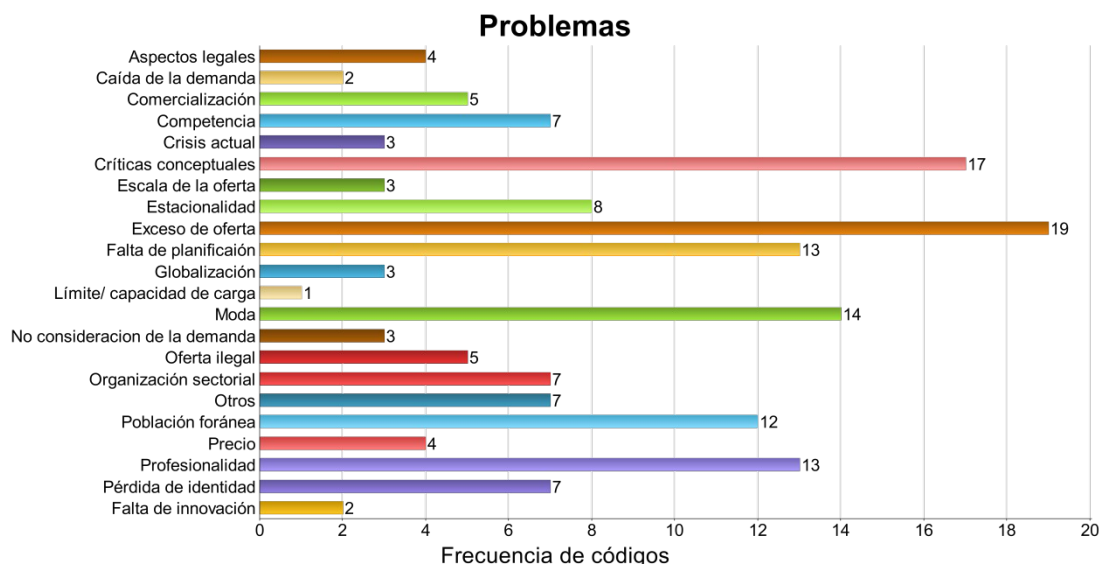
Los entrevistados manifiestan, también unánimemente, dos aspectos como fundamentales: la llegada de los primeros programas europeos y la situación sociopolítica. Una situación que definen como de ilusión social por un lado y de militancia de los equipos técnicos por otro (GM, FC, GP, AC), situación que se iría disipando con el tiempo.

4.4 Problemática del turismo rural

Aunque pueda parecer extraño considerar los problemas como un elemento de la conceptualización del turismo rural, hemos incluido este apartado por dos razones. Por un lado los entrevistados han recurrido con mucha frecuencia a su descripción como una parte fundamental de su discurso. Por otro, porque las dificultades en el desarrollo del turismo nos pueden dar una idea en relación a los déficits de conceptualización.

El gráfico nos muestra los diferentes temas abordados en esta categoría y sus correspondientes frecuencias. En total se trata de 22 variables que han generado 159 referencias, con diferencia la categoría con mayor representación.

Frecuencias de los diferentes problemas del turismo rural incluidos en los documentos.



Fuente: Elaboración propia

El **exceso de oferta** aparece como el elemento más citado. Parece existir un consenso en que este es uno de los principales problemas con los que se encuentra el sector. Sin duda, el crecimiento de la misma ha sido muy rápido, pero sin embargo los números de España se encuentran muy alejados de los números de otros países de nuestro entorno.

En el año 2003, Eurogites hizo públicos los siguientes datos (Solsona, 2006):

- Francia: 60.000 establecimientos y 540.000 plazas.
- Alemania: 30.000 establecimientos y 270.000 plazas.
- Austria: 18.000 establecimientos y 162.000 plazas.
- Reino unido: 25.000 establecimientos y 225.000 plazas
- Italia: 15.000 establecimientos y 135.000 plazas.
- Escandinavia: 9000 establecimientos y 81.000 plazas.
- España: 5.500 establecimientos y 49.500 plazas⁸.

Otros países ofrecen unos números muy inferiores. Europa disponía de un total de 190.000 establecimientos y 1.710.000 plazas. En el años 2007 la cifra globalizada que presentó Eurogites alcanzaba los 500.000 establecimientos, situándose las plazas en el orden de los 6.500.000 (Ehrlich, 2009).

