



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de León

Grado en Turismo

Curso 2019 / 2020

TURISMO RURAL EN ESPAÑA

(RURAL TOURISM IN SPAIN)

Realizado por la Alumna Dña. María de Paz Orviz

Tutelado por la Profesora Dña. Ana García Gallego

León, Julio 2020

MODALIDAD DE DEFENSA PÚBLICA:

Tribunal

Póster

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	6
PALABRAS CLAVE.....	6
ABSTRACT	7
KEY WORDS	7
1. INTRODUCCIÓN.....	8
2. METODOLOGÍA.....	9
3. MARCO TEÓRICO: CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO RURAL	9
3.1. CONCEPTO	9
3.2. FACTORES DE CRECIMIENTO DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA	12
3.2.1. La influencia europea.....	12
3.2.2. El Programa Vacaciones en Casas de Labranza	13
3.2.3. Desarrollo rural y los programas LEADER.....	14
3.3. ETAPAS DE EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA	16
3.4. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA.....	17
3.4.1. Clases de consumidores y motivaciones.....	19
3.5. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA.....	20
3.5.1. Tipologías de turismo rural	24
3.5.2. Alojamientos de turismo rural.....	26
3.5.2.1. Tipos de alojamientos y categorías	28
3.5.2.2. Certificaciones de calidad	29
4. ANÁLISIS EMPÍRICO: DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA	32
4.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN	32
4.1.1. Demanda	32
4.1.2. Oferta.....	34

4.2. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN	37
5. IMPACTOS DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA.....	42
5.1. IMPACTOS ECONÓMICOS	43
5.2. IMPACTOS SOCIALES.....	43
5.3. IMPACTOS AMBIENTALES.....	44
6. CONCLUSIONES.....	44
7. BIBLIOGRAFÍA.....	47
8. ANEXO	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1. Datos Programa Vacaciones en Casas de Labranza.....	14
Tabla 4.1. Valor de los parámetros de la recta de tendencia y coeficiente de determinación (R^2) para la cifra total de turistas	38
Tabla 4.2. Valor de los parámetros de la recta de tendencia y coeficiente de determinación (R^2) para la cifra de turistas nacionales	40
Tabla 4.3. Valor de los parámetros de la recta de tendencia y coeficiente de determinación (R^2) para la cifra de turistas extranjeros	41
Tabla 8.1. Número de alojamientos rurales certificados con la Q de Calidad Turística en España en 2019, por comunidad autónoma.....	51
Tabla 8.2. Cifra anual de turistas en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1. Motivaciones del viajero que realiza turismo rural.....	19
Figura 3.2. Principales problemas del turismo rural.....	25
Figura 3.3. Picos de estacionalidad del turismo rural.....	26
Figura 3.4. Distribución de los alojamientos de turismo rural	28
Figura 3.5. Logotipo de la Q de Calidad Turística	30
Figura 3.6. Logotipo de la Asociación Española de Turismo Rural.....	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1. Servicios e instalaciones más demandados por los turistas hospedados en alojamientos de turismo rural en España en el segundo semestre de 2018	20
Gráfico 3.2. Servicios e instalaciones más ofrecidos por los alojamientos de turismo rural en España en el segundo semestre de 2018	27
Gráfico 3.3. Número de alojamientos rurales certificados con la Q de Calidad Turística en España en 2019, por comunidad autónoma.....	31
Gráfico 4.1. Cifra anual de turistas en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019 (en miles).....	32
Gráfico 4.2. Número de turistas nacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma (en miles).....	33
Gráfico 4.3. Número de turistas internacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma (en miles).....	33
Gráfico 4.4. Número de viajeros internacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2018, por país de residencia.....	34
Gráfico 4.5. Media anual de establecimientos de alojamiento de turismo rural entre 2008 y 2019.....	35
Gráfico 4.6. Estancia media en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma.....	35
Gráfico 4.7. Estancia media en alojamientos de turismo rural en España entre 2007 y 2019.....	36

Gráfico 4.8. Grado de ocupación medio ponderado por habitaciones en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma.....	36
Gráfico 4.9. Evolución anual del grado de ocupación medio ponderado por plazas en alojamientos de turismo rural en España entre los años 2007 y 2019.....	37
Gráfico 4.10. Cifra total anual de turistas en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019.....	38
Gráfico 4.11. Cifra anual de turistas nacionales en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019	39
Gráfico 4.12. Cifra anual de turistas extranjeros en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019.....	41

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 3.1. Características, motivaciones, actitudes e intereses de los consumidores convencionales y de los nuevos consumidores	18
Cuadro 3.2. Motivaciones de los turistas por tipología de turismo rural	24
Cuadro 5.1. Impactos económicos del turismo rural	43
Cuadro 5.2. Impactos sociales del turismo rural	43
Cuadro 5.3. Impactos ambientales del turismo rural	44

RESUMEN

El turismo rural en España se concibe como una tipología turística relativamente nueva, enmarcado en el “turismo alternativo”. Los primeros viajes al medio rural surgieron a partir del éxodo rural de los años 60 del siglo XX; el desplazamiento de la población rural a las ciudades hizo que surgiera el interés por conocer sus antepasados.

Su crecimiento y desarrollo se ha producido debido a las distintas acciones llevadas a cabo por parte de la Administración, como son el Programa Vacaciones en Casas de Labranza o los programas LEADER, y por las distintas motivaciones de los turistas a lo largo del tiempo, entre otros factores.

A lo largo de este trabajo se profundiza en la descripción de las etapas de evolución y los factores de desarrollo y crecimiento del turismo rural en España, de las características de la oferta y la demanda actual, y de los impactos económicos, ambientales y sociales que produce en el entorno donde se practica. Además, se realiza un estudio estadístico mediante el análisis clásico de series temporales, con el fin de realizar una previsión en el número de turistas que se hospedarán en alojamientos de turismo rural en periodos posteriores.

PALABRAS CLAVE

Turismo, rural, España, medio, turista, oferta, demanda, series temporales, cifras, alojamiento, desarrollo, crecimiento, evolución, análisis, motivaciones, actividad, tipología, periodo

ABSTRACT

Rural tourism in Spain is conceived as a relatively new type of tourism, framed within the "alternative tourism". The first trips to rural areas emerged from the rural exodus of the sixties of the twentieth century; the displacement of the rural population to the cities caused the interest to get to know their ancestors.

Its growth and development has been due to the various actions carried out by the administration, such as the Farm Holidays Programme or the LEADER programmes, and to the different motivations of tourists over time, among other factors.

In the course of this work, we delve into the description of the stages of evolution and the factors of development and growth of rural tourism in Spain, the characteristics of the current supply and demand, and the economic, environmental and social impacts it produces in the environment where it is practiced. In addition, a statistical study is carried out using the classic analysis of time series, in order to make a forecast of the number of tourists who will stay in rural tourism accommodation in later periods.

KEY WORDS

Tourism, rural, Spain, environment, tourist, supply, demand, time series, figures, accomodation, development, growth, evolution, analysis, motivations, activity, typology, period

1. INTRODUCCIÓN

El turismo rural juega un papel muy importante en el desarrollo de las áreas rurales donde se realiza. Al igual que toda tipología turística, actúa como generador de riqueza, aportando beneficios económicos y creación de empleo. En un primer momento fue concebido como un agente diversificador económico en las zonas rurales, aportando rentas complementarias a la agricultura. Hoy en día, el turismo rural es visto como una actividad clave para el desarrollo económico en muchas zonas rurales de España. Las motivaciones de la demanda actual, mucho más concienciada con el medio ambiente y en busca de actividades alternativas y poco masificadas, hace que se esté observando un aumento en el número de turistas que lo practican, ya que esta tipología turística satisface sus necesidades de manera óptima.

Puesto que está experimentando un gran crecimiento en España, resulta interesante describir el turismo rural desde el punto de vista de la oferta y la demanda, y analizar cuál ha sido su evolución.

Por ello, los objetivos planteados con la realización de este Trabajo Fin de Grado son los siguientes:

- Por un lado, contextualizar el turismo rural, mediante su descripción desde una perspectiva teórica. Para ello, se delimita conceptualmente, se desarrollan los factores de crecimiento y las distintas etapas de evolución desde su nacimiento hasta la actualidad, y, por último, se describen las características de la oferta y la demanda.
- Por otro lado, analizar su situación actual y evolución en los últimos años. Se describen datos relativos a la situación actual de la oferta y la demanda y de su evolución para, posteriormente, a través de la metodología estadística de series temporales, predecir datos de turistas hospedados en alojamientos de turismo rural en el futuro.

2. METODOLOGÍA

La información utilizada para la elaboración del marco teórico de la primera parte del trabajo se ha extraído a partir de la revisión de diversas fuentes, como libros, artículos de revista, informes, blogs y páginas web, todas ellas especializadas en la temática de turismo rural.

Por otro lado, en la realización del análisis empírico, se consideran datos estadísticos obtenidos en el portal Statista, procedentes del Instituto Nacional de Estadística. En primer lugar, se describe la situación actual y la evolución de la oferta y la demanda. Posteriormente, se pasa a analizar, mediante el análisis clásico de series temporales, la evolución del número de turistas hospedados en alojamientos de turismo rural entre los años 2008 y 2019.

Para ello, a través de la herramienta Microsoft Office Excel 2016, se llevan a cabo las distintas operaciones que nos permiten desarrollar el método analítico de series temporales, a partir del que obtendremos una predicción del número de turistas hospedados en alojamientos de turismo rural para el año 2020.

En primer lugar, se analizan los datos totales de turistas hospedados en alojamientos de turismo rural en el periodo 2008-2019. Puesto que las cifras que aparecen en el portal Statista son referentes a los turistas residentes en España y residentes en el extranjero, la cifra total se obtiene a partir de la suma de ambas variables, tal y como se muestra en la tabla 8.2 del Anexo. Una vez hecho el análisis de número total de turistas, se realiza individualmente el de los nacionales y los extranjeros.