A pesar de esta sensible diferencia en número de plazas y alojamientos con los números de otros países, el crecimiento de la oferta se considera muy por encima de las posibilidades reales de la demanda.

Los comentarios de los entrevistados son claros al hacer referencia a la gravedad de este problema: “yo creo que lo que hubo fue un afloramiento vertiginoso de oferta alojativa” (FC); “Evidentemente se ha creado una sobreoferta, una burbuja muchas veces con asesoramiento de los grupos de desarrollo” (EE); “Tenemos un exceso de oferta... Deberíamos haber hecho una inversión en creación de infraestructura turística durante 10 o 15 años pero no durante 30.” (AC)

Hay que considerar que, **lo realmente grave no es el crecimiento de la oferta, sino el desajuste oferta/ demanda**. Esto es lo que ha generado una saturación del mercado. Como podemos ver en el gráfico, la disminución de la demanda no es problema que preocupe demasiado (solo dos comentarios al respecto).

Parece que existe también un consenso en la causa que ha provocado este exceso de oferta: la **excesiva incentivación**:

“En muchos casos la subvención operó como factor incentivador pero también como factor perverso. El factor subvención fue perverso porque hizo crecer la oferta por encima de sus niveles naturales.” (FC)

“ ... acceso demasiado fácil y promovido con una visión no realista del tema por parte de las organizaciones, administraciones y entidades que manejaban estos fondos que han generado un empujón de creación de oferta” (EE)

“El crecimiento de la última década tiene que ver con los fondos, sigue habiendo fondos y aquí crece donde sigue habiendo fondos. El crecimiento está completamente vinculado a la existencia de subvenciones” (AC)

“Es cierto que algunas personas que manejábamos dinero público intentamos no incentivar; en mi provincia algunos estaban haciendo permanente haciendo una tarea de incentivación, sin ponerle además otros criterios, ¿por qué nosotros que manejábamos fondos públicos no nos sentamos y dijimos: este modelo no puede continuar?” (GM)

⁸ Los datos del INE para este año 2003 se situaban en 6.974 alojamientos y 59.884 plazas, muy alejados de los números que ofrece Eurogites.

Otro problema de importancia es el hecho de **considerar al turismo rural como una moda y, como tal, con un ciclo de vida corto**. La actividad se presenta en un primer momento con un halo de novedad, no existía, y por tanto penetra en el panorama turístico español con la fuerza de lo nuevo (AC) hasta que pierde el efecto novedad y entonces se produce el desajuste (EE). En este proceso tuvieron una gran influencia los medios de comunicación; es probable que sin este apoyo mediático no se hubieran podido alcanzar los niveles de demanda que se alcanzaron (AC). El turismo rural llegó a ser algo un tanto snob (Bote, 1988), era socialmente correcto ir a los lugares que determinados diarios o semanales recomendaban (GP).

Esta moda se basó, más que en un producto estructurado, en una infraestructura alojativa (Cánoves y Villarino, 2005). Esto provocó que al pasar la novedad, el producto, mal estructurado y con escaso contenido, perdiera capacidad de atractivo (FC).

La duda se presenta, y este es un aspecto importante de cara a la, en si el modo de vida rural como tal es un atractivo suficiente para captar visitantes. FC nos aporta una interesante reflexión sobre el tema:

“Ha sido una moda, radicalmente sí; ¿qué ha pasado de moda? si. El reclamo rural no es un reclamo que le aporte nada al usuario turístico actual. En esta referencia es un producto del pasado.... Hemos entrado en esto del mundo de las experiencias. En el fondo y en la esencia hay dos formas de ver esto. Uno ¿es la cultura rural hoy un atractivo suficiente para una nueva demanda? Yo diría que si pero no con el nivel de expectativa de los años 90. Hoy la cultura rural es un atributo poco marcado, conllevaría un nuevo paradigma de identificación de qué es esto. El paradigma ha estado demasiado en paradigmas culturales, la historia, las rutas los itinerarios,... hoy la base que pide el mercado no estaría en estos términos, sino en otros tipos de conceptos más referidos al bienestar, contacto con la naturaleza, pero con el planteamiento de que lo importante no es aquello que voy a ver sino yo mismo que estoy en aquel espacio. Creo que en ese sentido tiene un determinado potencial.”