3. MARCO TEÓRICO: CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO RURAL

3.1. CONCEPTO

El turismo rural puede considerarse actualmente como una actividad turística relativamente nueva. Esta tipología turística ha ido evolucionando a lo largo del tiempo a través de la finalidad con la que se ha venido realizando en los distintos periodos de tiempo: ha pasado de ser un complemento o sustituto a las rentas complementarias de las actividades tradicionales basadas fundamentalmente en la agricultura, a ser una actividad basada en la creación de oferta de alojamiento turístico, actividades complementarias

recreativas o de restauración (Crosby y Prato, 2009a). Se puede concluir, por tanto, que la transformación del medio rural se resume en pasar de ser el lugar en el que se realizaban fundamentalmente actividades del sector primario, a actividades del sector servicios.

A mediados de los años 60 del siglo XX se comenzó a percibir un creciente interés por la vida del campo, como resultado de los fenómenos urbanísticos e industriales, que trasladaron en gran medida a la población rural a zonas urbanas. Es por ello que, durante esa época, la necesidad de la población de conocer y volver a sus antepasados causó un aumento en el número de viajes a los entornos rurales. En la actualidad, el turismo rural se ha ido desarrollando en muchos ámbitos y clases de áreas rurales, motivado, principalmente, por la atracción que presentan los turistas hacia la belleza escénica del medio rural, pero que han perdido sus raíces rurales (Crosby y Prato, 2009a).

Podría considerarse una actividad enmarcada dentro del “turismo alternativo”, o de los “nuevos productos turísticos”, que está claramente influenciada por los factores ambientales. El hecho de que actualmente se esté observando una mayor conciencia hacia el medio natural está causando que los consumidores demanden cada vez más este tipo de turismo (Mediano y Vicente, 2002).

Existen grandes divergencias en cuanto al concepto utilizado para definir el turismo rural, al ser un término amplio y difuso. Este problema a la hora de delimitar dicho concepto, surge de la complejidad de los distintos elementos que participan en la experiencia turística, como son, por ejemplo, las diferentes características de la demanda, el entorno geográfico donde se realiza la actividad o el nivel de desarrollo del territorio (Crosby y Prato, 2009a). El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo afirma que “el turismo rural depende de las características naturales, geográficas y etnológicas de cada país y ello dificulta conseguir un consenso europeo” (como se cita en Mediano y Vicente, 2002, p. 28).

A pesar de las dificultades para lograr una definición concreta de turismo rural, son muchos los organismos y autores que han aportado distintas definiciones. Algunos ejemplos se muestran a continuación:

- Según la Comisión Europea, el turismo rural es “cualquier tipología de alojamientos en el campo, y afecta a toda la actividad turística de interior soportada por el medio humano y natural” (Cebrián, 2008, p. 49).

- Para la Secretaría de Turismo Española se trata de “todo tipo de aprovechamiento

turístico en espacio rural que cumpla con limitaciones concretas de uso respetuoso con el patrimonio natural y cultural, que implique la participación activa de la población local, y que contenga las actividades tradicionales del medio” (Cebrián, 2008, p. 49).

- Bardón (1990, p. 61) indica que el turismo rural es “una noción muy amplia que abarca tanto el agroturismo o turismo en casa de agricultor, como cualquier otra actividad turística que se desarrolle en el medio rural”.

- Blanco (1996, pp. 27-28) ve el turismo rural como “una expresión singular de las nuevas formas de turismo, caracterizada por:

- a) Desarrollarse fuera de los núcleos de población.
- b) Producirse de forma reducida, a través de espacios generalmente amplios.
- c) Utilizar de manera diversa recursos naturales, culturales patrimoniales, de alojamiento y servicios, propios del medio rural.
- d) Contribuir al desarrollo local y a la diversificación y competitividad turística”.

- Gilbert considera que “el turismo rural consiste en un viaje o pernoctación en una zona rural, ya sea agrícola o natural, que cuenta con una baja densidad de población” (como se cita en Mediano y Vicente, 2002, p. 27).

Por otra parte, el Instituto Nacional de Estadística (2020, p. 4), también aporta definiciones relacionadas con el turismo rural, en este caso referentes a los alojamientos rurales, a los que define como:

Aquellos establecimientos o viviendas destinados al alojamiento turístico mediante precio con o sin otros servicios complementarios y que estén inscritos en el correspondiente Registro de cada comunidad autónoma. Estos establecimientos suelen presentar unas características determinadas:

- a) Estar situadas en medio rural.
- b) Ser edificaciones con tipología arquitectónica propia de la zona o estar situados en fincas que mantengan activas explotaciones agropecuarias (agroturismo).
- c) Ofrecer un límite de plazas y habitaciones para el alojamiento de huéspedes y reunir ciertos requisitos de infraestructura y dotaciones básicas.

3.2. FACTORES DE CRECIMIENTO DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

En este apartado analizaremos los distintos elementos que contribuyeron a la aparición y el desarrollo de esta tipología de turismo en España. Los principales factores que motivaron su origen se pueden resumir en tres apartados que a continuación se desarrollan.

3.2.1. La influencia europea

Las experiencias previas que sucedieron en Europa marcaron el camino en el origen y el desarrollo del turismo rural en España. Se puede considerar que el turismo rural en España está mucho menos desarrollado con respecto a otros países de Europa. Fue precisamente en Europa donde surgió y comenzó su desarrollo a principios de siglo XX, en concreto, en la zona de los Alpes. En un primer momento, se genera, con carácter puntual y esporádico, a partir de una demanda generalmente elitista y vinculada al excursionismo alpinista. También en el entorno rural de Inglaterra, surge bajo el lema de “Chambres d’hôtes” y de los “Bed & Breakfast” (Cánoves et al., 2005, 2012).

La oferta de alojamiento fue a lo que se redujo hasta los años 60 del siglo XX la actividad de ocio, actuando como rentas complementarias a la actividad agrícola (Cánoves et al., 2005).

Es a partir de los años 60 del siglo XX cuando comienza su gran expansión por Europa, destacando, sobre todo, en Benelux, Italia y Francia, motivada por el elevado número de turistas que comenzaban a interesarse por esta clase de turismo. Puesto que el turismo rural tiene beneficios en tanto que diversifica las rentas, enriquece el campo, actúa como agente para frenar la despoblación, ayuda a proteger el medio ambiente y la diversidad del paisaje, y aporta rentas complementarias a la actividad agrícola, muchas instituciones y organismos vieron en esta actividad turística una solución a la crisis familiar europea en los años 80 del siglo XX (Cánoves et al., 2005).

Este auge del turismo rural experimentó diferentes etapas. Así pues, en países como Francia y Alemania, tuvo lugar en los años 60 y 80 del siglo XX, con motivo de la crisis de la agricultura, en los países del Mediterráneo en los años 90 del siglo XX, y en la Europa del Este, se inició a principios del siglo XXI (Cánoves et al., 2005).

3.2.2. El Programa Vacaciones en Casas de Labranza

El éxodo rural de la segunda mitad del siglo XX, que causó la emigración de la gente joven del campo a la ciudad, aumentó en gran medida los viajes a zonas rurales en España.

Esta iniciativa, surgida en España en el año 1967 conjuntamente por el Servicio de Extensión Agraria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y por la Subsecretaría de Turismo, fue un programa pionero en España de promoción de turismo rural, y estaba principalmente dirigido al fomento de la implicación de los agricultores en el uso económico de sus recursos turísticos, proporcionando así rentas complementarias a su actividad tradicional agraria, a la vez que se le ofertaba a la población urbana un turismo de calidad a precios económicos (Carazo, 1982).

Cabe destacar el papel de la mujer durante el Programa, ya que fueron quienes se encargaron de la diversificación de actividades, de la promoción de las zonas rurales y de dar acogida a los turistas, al preparar las comidas y los alojamientos (Cánoves et al., 2005).

La oferta del Programa no sólo permitía al turista disfrutar de los atractivos naturales del medio rural, sino que, a través de él, también podía adentrarse en los valores culturales de la sociedad rural, además de poder convivir con una familia, para conocer de primera mano cómo eran sus costumbres y trabajos. El intercambio de experiencias era mutuo, ya que también permitía al agricultor tener una visión concreta del medio urbano, al relacionarse con turistas que procedían de la ciudad (Carazo, 1982).

La evolución y la acogida de este proyecto fueron positivas. Al cabo de 10 años desde que comenzó a implantarse, se contabilizaron un total de 32.038 plazas en 8.312 viviendas, repartidas por la mayoría del territorio nacional. La Secretaría General de Turismo se encargaba de aportar anualmente el reconocimiento a esta actividad, a través de la edición de una guía denominada “Casas de Labranza”, además de reconocer ayudas a quienes quisieran integrarse en el Programa. Esta ayuda desapareció en el año 1981 y dicha guía tuvo su última publicación en el año 1986 (Galiano, 1991), dando así por finalizado el Programa.

En la tabla 3.1 aparece el resumen de la evolución de las cifras del Programa durante su vigencia.

Tabla 3.1. Datos Programa Vacaciones en Casas de Labranza

Año	Nº provincias	Nº localidades	Nº casas	Nº habitaciones	Nº plazas
1969	22	131	2.020	5.125	7.380
1970	33	260	4.414	9.568	14.231
1971	41	319	5.818	11.593	18.763
1974	41	444	7.588	17.805	28.473
1977	41	448	9.410	21.049	34.693
1980	41	398	2.093	5.199	9.628
1985/86	42	458	1.096	4.674	8.852

Fuente: Melgosa, 2010. Elaboración propia

3.2.3. Desarrollo rural y los programas LEADER

En los años 90 del siglo XX, se produjeron diversas financiaciones de proyectos a través de Fondos Comunitarios Europeos, destinados al desarrollo del medio rural, con la principal finalidad de la mejora de la calidad de vida en zonas rurales. Se puede decir que estos programas responden al compromiso institucional europeo con el entorno rural.

El turismo rural se benefició en particular de los programas LEADER (Laison Entre Actions de Développement de L'Économie Rurale), traducido en español como "Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural", ya que apoyaron el desarrollo de la oferta turística, sobre todo la de los alojamientos rurales. Para la Red Rural Nacional (2020) el enfoque LEADER consiste en "ceder la iniciativa de planificación a las comunidades locales de cada territorio rural que, organizadas en Grupos de Acción Local (asociaciones público-privadas de funcionamiento asambleario), elaboran y ejecutan una estrategia de desarrollo para dicho territorio aprovechando sus recursos".

Su funcionamiento y gestión se basa en la participación de la población de las zonas rurales y tiene como principal finalidad su desarrollo humano. Los programas se estructuran a partir de actores tanto privados como públicos, todos ellos representativos de la población, constituyendo así los Grupos de Acción Local (GAL) (Red Española de Desarrollo Rural, 2008).

A continuación, se analizan las distintas fases por las que atravesó dicho programa.

- **LEADER I (1991-1994):**

Esta etapa supuso el inicio de una nueva visión de la política del desarrollo rural, con un

enfoque territorial, integrado y participativo, enfatizando el turismo rural en sus principios. Un total de 52 Grupos de Acción Local (GAL) se unieron a la iniciativa, correspondientes a 53 programas.

- **LEADER II (1994-1999):**

Es una etapa más ampliada y consolidada en comparación con la anterior. Se encargó de difundir el enfoque LEADER I y de aportar nuevas ideas en los proyectos, al fomentar actividades innovadoras realizadas en el medio rural. Su principal finalidad era la aportar a la población local unas buenas condiciones económicas, respetando el medio ambiente y contribuyendo a la conservación de los recursos naturales. Sus actuaciones se centraron, sobre todo, en aquellas zonas rurales con problemas demográficos (despoblación, envejecimiento de la población), y que presentaran unas rentas bajas. Se puede decir que este programa destacaba el turismo rural entre sus objetivos prioritarios.

- **LEADER + (2000-2006):**

Se trata de la última estrategia del programa, y sus principales objetivos se centraron en el apoyo y fomento a diferentes estrategias que se basaran en el desarrollo sostenible y en la calidad. Se centró en el desarrollo de cuatro temas aglutinadores: la utilización de nuevos conocimientos y tecnologías, la mejora de la calidad de vida en espacios rurales, la valorización de los productos locales y la valorización de los recursos naturales y culturales. En este caso, el turismo rural es uno de los ejes del programa.

Estas tres estrategias se complementaron y ampliaron a través de los programas PRODER I (1994-1999) y PRODER II (2000-2006). Los objetivos del programa PRODER (Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales) coinciden en gran medida con los del LEADER II, es decir, el impulso del desarrollo endógeno de las zonas rurales mediante la diversificación económica, con la finalidad última de frenar la despoblación, mejorar la calidad de vida de la población a través del aumento de las rentas y asegurar la conservación del medio natural. Algunas de las medidas para llevar a cabo estos objetivos fueron, por ejemplo, la valorización del patrimonio o el fomento del turismo.

- **Eje LEADER (2007-2013):**

Durante esta etapa se continuaron y profundizaron las bases de las estrategias anteriores. Las actuaciones llevadas a cabo se basan en las medidas cofinanciadas por el FEADER (Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural), dirigidas al desarrollo rural. Sus objetivos

generales se resumieron en: aumentar la competitividad del sector de la agricultura y forestal, mejorar el medio ambiente, el entorno del medio rural y la calidad de vida en el medio rural, así como diversificar la economía local de las zonas rurales.

Otros factores que contribuyeron al desarrollo reciente del turismo rural son los que suceden en la actualidad, tanto en las áreas urbanas como en las rurales.

En el caso de las áreas urbanas, se está observando un aumento de las rentas y una mayor disponibilidad de tiempo para la práctica de actividades de ocio. Así mismo, el deterioro ambiental y el elevado ritmo de vida está cultivando la cultura ecologista y rural. Las mejoras de las comunicaciones también hacen que la población que vive en la ciudad practique turismo en áreas rurales (Gutiérrez, s. f.).

Por otro lado, la crisis actual del sector agrario, con la consecuente pérdida de empleos que produce, hace que sea necesario diversificar las actividades en el medio rural para evitar que la población rural emigre a las ciudades, lo que contribuye a su desarrollo. Por último, cabe destacar que el patrimonio cultural y natural del medio rural son un recurso susceptible de ser utilizado por los nuevos emprendedores (Gutiérrez, s. f.).

3.3. ETAPAS DE EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

Una vez descritos los distintos factores que tuvieron influencia en el crecimiento del turismo rural en España, se describen a continuación las distintas etapas, desde su origen hasta la actualidad, por las que atravesó hasta configurarse como es hoy en día.

La trayectoria de esta actividad turística es reciente y surge como resultado de los distintos cambios económicos y socio-demográficos que tuvieron lugar en el país. El éxodo rural, provocado por la crisis del sector agrícola y la Revolución Industrial, la implantación del Estado de las Autonomías, y la entrada de España en la CEE (Comunidad Económica Europea), marcaron durante los últimos 30 años la evolución del turismo rural en España. El éxodo rural, ya mencionado anteriormente, llevó al desplazamiento en masa de la población a las ciudades, causando un gran impacto demográfico en el medio rural en los años 60 del siglo XX. Este fenómeno coincide temporalmente con la etapa más exitosa del turismo de masas de sol y playa del litoral mediterráneo. Una vez que este modelo turístico alcanzara su saturación en los años 80 del siglo XX, y la población se fuera afianzando en las ciudades, el interés por conocer el interior del país aumentó. Es por ello, que era habitual que la población de las ciudades pasara sus vacaciones en las casas familiares de los pueblos. Se trata de la aparición de una nueva clase de turista, que nunca

ha vivido en el medio rural, pero que desea encontrarse con los valores y raíces rurales de sus antepasados (Cánoves et al., 2012).

Más detalladamente, las distintas etapas se pueden resumir en tres (Cánoves et al., 2005):

- **Primera etapa (1970-1980):** Aparición y desarrollo del Programa de Vacaciones en Casa de Labranza, ya desarrollado en el apartado 3.2.2.
- **Segunda etapa (1980-1995):** En este periodo tuvo lugar la descentralización política (1979-1984), iniciada a partir del trasvase de la competencia del turismo del Estado a las comunidades autónomas. Se inicia una etapa en la que la promoción del turismo se realiza de manera desigual entre las distintas regiones del país y que estuvo marcada, sobre todo, por la aparición de actividades complementarias al alojamiento, que hasta el momento no habían existido.

Los principales objetivos perseguidos fueron:

- Recuperar las viviendas tradicionales para el uso turístico, con la finalidad de recuperar y frenar el deterioro del patrimonio arquitectónico, para conservarlo.
 - Ofrecer ayudas para revitalizar industrias que puedan actuar como actividades complementarias a las de la agricultura, y así diversificar las actividades en el medio rural.
 - Frenar la despoblación en el medio rural, creando empleos directos e indirectos a la actividad turística.
- **Tercera etapa (1996-2010):** Durante esta época se consolida el producto de turismo rural por todo el Estado español, al ser conocido por la mayoría de los turistas. Su promoción cobró fuerza en las comunidades autónomas, quienes apostaban por la calidad como elemento diferenciador.

3.4. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

Hoy en día, uno de los principales retos a los que se enfrenta el turismo rural es a la creciente sofisticación de los viajeros consumidores. La demanda, a raíz de la propia evolución de la sociedad, va cambiando sus expectativas y sus necesidades, que precisan ser satisfechas por parte de los destinos que visitan. Es por ello, que hay que prestar mucha

atención a las características de la demanda para crear un producto satisfactorio, y finalmente, rentable.

En el cuadro 3.1, se representan las distintas características, motivaciones, actitudes e intereses de los consumidores convencionales y de los nuevos consumidores.

Cuadro 3.1. Características, motivaciones, actitudes e intereses de los consumidores convencionales y de los nuevos consumidores

	<i>Consumidores convencionales</i>	<i>Nuevos consumidores</i>
<i>Características</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Homogéneos, predecibles - Buscan la seguridad en el volumen de turistas - Todo planeado y pagado con antelación 	<ul style="list-style-type: none"> - Heterogéneos, impredecibles - Quieren diferenciarse de la masa - Quieren tener el control de sus vacaciones
<i>Motivaciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Viajar es una novedad - La calidad no es importante - Búsqueda del sol - Destino poco importante 	<ul style="list-style-type: none"> - Viajar, algo rutinario - La calidad, fundamental - Búsqueda de algo diferente - Destino esencial
<i>Actitudes</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Me voy mañana - Occidente es superior 	<ul style="list-style-type: none"> - Ver y disfrutar sin destruir - Interés por otras culturas - Integración
<i>Intereses</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tumbarse al sol - Realizar todo en el hotel - Ningún interés especial 	<ul style="list-style-type: none"> - Actividad - Exploración de alrededores - Intereses específicos

Fuente: Crosby y Prato, 2009a, p. 42. Elaboración propia

Como conclusión a lo que se expone, se puede decir que los nuevos consumidores están más concienciados con el medio ambiente y con la sociedad, sobre todo aquellos segmentos más maduros. Demandan flexibilidad, calidad, innovación y sensibilización (Molina, 2008).

En términos generales, se pueden calificar como más exigentes e inconformistas y mucho más activos al realizar la compra y al realizar el viaje, no conformándose con los paquetes clásicos.

También cabe destacar que el producto de turismo de masas está en fase de madurez, por lo que otras tipologías turísticas, como el turismo rural, cultural o de negocios, están surgiendo para satisfacer las nuevas necesidades de los consumidores (Molina, 2008).

3.4.1. Clases de consumidores y motivaciones

En este apartado veremos, en el caso concreto de la demanda del turismo rural, qué clases de consumidores lo practican y cuáles son sus motivaciones principales.

Esta tipología de turismo se dirige a segmentos concretos del mercado que, en términos generales, se caracterizan fundamentalmente por demandar calidad, por tener una conciencia ambiental elevada y por tener una capacidad adquisitiva alta. El perfil de consumidor es de personas con un nivel cultural medio-alto, profesionales independientes con edades comprendidas entre 25 y 45 años, de procedencia urbana y con disposición a sensibilizarse con los espacios rurales, además de disfrutar de ellos. Normalmente, valoran su calidad de vida y buscan en el campo restituir energías y equilibrio (García, 2008).