Esta cita nos da pie a reforzar la idea de la necesidad de un replanteo de la actividad en función de una nueva situación, fundamentalmente de la demanda, pero también de la oferta y del recurso en cuanto que su realidad se ha transformado. De esta manera determinados procedimientos han quedado ya anticuados.

Otro problema destacado es el **de falta de planificación**; la idea sería “mucha planificación sobre el papel y poco impacto real.” (EE). Esta es otra de las razones que los agentes entrevistados atribuyen al incremento desmedido de la oferta. En este punto también existe una clara unanimidad.

Algunos entrevistados hacen referencia a la existencia del modelo de Venancio Bote como un planteamiento válido y que sirvió de referencia. Sin embargo se considera de una manera general, que al modelo le faltó concreción a la hora de su aplicación práctica:

“... no a que existiese un modelo concebido de lo que debería ser el turismo rural en el país, no la hubo. Estaba el libro de Turismo rural del 93⁹ en el que se establecían unas bases diagnosticando lo que era o lo que debería ser... estaba el trabajo de Bote de la estrategia artesanal... en ese sentido sí, lo de Bote era un planteamiento integrador, yo creo que muy acertado y nos sirvió como fuente de inspiración, pero la concreción luego del planteamiento territorial fue muy diverso y muy distante.” (FC).

Existe también un cierto consenso sobre la existencia de lo que podríamos definir como una **planificación administrativa** (GM, EE). Esto significa que, al menos una parte importante del

⁹ Se refiere al documento Leader *El turismo al servicio del desarrollo rural* publicado por la Unión Europea. No podemos olvidar que el tratado de Maastricht se aprueba en este año y que representa un importante refuerzo a las políticas de desarrollo rural, en las que el turismo iba a jugar un papel fundamental.

proceso de lanzamiento del producto se realizó en base a las normativas, reglamentos y estrategias que venían definidos en los primeros programas de desarrollo rural (AC).

Este planteamiento no deja de ser un tanto sorprendente al vincular el desarrollo local más con unos programas ejecutivos planteados desde una realidad europea que desde un proceso de reflexión interna. Es cierto que estos programas (entre los que destaca Leader) venían estructurados administrativamente, pero también con un planteamiento teórico sólido; el problema sería determinar hasta qué punto ese planteamiento era aplicable a nuestra realidad de una manera directa (GP).

“Esto provocó que en ocasiones entráramos en una carrera loca. Una cosa que vi en leader I, muy claramente vi que había mucho más dinero que capacidad de gestionarlo, lo cual quería decir que no había una planificación. Había un recurso que era mucho más abundante que la capacidad de usarlo.”. (GP).

Por último, respecto al tema de la planificación, hay que hacer referencia a la copia de modelos de fuera de nuestras fronteras. A falta de otros criterios a seguir, se buscaron las referencias de fuera. Podemos decir que el propio modelo de Bote está inspirado en modelos europeos (EE).

Este proceso de imitación se plantea sin un necesario proceso de adaptación. Es una copia que no responde a la realidad del territorio (EE). El modelo francés, el que parece que se acepta como de referencia, responde a una realidad cultural diferente y a una evolución del producto también muy distinta.

Estos dos puntos (condicionamiento administrativo y copia de modelos europeos sin adaptación) nos conducen a un deficiente proceso de planificación (o al menos a un proceso parcial en el desarrollo de la misma) que rovan la utilización de unos criterios poco adaptados a la realidad territorial.

Otro de los aspectos destacados como problema en los documentos revisados es el tema de la cualificación y profesionalización del sector. Bote nos recuerda que ha sido un gran éxito conseguir que, en los primeros momentos, los promotores rurales se implicaran en procesos de inversión de una cuantía considerable y con formación mínima o nula en cuestiones de turismo (1988).

La formación, planteada desde una perspectiva global, es un tema fundamental que debe abordarse con carácter constante e inmediato; una formación que permita dar respuesta a los niveles de calidad exigidos por los clientes y afrontar con éxito los nuevos retos de la comercialización. (Cánoves, 2000).

Uno de los aspectos más débiles del proceso de cualificación en turismo rural es el de gestión y estructuración de producto. (EE, FC, AC). En este sentido hay que incluir en este punto también las acciones de puesta en valor y gestión de los recursos.

Uno de los problemas que han llegado a ser una cuestión crítica por parte del sector es el papel que está jugando tanto la oferta ilegal como la aparición de una población absentista que busca en el turismo rural una serie de rentas complementarias de, por ejemplo, su patrimonio inmobiliario¹⁰.