Las motivaciones por las que practicar turismo rural son diversas. Destacan para estar con amigos y en familia, para buscar relax y para estar en contacto con la naturaleza, tal y como se especifica en la figura 3.1.

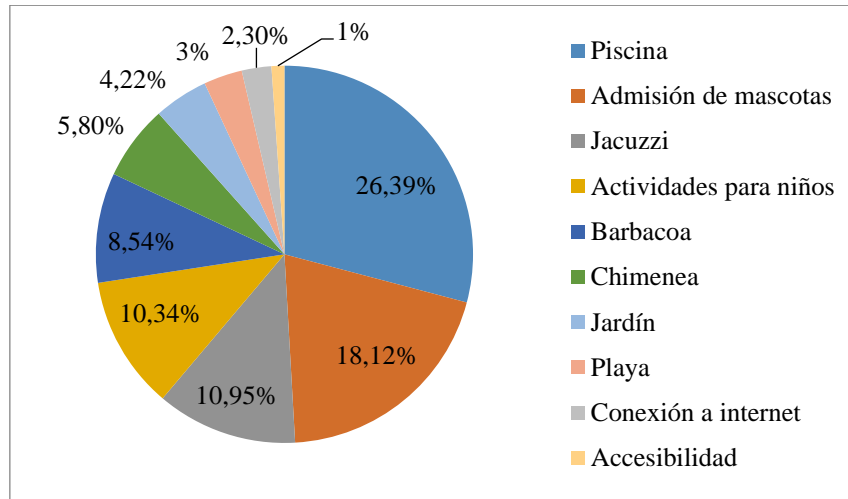
Figura 3.1. Motivaciones del viajero que realiza turismo rural



Fuente: Observatorio de Turismo Rural, 2015

Otro punto a destacar son los servicios que demandan los turistas en los alojamientos donde se hospeda, que determinará la oferta de los mismos. En el gráfico 3.1 se muestran los resultados para el segundo semestre de 2018.

Gráfico 3.1. Servicios e instalaciones más demandados por los turistas hospedados en alojamientos de turismo rural en España en el segundo semestre de 2018



Fuente: Club Rural, 2018. Elaboración propia

3.5. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

En este apartado se desarrollan los rasgos que caracterizan la oferta del turismo rural en España. Como se ha visto anteriormente, su evolución ha traído consigo que la oferta existente haya ido variando a lo largo del tiempo. El producto de alojamiento que aparecía inicialmente se ha ido complementando con otras actividades y evolucionando en función de las necesidades y motivaciones de la demanda. Es por ello, que hoy en día podemos encontrar diferentes tipologías de turismo y de alojamiento rural, que se desarrollarán en un sub-epígrafe posterior.

La oferta turística rural, al igual que ocurre en las demás tipologías turísticas, debe adaptarse a las exigencias de la demanda. No está sólo compuesta por recursos naturales, sino que son el conjunto de alojamientos, estructuras de ocio y recursos arquitectónicos quienes la forman. En el caso de España, dicha oferta es variada en recursos naturales y arquitectónicos, aunque no ocurre lo mismo en el caso del alojamiento (García, 2008).

Según García (2008, p. 252), “la situación de la demanda, favorece la aparición de un nuevo modelo turístico, basado en la oferta de nuevos alojamientos y actividades

mediante el uso y recuperación del patrimonio rural, sus recursos monumentales, naturales y la arquitectura popular”.

Los productos turísticos se clasifican comúnmente en producto turístico individual o específico, como puede ser el alojamiento o una empresa concreta de ocio, y en producto turístico total, que surgen al combinar varios productos específicos. Así, podemos encontrar productos básicos (alojamiento) y complementarios (actividades complementarias al alojamiento), que le aportan valor añadido al producto básico (García, 2008). Los elementos que componen la oferta de turismo rural tienen la siguiente clasificación (García, 2008):

- *Recursos turísticos*, como los recursos naturales, el patrimonio histórico-artístico o las manifestaciones culturales.
- *Actividades*, que se caracterizan por ser respetuosas con el medio ambiente y estar basadas en los recursos naturales y culturales del lugar donde se realizan. Pueden realizarse fuera y dentro del alojamiento, y ser activas o pasivas. Algunos ejemplos son juegos de mesa, exposiciones, deportes de aventura, rutas a caballo, piragüismo...
- *Alojamiento*: se clasifican en hoteles, hostales y casas rurales.
- *Otros servicios*, como la restauración, artesanía o los productos locales. A los recursos turísticos hay que dotarles de servicios para poder completar el producto turístico rural final.

En términos generales, la oferta de turismo rural se caracteriza por la presencia de microempresas, microproductos y microdestinos (Pulido, 2008), que a continuación se especifican.

- Microempresas:

La estructura empresarial en el turismo rural está caracterizada, principalmente, por el predominio de los negocios de pequeño tamaño, gestionados familiarmente. El inconveniente que aparece es que la reducida dimensión hace más difícil alcanzar un nivel óptimo de rentabilidad, que en muchas ocasiones hace que sea complicado competir con otras empresas del medio rural. La globalización ha causado que la oferta sea cada vez más competitiva, por lo que las empresas del medio rural deben adaptarse a las nuevas exigencias, contratando personal cualificado o utilizando nuevas tecnologías. Dicha adaptación no resulta fácil, debido a las fuertes oscilaciones de la demanda a largo plazo,

la fuerte estacionalidad en el corto plazo y, como se ha dicho, por la poca rentabilidad de algunas de ellas.

También hay que destacar la poca implicación de los empresarios de turismo rural por la aplicación de criterios de sostenibilidad a la hora de gestionar los establecimientos, producido, seguramente, por el desconocimiento del propio concepto de la sostenibilidad y de las distintas aplicaciones y prácticas que se pueden llevar a cabo en las distintas empresas (Pulido, 2008).

A pesar de todas las dificultades, la evolución empresarial del turismo rural ha experimentado una dinámica de crecimiento tanto cualitativo como cuantitativo favorable.

- Microproductos:

La creación de productos de turismo rural en España se encuentra todavía en una etapa muy primaria, caracterizada por el individualismo de los sectores encargados de dar forma al producto, por una equívoca concepción de la oferta complementaria y por la falta de interés de los operadores turísticos, lo que ha hecho que sea difícil posicionar esta tipología de turismo en los mercados (Pulido, 2008).

La falta de homogeneidad en cuanto a la definición de lo que es turismo rural provoca que los operadores turísticos encuentren dificultades para crear un producto turístico adaptado al mismo. Se está produciendo la creación de una oferta similar y estandarizada, que sólo compite por vía precios, ya que no se aprovechan las oportunidades que brinda el medio rural, como la singularidad y la autenticidad, lo que permitiría lograr una oferta diferencial, basada en la calidad y en aporte de experiencias únicas a los usuarios (Pulido, 2008).

La existencia de esta diversidad de perfiles de demanda hace que surja la necesidad de crear una gran oferta de actividades complementarias, que permita satisfacer cada una de las necesidades de los turistas. Para lograr un producto satisfactorio, que se adapte realmente a sus motivaciones y deseos, es imprescindible el uso de herramientas de interpretación, para lograr una mejor conexión del turista con el territorio (Pulido, 2008).

Por otro lado, cabe destacar los problemas de acceso a los canales de distribución y comercialización con los que se encuentran los productos de turismo rural. Esto se debe a varios factores, como a su desestructuración, al individualismo de los proveedores de servicios del medio rural, a las dificultades en la tramitación de las reservas en tiempo

real, causado por el poco uso de los sistemas telemáticos, y a los reducidos márgenes que utilizan las empresas turísticas rurales con los intermediarios (Pulido, 2008).

El turismo rural se concibe como una tipología distinta al turismo de masas, en el que la ausencia de turistas es uno de los principales elementos que condicionan su elección. Sin embargo, para lograr el éxito en el mercado, son necesarios los mismos elementos de comercialización y distribución utilizados por el turismo tradicional, como son las campañas de comunicación, los sistemas de reservas y las agencias de viajes minoristas. Se puede afirmar que una de las razones por las que el turismo rural no se había consolidado en España con anterioridad, es la falta de canales de comercialización que permitieran distribuir eficazmente el producto (Pulido, 2008).

- Microdestinos:

Al contrario de como ocurre en los grandes destinos de litoral, el turismo rural se practica en territorios con identidad propia, de pequeña dimensión, y caracterizados por contar con una oferta de alojamiento y ocio difusa. En el desarrollo del turismo en el medio rural, es muy importante que el destino no pierda las señas de identidad que le caracterizan, sobre todo para atraer a una demanda que es cada vez más exigente (Pulido, 2008).

Para lograr una oferta que se adapte a dichas necesidades, es necesaria una coordinación en el ámbito local del destino, mediante el apoyo institucional a través de la dotación de equipamientos, estructuras y servicios necesarios. Puesto que el turista valora de forma integral la experiencia en el destino, estos factores también forman parte de la oferta global que demanda el turista (Pulido, 2008).

Es frecuente que exista una falta de coordinación entre las distintas administraciones, lo que se refleja en una falta de planificación y de promoción en el medio rural. Un ejemplo es la gestión que se realiza por parte de los Programas LEADER y PRODER, anteriormente mencionados. La financiación europea es canalizada a través del Ministerio y las Consejerías de Agricultura, sin que exista ninguna coordinación con la administración turística y, por tanto, desaprovechando el posible efecto multiplicador de generación de empleo y riqueza sobre las áreas rurales, que podría darse si existiese. Los Grupos de Desarrollo Rural también carecen de ciertos criterios para la distribución de recursos financieros entre los empresarios y emprendedores de turismo rural (Pulido, 2008).

Es por ello, que se puede concluir que el desarrollo del turismo rural en España se

caracteriza por un déficit de planificación y por un enfoque reactivo a la demanda, que ha dado resultados positivos en los primeros años, pero que se agota si no se establece una verdadera planificación. Puesto que la satisfacción del turista comienza mucho antes del viaje, la imagen turística pública debe ser gestionada de forma eficaz, para facilitar su comercialización y ganar confianza por parte de los operadores turísticos (Pulido, 2008).

3.5.1. Tipologías de turismo rural

Las diferentes tipologías que actualmente aparecen vienen dadas por la motivación principal de la demanda, anteriormente especificadas, considerado como el factor que incita a viajar. El mercado se encuentra segmentado, dependiendo del nivel de madurez, lo que produce que no exista sólo una motivación para realizar un desplazamiento con el fin de practicar turismo rural, sino que podemos encontrar secundarias o incluso terciarias, todas ellas organizadas según la importancia de la decisión (Crosby y Prato, 2009a).

En el cuadro 3.2 se muestran las diferentes tipologías de turismo, según la motivación principal de los turistas, que se desarrolla en un mismo espacio físico (medio rural).

Cuadro 3.2. Motivaciones de los turistas por tipología de turismo rural

Motivación principal	Tipología
Naturaleza	Turismo de Naturaleza
Búsqueda de valores culturales	Turismo Cultural
Actividades agropecuarias	Agroturismo
Nuevas experiencias, sensación de riesgo	Turismo de Aventura
Actividades deportivas	Turismo Deportivo
Formas de viajar responsable con el entorno	Ecoturismo
Encuentro con las comunidades locales (indígenas)	Turismo Comunitario
Otros	Otros

Fuente: Crosby y Prato, 2009a . Elaboración propia

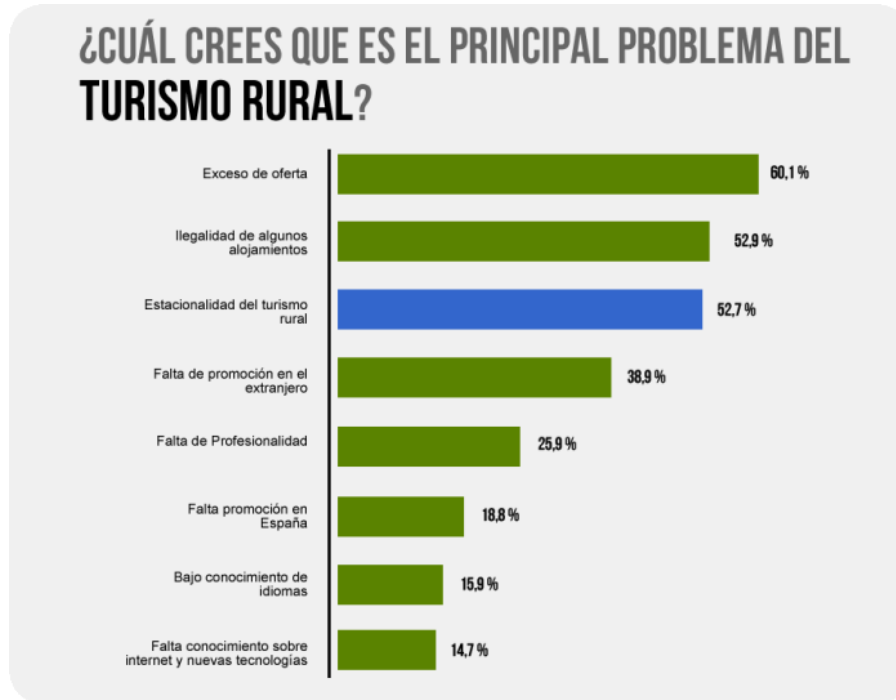
La gestión turística del turismo convencional está caracterizada por las ofertas de carácter global, destinadas a segmentos de mercado amplios, cuya finalidad principal es la de ganancia y rentabilidad en un corto periodo de tiempo, todo ello sin tener en consideración las necesidades de la población local.

Por el contrario, el turismo rural se caracteriza por el establecimiento de distintos nichos de mercado para diversificar su oferta y por buscar una rentabilidad sostenible a largo

plazo, siempre mediante la integración de la población local (Crosby y Prato, 2009a).

Al igual que ocurre en otras tipologías turísticas, existen problemas a los que enfrentarse. En el caso concreto del turismo rural, se especifican en la figura 3.2.

Figura 3.2. Principales problemas del turismo rural



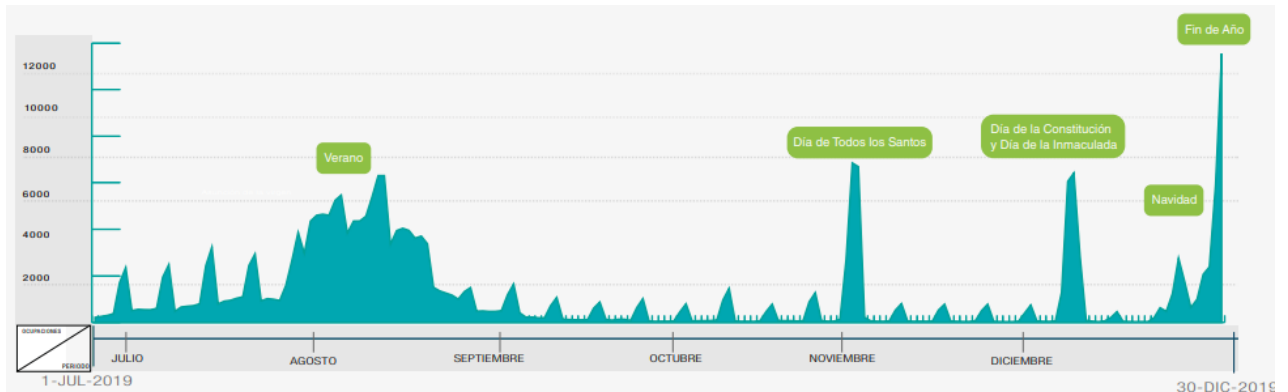
Fuente: Observatorio de Turismo Rural, 2015

La oferta de turismo rural se ha incrementado en los últimos años de manera exponencial, ya que son muchos los empresarios y emprendedores que ven en él una oportunidad de negocio. El exceso de oferta es visto como un problema, ya que el sector del turismo rural es poco competitivo, debido, en gran parte a que los negocios presentan todavía muchas carencias en cuanto a gestión de forma profesional (Observatorio de Turismo Rural, 2016). También la ilegalidad de los establecimientos de turismo rural se encuentra entre uno de los mayores problemas que aparecen.

Además, cabe destacar la estacionalidad del sector. Por regla general, los meses de enero, abril-mayo, agosto-septiembre y diciembre son los que peores cifras presentan, al contrario de marzo, julio y noviembre, periodos en los que el número de reservas aumentan. Las comunidades autónomas a las que más les afecta la estacionalidad son Asturias, Galicia, Rioja, Extremadura, Cantabria, Comunidad Valenciana y País Vasco (Observatorio de Turismo Rural, 2015). En la figura 3.3 se muestran los picos de estacionalidad que tienen lugar en los periodos estivales. Fuera de temporada, los fines

de semana las reservas sufren un pico, siendo la ocupación más baja de lunes a jueves.

Figura 3.3. Picos de estacionalidad del turismo rural



Fuente: Club Rural, 2019

Las tipologías de turismo rural pueden ser muy amplias, tantas como motivaciones tenga el turista. Entre todas ellas, se pueden resaltar las siguientes (Romero et al., 2011):

- *Agroturismo*: Es un tipo de turismo rural activo, en una explotación agropecuaria, donde el turista puede percibir con sus propios ojos las costumbres y rutinas que la caracterizan.
- *Turismo de Naturaleza*: En este caso, el turista intenta tener un contacto directo con la naturaleza.
- *Turismo de Salud*: Se encuentra asociado a la presencia de balnearios, fuentes termales y similares en el medio rural.
- *Turismo de Aventura o Turismo Activo*: Los turistas practican actividades deportivas, usando el medio natural.
- *Turismo Gastronómico*: Se basa en la degustación por parte del turista de la gastronomía típica de la zona.
- *Turismo Cinegético o de Pesca*: Se orienta a la práctica de actividades de caza y de pesca, respectivamente.

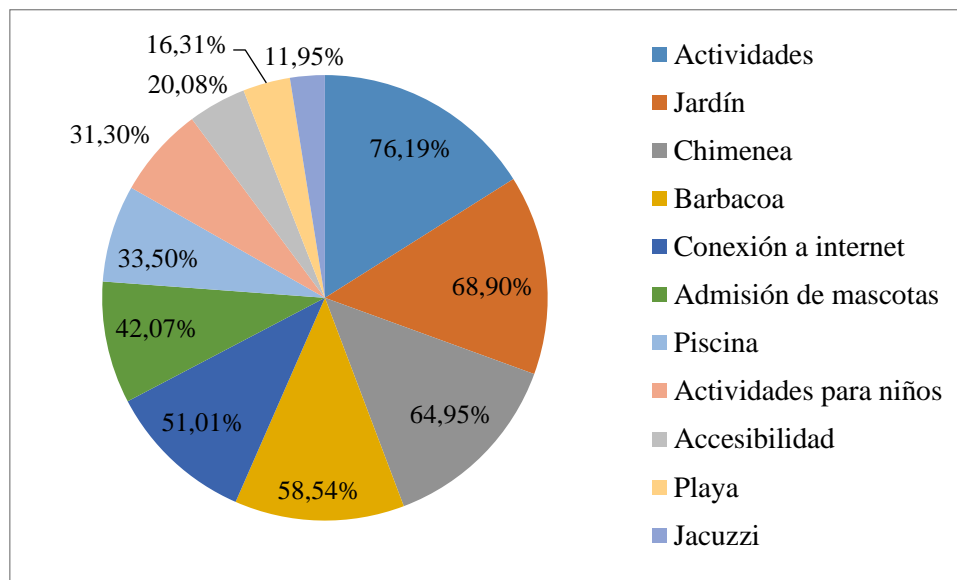
3.5.2. Alojamientos de turismo rural

Para un establecimiento de alojamiento rural, su ubicación y el tipo de arquitectura debe ser la más parecida a la de la zona donde se encuentre, ya que el paisaje constituye uno de los atractivos más importantes para los turistas rurales. Los alojamientos poseen

determinadas características que diferencian a los alojamientos urbanos, por lo que su cuidado es esencial para que el cliente quede satisfecho. Por otro lado, su rentabilidad depende del tipo de alojamiento y de dónde se ubique. Expertos del sector señalan que se tarda aproximadamente diez años en recuperar la inversión realizada para poner en marcha el negocio (García, 2008).