¹⁰ Este ha sido un problema clásico. En los diferentes congresos de ASETUR, que durante un tiempo marcaron las tendencias del sector, este ha sido un tema recurrente, aunque no exento de contradicciones internas. Nuestra participación en estos congresos nos ha permitido presenciar debates sobre la posición frente a los no residentes en el medio rural que gestionaban instalaciones e, incluso, entre promotores que mantenían una oferta *mixta* (legal e ilegal). Conviene recordar que la presidencia de la asociación nacional llegó a estar en manos de personas no vinculadas directamente con el medio rural.

Este fue un problema ya apuntado en los primeros momentos de desarrollo del sector: “El control por la población urbana (o no residente) de un porcentaje relativamente importante de viviendas constituye una limitación al crecimiento de la oferta de alojamiento comercial” (Bote, 1988:42). A pesar de esta previsión anterior al desarrollo del sector, el problema ha llegado a plantearse como una de las grandes limitaciones del mismo.

En todo caso parece claro que existe por parte de los técnicos de campo la impresión de que el modelo de **turismo rural gestionado por población rural** se está viendo comprometido, por esta gestión absentista (GM).

“En esta última década las nuevas incorporaciones al turismo rural no son del medio rural necesariamente; la mayor parte de las incorporaciones son personas que no tienen ninguna vinculación con el medio rural, otras tienen una vinculación relativa, son hijos de la comarca que su familia pertenece a la comarca pero ellos son netamente urbanos.” (AC)

En consecuencia ya no hay interacción entre el visitante y el habitante del medio rural, sencillamente porque el propietario (el puente entre el medio urbano y el medio rural) ni está ni pertenece al medio rural. En segundo lugar el alojamiento (que como hemos visto anteriormente constituye el principal referente de la oferta) pierde un alto grado de autenticidad, devaluando así el producto.

El problema, lejos de resolverse, tiene indicios de complicarse aún más. El incremento del uso de la vivienda vacacional representa un nuevo riesgo para el sector. Según Hosteltur, en 2013, esta modalidad alojativa experimentó un incremento del 26% respecto al año 2011 y todo hace indicar que la tenencia va en aumento. (Hosteltur, 2013).

La mayor parte de los documentos revisados (bibliografía y entrevistas) manifiestan la existencia de oferta ilegal como un grave problema. No obstante EE manifiesta su criterio de liberalizar los mercados. En su opinión la regulación actual es excesiva y carece de sentido; en su opinión es el mercado el que debe regular la oferta y que, en cualquier caso, esto terminará siendo así.

Hemos incluido en la categoría de problemas, algunas revisiones conceptuales desde el punto de vista de la dificultad que supone el no partir de conceptos. Se trata de planteamientos críticos sobre la definición del turismo rural o sobre su caracterización. Desde el objeto de este trabajo, este punto presenta un gran interés ya que nos permite conocer algunos déficits teóricos.

“Los tipos de definiciones señalados no resultan satisfactorios para todas las aproximaciones, perspectivas o puntos de vista, y suelen ser cuestionados destacándose las limitaciones, debilidades o distorsiones de dichas definiciones.” (López, 2009: 35).

Nos interesa destacar no obstante la crítica expuesta en algunos documentos sobre los aspectos de la pérdida de la concepción de ruralidad. GP plantea una dura crítica a la consideración de turismo rural de todo aquello que no está vinculado con la **ruralidad**.

Para ello empieza reflexionando sobre la necesidad de resemantizar la palabra ruralidad; y esto lo hace a partir de desarrollar en primer lugar el concepto de pertenencia al territorio.

“...este lugar, este entorno es al que nosotros pertenecemos. El lugar que vivimos y el lugar que nos pertenece tanto como nosotros le pertenecemos. De ahí brotan unos modos de comportamiento dentro de la sociedad, unos modos de organización urbana

unos modos culturales, unos modos religiosos, unos modos estéticos ... basados y que van surgiendo de ese tipo de relación con el entorno.” (GP).

De esta definición de ruralidad que considera como el elemento clave, construye tanto el concepto de oferta como de demanda. Sólo considera oferta de turismo rural aquella gestionada o dirigida por individuos “que trabajan en el medio rural con conciencia de pertenencia a él” (GP); del mismo modo, sólo puede ser considerado turista rural aquel que viaja al medio rural con la voluntad de aproximarse al descubrimiento del territorio “con los ojos del habitante rural” (GP).