En el gráfico 3.2, se pueden observar los servicios e instalaciones más ofertados por los alojamientos en el segundo semestre del año 2018. Lo que más ofertan son actividades complementarias al alojamiento y lo que menos jacuzzi.

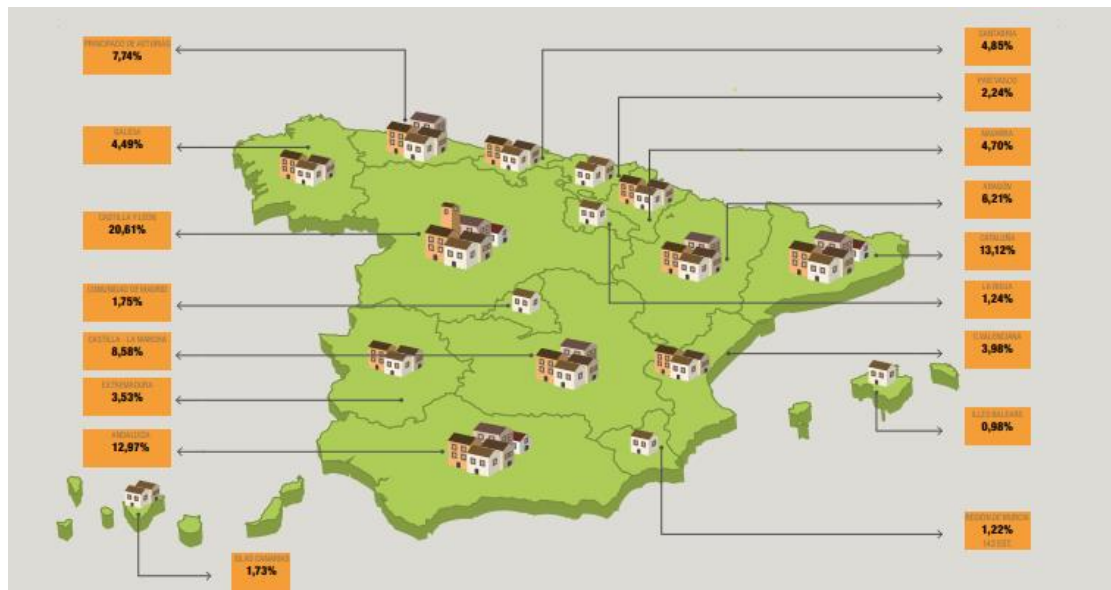
Gráfico 3.2. Servicios e instalaciones más ofrecidos por los alojamientos de turismo rural en España en el segundo semestre de 2018



Fuente: Club Rural, 2018. Elaboración propia

La oferta de alojamiento en el turismo rural en España es muy variada, ya que en cada comunidad autónoma existen diferentes tipologías, según la normativa de turismo que regula la actividad en cada una de ellas. En la figura 3.4 se muestra la distribución porcentual en las distintas comunidades autónomas de España de los alojamientos de turismo rural en el año 2019.

Figura 3.4. Distribución de los alojamientos de turismo rural



Fuente: Club Rural, 2019

Castilla y León lidera en cuanto número de alojamientos rurales, con un 20,61% del total, siendo Ávila la provincia con más porcentaje de establecimientos (3,75% del total). Le sigue Cataluña, con un 13,12%, donde la provincia de Girona cuenta con más número de alojamientos rurales (4% del total). Andalucía se sitúa en el tercer puesto con un porcentaje del 12,97% de alojamientos, siendo Granada la provincia andaluza donde existen más porcentaje de alojamientos, aportando un 2,74% del total de casas rurales del país (Club Rural, 2019).

También destaca en cuarto lugar Asturias, con un 7,74% del total. A la cola se sitúan Baleares (0,98%), Canarias (1,73%), La Rioja (1,24%), Murcia (1,22%) y Madrid (1,75%) (Club Rural, 2019).

3.5.2.1. Tipos de alojamientos y categorías

Las tipologías de alojamiento en España son distintas dependiendo de la comunidad autónoma de que se trate. Este hecho se debe a la falta de homogeneidad normativa que existe entre unas y otras, derivada fundamentalmente del traslado de las competencias de turismo a las comunidades autónomas; según la Constitución de 1978, la promoción y ordenación del turismo les corresponde a cada una de ellas individualmente. Así pues, existen en la actualidad 17 normativas que hacen referencia al turismo, dando lugar a más de 60 tipologías distintas de alojamientos rurales (Rodríguez, 2011). En términos

generales, los alojamientos rurales pueden clasificarse en hoteles rurales, casas rurales, apartamentos rurales, campings y albergues rurales, cuya tipología puede variar dependiendo de la comunidad autónoma de que se trate (García, 2008).

Los alojamientos pueden ofertarse de forma íntegra, por habitaciones o de forma mixta. Según los datos, el alquiler íntegro es el más ofertado, con un 70,53%, seguido del de por habitaciones y el mixto, con un 25,58% y un 3,89%, respectivamente (Club Rural, 2019).

Existen alojamientos que, aun teniendo similares características, se denominan y siguen un sistema de categorización distinto dependiendo de la comunidad autónoma de que se trate. Esto puede causar una gran problemática a la hora de valorar la calidad de los establecimientos por parte de los turistas y de lo que esperan de ellos según su categoría; un hotel de tres estrellas en Castilla y León no reúne los mismos requisitos que en la Comunidad de Madrid, por ejemplo.

Así pues, sin un acuerdo a nivel nacional, nos encontramos distintos sistemas de categorías, como las espigas, las hojas de roble, las encinas, las aceitunas, las estrellas, los trisqueles, las llaves... Los modelos oficiales y los privados no son homogéneos, por lo que un mismo alojamiento puede estar valorado entre 1 al 5, y tener una valoración de 3 según una comunidad autónoma, y de 4 según el criterio de una asociación (Rodríguez, 2011).

Muchos son los profesionales que demandan un sistema de categorización común a nivel nacional, ya que supondría una mejora para el sector, tanto para viajeros, propietarios y la Administración. Algunas de las ventajas serían una mayor claridad de las expectativas de los alojamientos para los clientes, una mejora en la comercialización del producto, con el consecuente aumento de su competitividad internacional, la simplificación administrativa que supone la unificación, y la mejora de la gestión y la calidad de los alojamientos rurales, ya que se estimularía la excelencia (Rodríguez, 2011).

3.5.2.2. Certificaciones de calidad

La calidad supone uno de los pilares estratégicos más importantes en el desarrollo turístico de las áreas rurales. Se define como “la respuesta al conjunto de las experiencias de consumidores, a través de un proceso de mejora continua, con objeto de ofrecer unos niveles elevados de fiabilidad y garantía en el consumo de la experiencia turística integral y que considera inseparables las necesidades del cliente y las metas de la empresa”

(Crosby y Prato, 2009b, p. 75).

Los modelos de calidad que funcionan en el sector del turismo rural son las espigas de ASETUR y la Q de calidad del ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española). Estas certificaciones son necesarias tanto para el viajero como para el propietario, ya que el cliente, acostumbrado a la clasificación convencional por estrellas, necesita un factor que le indique la calidad del establecimiento (Rodríguez, 2011). La importancia de que este tipo de certificaciones estén presentes en los establecimientos es muy alta; por un lado, el poseerla hace que se aporte valor al alojamiento, y, por otro lado, la fiabilidad que se le aporta al cliente puede ser determinante a la hora de tomar la decisión de realizar la reserva o no, al percibir una calidad a través de ellas.

A continuación, se describen más específicamente cada una de ellas:

- Q de Calidad:

El Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) es el organismo encargado de dotar a los establecimientos con la marca. Dicho organismo está formado por la Secretaría de Estado de Turismo, las comunidades autónomas y la Federación Española de Municipios y Provincias. Entre sus objetivos principales se encuentra el de diferenciar a los destinos turísticos con respecto a sus competidores, además de garantizar al establecimiento prestigio, diferenciación, fiabilidad, rigurosidad y promoción (Rodríguez, 2011).

En la figura 3.5 se muestra el logotipo de esta certificación.

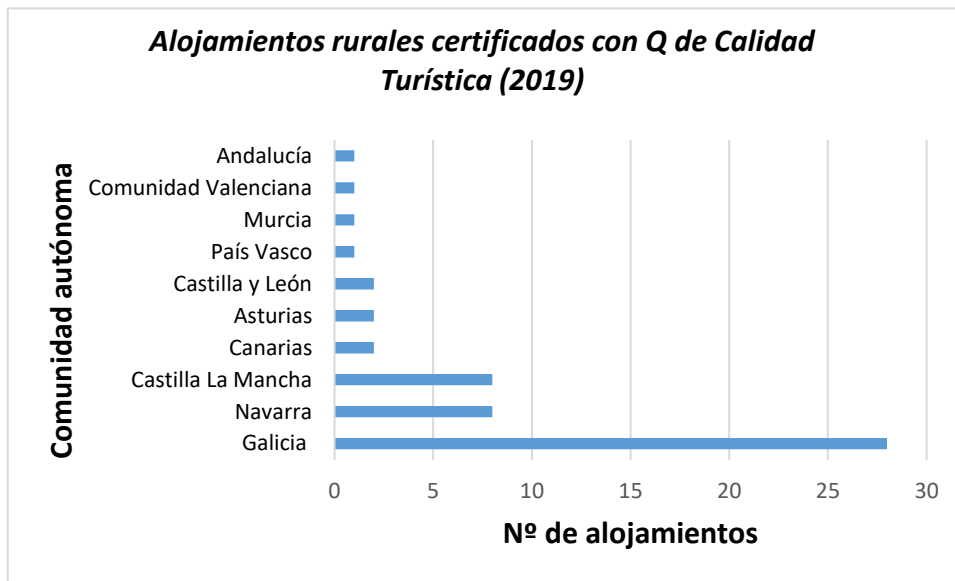
Figura 3.5. Logotipo de la Q de Calidad Turística



Fuente: Calidad Turística Española, s. f.

Por su parte, el gráfico 3.3 recoge el número de alojamientos rurales certificados con la Q de calidad turística en 2019 por comunidades autónomas, destacando Galicia, con más de 25. Los datos aparecen reflejados en la tabla 8.1 del Anexo.

Gráfico 3.3. Número de alojamientos rurales certificados con la Q de Calidad Turística en España en 2019, por comunidad autónoma



Fuente: ICTE, 2019. Elaboración propia

- Las espigas de ASETUR:

Esta certificación, cuyo logotipo se muestra en la figura 3.6, la aporta la Asociación Española de Turismo Rural, quien se encarga de gestionar el sistema de clasificación de los alojamientos rurales. Las espigas son el parámetro que mide el nivel de confort y equipamiento de los alojamientos rurales. Los niveles van del 1 al 5, desde los de menor rango hasta los más lujosos, con el fin de establecer una similitud al sistema de categorización por estrellas. Entre los objetivos que persigue esta asociación se encuentran los de ofertar un servicio que aporte satisfacción a las necesidades y expectativas de los clientes, mejorar la rentabilidad del negocio y proporcionar un distintivo en el que se refleje el nivel de calidad alcanzado (Rodríguez, 2011).

Figura 3.6. Logotipo de la Asociación Española de Turismo Rural



Fuente: Asociación Española de Turismo Rural, 2020

4. ANÁLISIS EMPÍRICO: DESCRIPCIÓN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

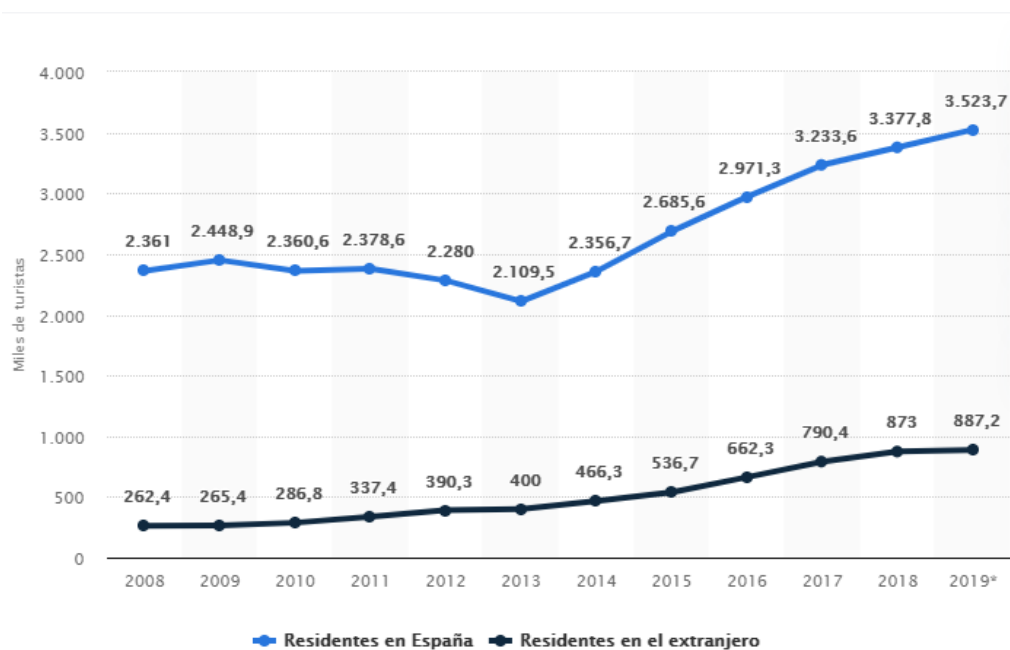
En este apartado se realizará un análisis de la demanda y de la oferta del turismo rural en España, con el fin de describir la situación actual en que se encuentran, así como un estudio de su evolución.

4.1. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y EVOLUCIÓN

4.1.1. Demanda

El número de turistas en el medio rural ha ido aumentando progresivamente cada año, aunque cabe destacar que los turistas nacionales son mucho más numerosos que los internacionales, tal como se observa en el gráfico 4.1.

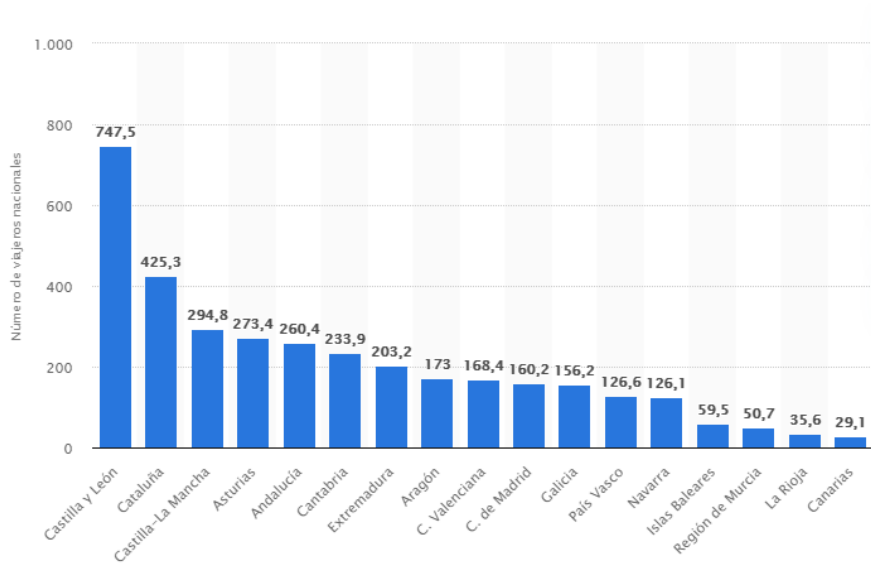
Gráfico 4.1. Cifra anual de turistas en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019 (en miles)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019a

La comunidad autónoma que más turistas nacionales acogió en el año 2019 fue Castilla y León, con 747.500 viajeros, y la que menos, Canarias, con tan sólo 29.100, como puede observarse en el gráfico 4.2.

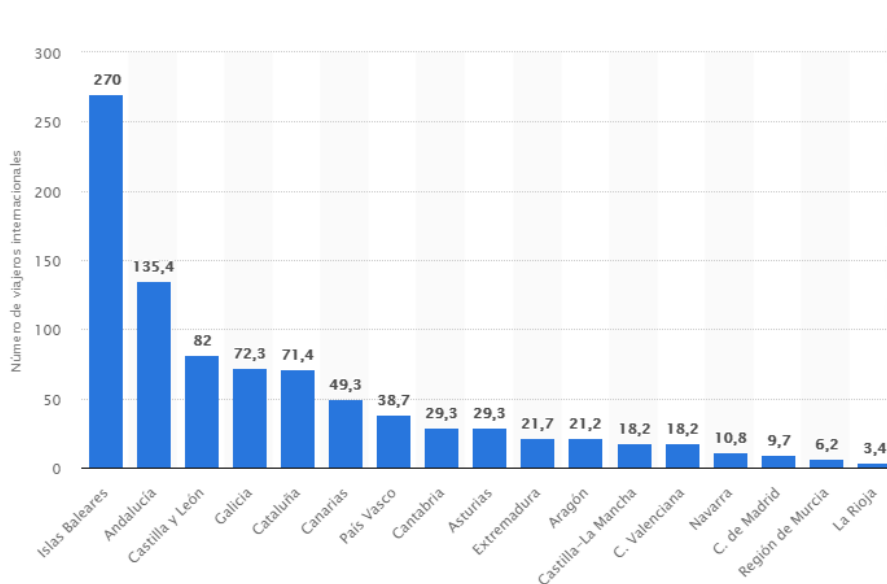
Gráfico 4.2. Número de turistas nacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma (en miles)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019h

En cuanto a los turistas internacionales, la comunidad autónoma que más recibió en el año 2019 fueron las Islas Baleares, con 270.000, y la que menos, La Rioja, con tan sólo 3.400 viajeros, tal como se muestra en el gráfico 4.3.

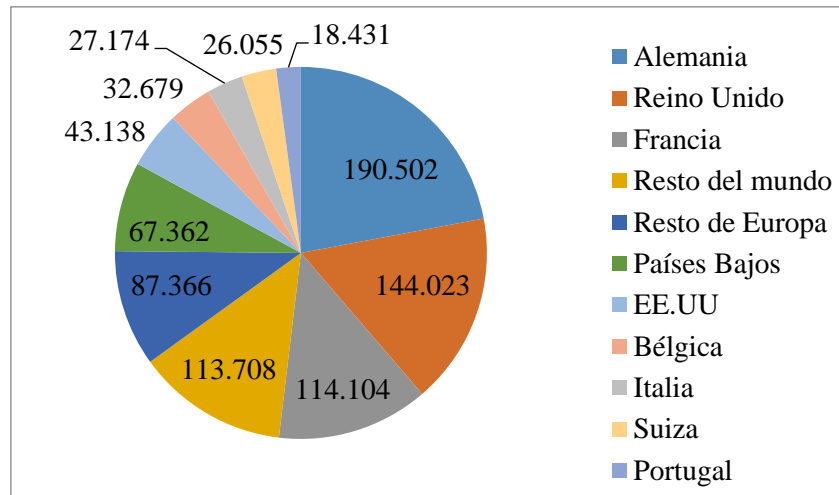
Gráfico 4.3. Número de turistas internacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma (en miles)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019g

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística que se muestran en el gráfico 4.4, el país del que proceden la mayoría de los turistas rurales extranjeros que se hospedan en alojamientos de turismo rural es Alemania, y del que menos, Portugal.