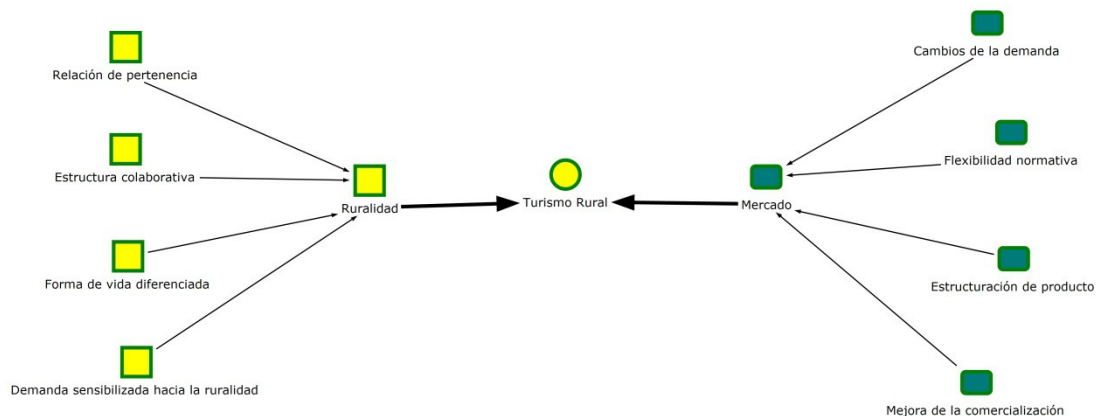
Esta concepción de la ruralidad implica además la necesidad de un sistema estructurado de relaciones sociales basado en buena medida en procesos de animación. Este es en su opinión otro factor fundamental, hasta el punto de considerar que

“... el turismo rural ha sido presa de la explotación económica de cada oferta puntual, de modo que lo colectivo quedaba en manos de la rentabilidad inmediata de cada instalación... Ya solo importaba una actividad económica que se inscribía en un medio que aparentemente era rural. Y entonces se crea una estética ficticia, falsa, porque no está basada en una forma de vida.” (GP).

Como podemos ver esta crítica del concepto de lo rural plantea unas premisas muy limitantes, pero en mayor o menor grado, este tipo de planteamientos es compartido por otros agentes.

En el otro extremo encontramos la crítica realizada por EE, con una posición basada en el mercado y, por tanto, también en las tendencias de la demanda. Es el mercado el que va ajustando en cada momento la definición del producto. Y no hay otro camino si se quiere que el turismo rural tenga un peso en la economía rural. Comparte la idea con GP de que es necesaria una estructura colaborativa, pero centrada en optimizar la capacidad de producción turística. En su opinión la carga ideológica hace que no se trabaje bien la puesta en valor de los recursos, que no exista un catálogo real de productos, que no se haya trabajado adecuadamente el concepto de turismo vacacional o que no se trabaje con la idea de posicionar destinos.

Esquema de las posiciones conceptuales en función de la ruralidad y del mercado



Fuente: Elaboración propia a partir de las opiniones de GP y EE

Como curiosidad destacar que estas dos posturas se critican achacándose mutuamente un fuerte componente ideológico.

5 Conclusiones

En primer lugar es necesario plantearse la dificultad conceptual tanto de la delimitación del espacio rural, como, al menos parcialmente como consecuencia de lo anterior, del propio producto. No disponemos pues de un marco teórico actualizado ni de un consenso que delimite de una manera precisa el ámbito del turismo rural.

El mundo rural está experimentando importantes transformaciones sociales y económicas. Podemos afirmar que la realidad del medio rural actual es muy diferente a las del año 1988. El déficit de servicios está en la actualidad ampliamente cubierto y la calidad de vida es sensiblemente mejor.

Esto sin embargo no ha sido suficiente para frenar la despoblación y/o su envejecimiento. Hay además una migración de la actividad en el sector primario hacia los servicios.

Esta situación ha conducido a una **indefinición de un medio rural** que, cada vez más, se aproxima a un concepto urbano y pierde algunas de sus principales características. Podemos afirmar que es necesario una reflexión sobre qué es el medio rural, el papel que puede jugar en el futuro y las claves para un adecuado diálogo rural- urbano. También sobre cómo van a influir estos cambios en el desarrollo de la actividad del turismo.

El turismo rural parte a mediados de la década de los 80 del pasado siglo de la formulación de un modelo teórico que marca el desarrollo del sector. Un modelo que tiene unos principios claros pero no ha conseguido alcanzar un consenso en la definición de turismo rural.

Los cambios que se han producido (paradigma general en el campo del turismo, de los cambios acaecidos en el medio rural y de la implantación de las nuevas tecnologías) no ha contribuido a reformular el problema de la definición y modelización del sector.

La situación se hace más complicada si cabe al considerar la indefinición histórica en la que se ha movido el turismo rural. **No existe un concepto del turismo rural aceptado universalmente.**

Por otro lado el turismo rural español se ha desarrollado básicamente a partir de una **tipología específica de modalidad alojativa**. La oferta básica se ha convertido en la referencia (quizá única) del producto. Un modelo alojativo con crecimiento desajustado respecto a la demanda, históricamente fuertemente incentivado en sus inversiones, afectado por nuevos modelos de oferta y con unos datos de ocupación muy preocupantes.

Se hace pues **urgente plantear un nuevo marco teórico** que revise el concepto del turismo rural adaptándola a la realidad actual, facilitando la puesta en marcha de nuevas estrategias que consigan reposicionar el producto en el mercado.

Un proceso que tendrá que partir, en función del análisis realizado de:

- La nueva realidad del espacio rural, considerando las transformaciones y el nuevo escenario de relación rural- urbana.
- Una revisión del concepto de ruralidad y un análisis sobre el peso que va a tener

esta idea en la concepción del producto.

- La búsqueda de los nuevos gustos y tendencias de la demanda.
- La influencia de las nuevas tecnologías en el campo del turismo, y cómo pueden incrementar la competitividad del turismo rural.
- Un adecuado análisis realista de los problemas que se han producido en estos años de desarrollo del producto.
- Plantear una orientación más hacia el mercado.
- En función de lo anterior, plantear las estrategias de sostenibilidad que deben tenerse en cuenta a la hora de la reformulación, considerando la posible presión de la demanda, la fragilidad de los recursos y la debilidad, al menos hasta el momento, del propio sistema de producción del turismo rural.

Hay que destacar la tendencia de los entrevistados a incidir en la problemática del sector. Esta situación nos hace reflexionar sobre tres aspectos. El primero es que probablemente **en todo el proceso no se ha dispuesto de una conceptualización y un modelo suficientemente claro** para todos los agentes implicados, lo que ha provocado análisis sobre aspectos parciales del mismo,

En segundo lugar la necesidad del **replanteo de las acciones de impulso**.

Y en tercer lugar la necesidad de **poner en marcha adecuados procesos de planificación**. Esto se plantea en un escenario en el que el cambio del gusto de la demanda es muy rápido (AC, FC, EE). Esto obligará plantear estrategias de concatenación de productos o ajuste del ciclo de los mismos.

En este sentido conviene recordar que, en gran medida, se han utilizado para el desarrollo del turismo rural español modelos copiados de otras localizaciones sin la adecuada adaptación.

Es necesario **revisar también el papel del desarrollo rural**. La sociedad rural se encuentra sumida en una crisis, a nuestro entender, más de carácter cultural que propiamente económico que necesita nuevas estrategias y nuevos indicadores de evaluación.

Como conclusión final podemos afirmar que **la actual conceptualización del turismo rural necesita una profunda revisión** en base a los factores analizados en este trabajo. No sirven ya los planteamientos utilizados hasta ahora que se alejan cada vez más de una realidad rápidamente cambiante.

Esta revisión tendrá que plantear las prioridades del marco teórico, pero también a la estrategias de marketing y a la relación de la actividad con su entorno inmediato (medio rural) y lejano (medio urbano) en un escenario en el que los límites son cada vez más difusos y la **necesidad de diálogo** y entendimiento es imprescindible.

6 Bibliografía

ASETUR. (2003). Conclusiones del IX Congreso de Turismo rural. Arnedillo (La Rioja).

ASETUR. (2005). Conclusiones del XI Congreso de Turismo Rural. Cangas de Onís (Asturias).

- Atkinson, P., & Coffey, A. (2005). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Bote Gómez, V. (1987). Importancia de la demanda turística en el espacio rural en España. *Estudios Turísticos*, (93), 79-91.
- Bote Gómez, V. (1988). Turismo en espacio rural :rehabilitacion del patrimonio sociocultural y de la economía local. Madrid : (esp): Popular,.
- Bote Gómez, V. (1995). *Estudio de la demanda del turismo rural en España*. Unpublished manuscript.
- Bote Gómez, V. (2002). *Planificación económica del turismo :de una estrategia masiva a una artesanal* (1ª ed., 3ª reimp ed.). México : (mx): Trillas,.
- Camarero, L. (Coord.) (2009) La población rural en España. Barcelona, Obra Social la Caixa. Colección Estudios Sociales.
- Cánoves, G., Herrera, L., & Villarino, M. (2004). Turismo rural en España; paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos De Turismo*, 15, 63-76.
- Cánoves, G. y Villarino, M. (2000) Turismo en espacio rural en España: en Documentos de análisis geográfico nº 37.
- Cantarero Quesada, J. M. (2003). *Turismo y cultura en el medio rural: gestión sostenible y competitiva*. Úbeda: Centro de Turismo Interior de Andalucía.
- Comisión Europea. (1988). In Comisión Europea (Ed.), *El futuro del medio rural*. Bruselas:
- Ehrlich, K. (2009). Perspectives of rural tourism in Europe. *Tourism in rural areas* () Matej Bel University Banska Bystirca (SK),.
- Fernández, C. (2007). *Análisis del mercado de turismo rural de la isla de a Palma; Estudio de la oferta. Conclusiones*. La Palma: Asociación de Turismo Rural Isla Bonita.
- Fernández, C. (2008). *Análisis del mercado de turismo rural de la isla de La Palma: Estudio de la demanda. Conclusiones* Asociación de Turismo Rural Isla Bonita.
- García Cuesta, J. L. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios Turísticos*, (132), 45-60.
- Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Grande, J. (1994). *Guía de alojamiento en Casas Rurales*. Madrid. El País- Aguilar.
- Grande, J. y Soret, P. (1995) Estudio de la oferta de turismo rural en España. Secretaría de estado de Turismo. Sin publicar.
- Grande Ibarra, J. (2001). Análisis de la oferta de turismo cultural en España. *Estudios Turísticos*, 15-40.

- Grande Ibarra, J. (2006). *Estudio de la situación del Asociacionismo en turismo rural*. Unpublished manuscript.
- Grande Ibarra, J. (2006). La evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza. *Estudios Turísticos*, (169-170), 85-102.
- Hosteltur. (2014). La crisis dispara el alquiler de viviendas vacacionales. *Hosteltur*, 3-7-2014.
- Ministerio de Medio ambiente y Rural y Marino. ([2010]). *Programa de Desarrollo Rural Sostenible. Situación y Diagnóstico del Medio rural en España*. Madrid.
- Ministerio de Medio Ambiente y Rural y Marino (2011) *Diagnóstico de la igualdad de género en el medio rural*. MAGRAMA, Madrid.
- O.N.U. (2013). *World population prospects. The 2012 revision*.
- Reinoso, D y Sancho, j (2012). La delimitación del ámbito rural: una cuestión clave en los programas de desarrollo rural. *Estudios Geográficos*, vol 73, nº 273
- Rodríguez, M. (1985). El papel de la mujer en la despoblación. La situación del Nordeste de Segovia en *Congreso sobre Agricultura y Desarrollo Rural en zonas de montaña*. Noviembre de 1985.
- Solsona Monzones, J. (2006). El turismo rural en Europa. *Aportes y Transferencias*, 10(2), 25-35.
- Soneira, A. J. (2009). La Teoría fundamentada en los datos (Grounded theory) de Glaser y Strauss. In Vasilachis de Gialdino, Irene (Coord) (Ed.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 153-173). Barcelona: Gedisa.
- Troitiño Vinuesa, M. Á. (2000). El territorio y la revalorización de los recursos endógenos en el desarrollo local. *Martínez Puche, A., Pérez i Perez, D.y Sancho Carbonell, I. (Eds.): Herramientas Para El Desarrollo Local, Universidad De Alicante y Ceder Aitana*, 103-121.
- Villarino, M., de Uña, E., & Cánoves, G. (2009). Reflexiones sobre experiencias de diversificación del turismo rural en España. *Serie Geográfica*, 15, 67-78.