Gráfico 4.4. Número de viajeros internacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2018, por país de residencia



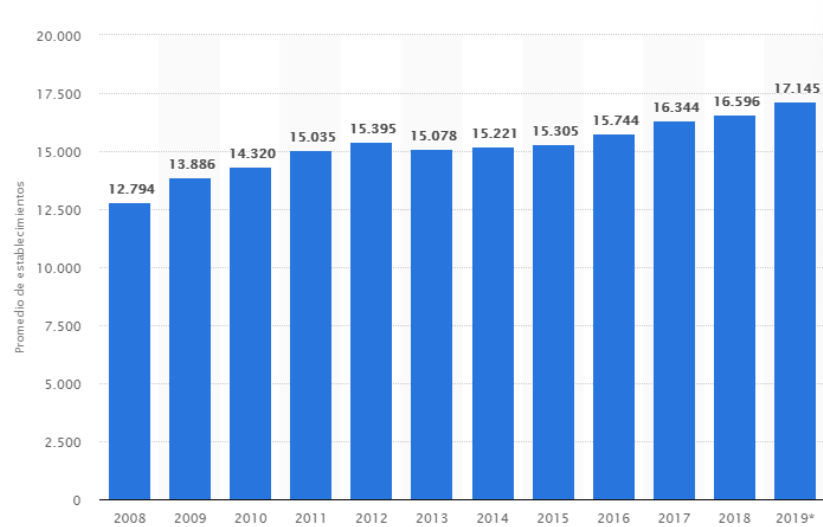
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019i. Elaboración propia

En cuanto a la frecuencia de los viajes, son en su mayoría de una o dos veces al año (40%) y, en menor medida, de cuatro veces al año (15%) u otras (5%), según indica el Observatorio de Turismo Rural (2019).

4.1.2. Oferta

El promedio de la apertura de nuevos establecimientos de alojamiento rural en España ha ido en aumento desde el año 2008, alcanzando su pico más elevado en el año 2019, tal y como se puede apreciar en el gráfico 4.5.

Gráfico 4.5. Media anual de establecimientos de alojamiento de turismo rural entre 2008 y 2019

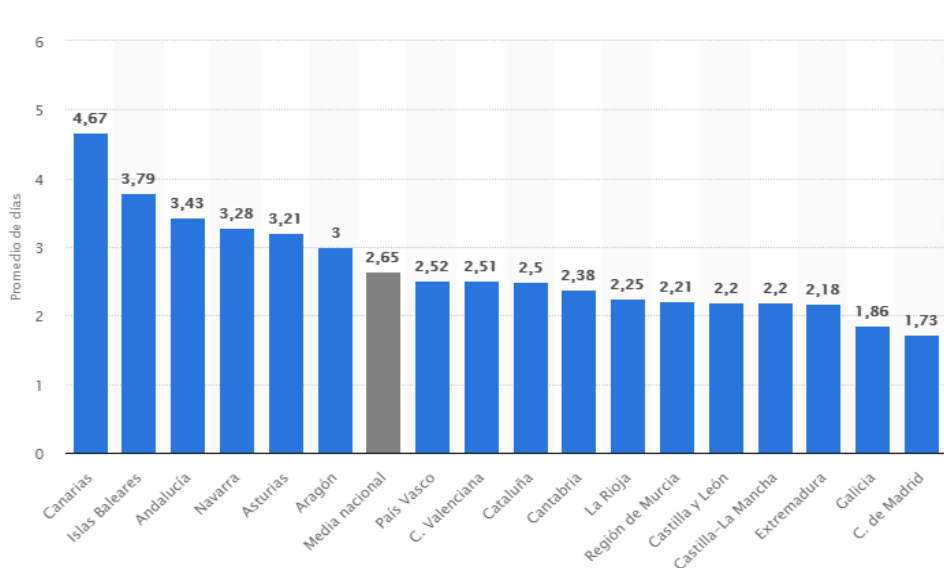


Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019f

Otros datos que reflejan el estado actual de la oferta de turismo rural en España son la estancia media y el grado de ocupación.

La estancia media en el año 2019, a nivel nacional, fue de 2,65 días, siendo Canarias, con 4,67 días, la comunidad autónoma con una estancia media más alta, y Madrid, con 1,73 días, la que presenta menor estancia media, tal y como se muestra en el gráfico 4.6.

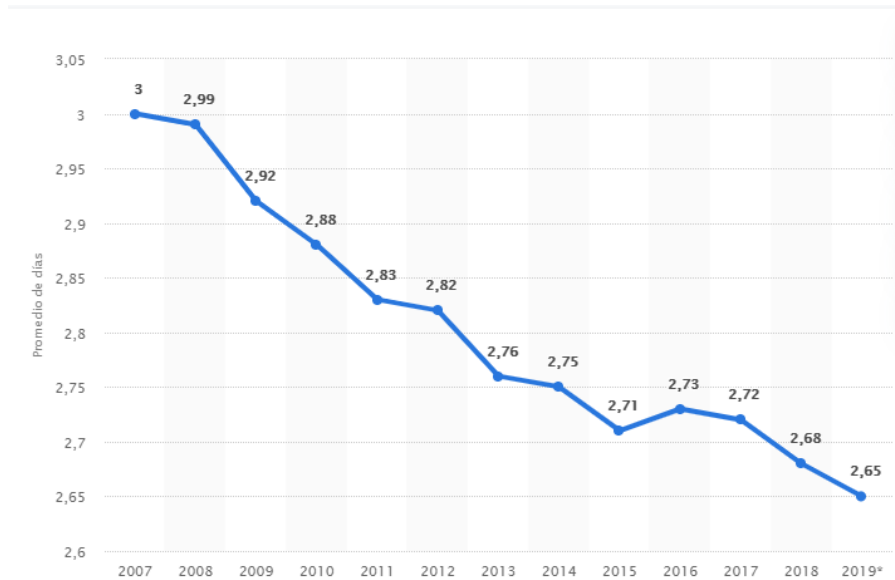
Gráfico 4.6. Estancia media en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019c

Cabe destacar, tal y como muestra el gráfico 4.7, el pronunciado descenso que se ha producido en la estancia media del turismo rural en España, entre los años 2007 y 2019.

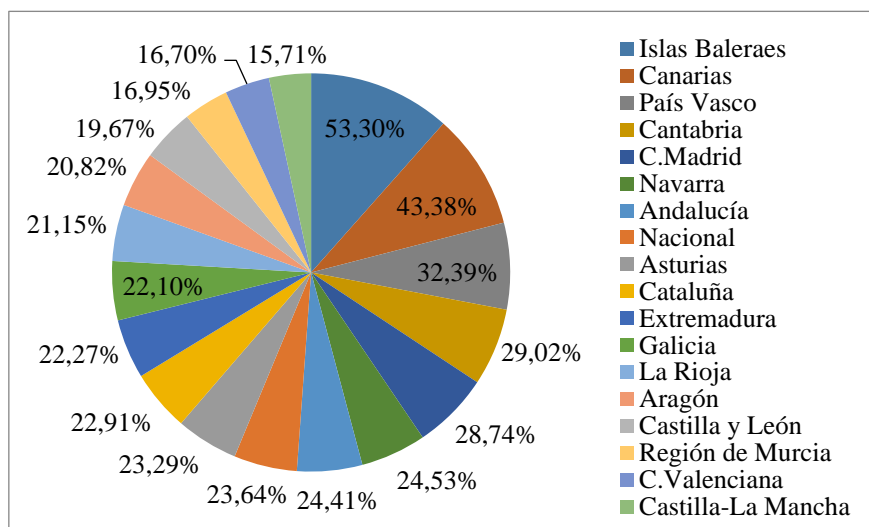
Gráfico 4.7. Estancia media en alojamientos de turismo rural en España entre 2007 y 2019



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019b

En cuanto a la tasa de ocupación media en el año 2019, tal y como se muestra en el gráfico 4.8, fue mayor en las Islas Baleares, con un 53,30%. La tasa más baja se sitúa en Castilla-La Mancha, con un 15,71%, siendo la media nacional de 23,64%.

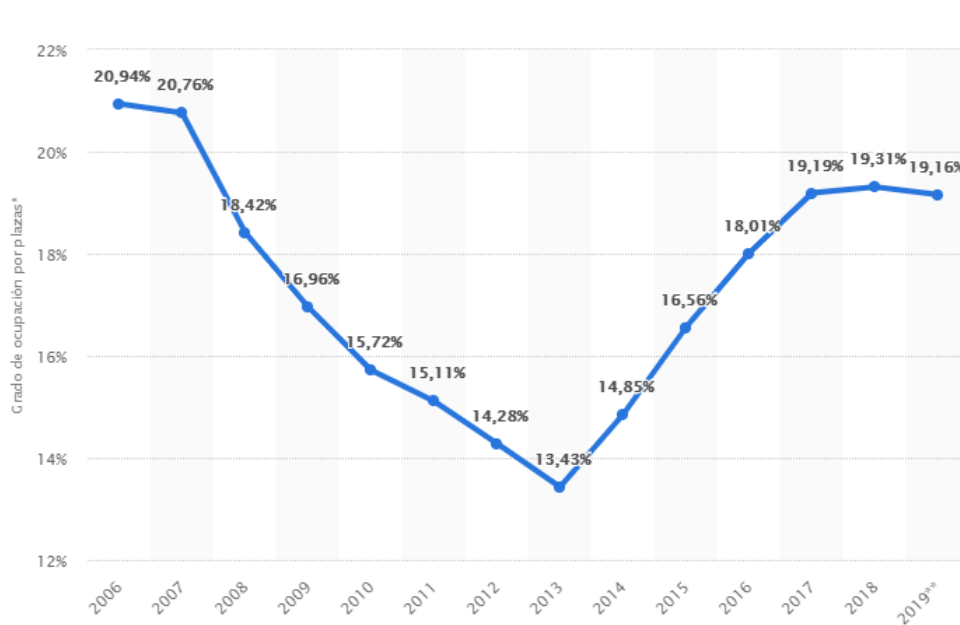
Gráfico 4.8. Grado de ocupación medio ponderado por habitaciones en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019e. Elaboración propia

Por lo que se refiere a la evolución del grado de ocupación en alojamientos de turismo rural en España, ha ido descendiendo hasta el año 2013, en el que alcanzó su menor pico, con un 13,43%. Es a partir de ese mismo año en el que se observa un aumento, estabilizándose en el año 2017, con alrededor de un 19,16% de ocupación, tal y como muestra el gráfico 4.9.

Gráfico 4.9. Evolución anual del grado de ocupación medio ponderado por plazas en alojamientos de turismo rural en España entre los años 2007 y 2019



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019d

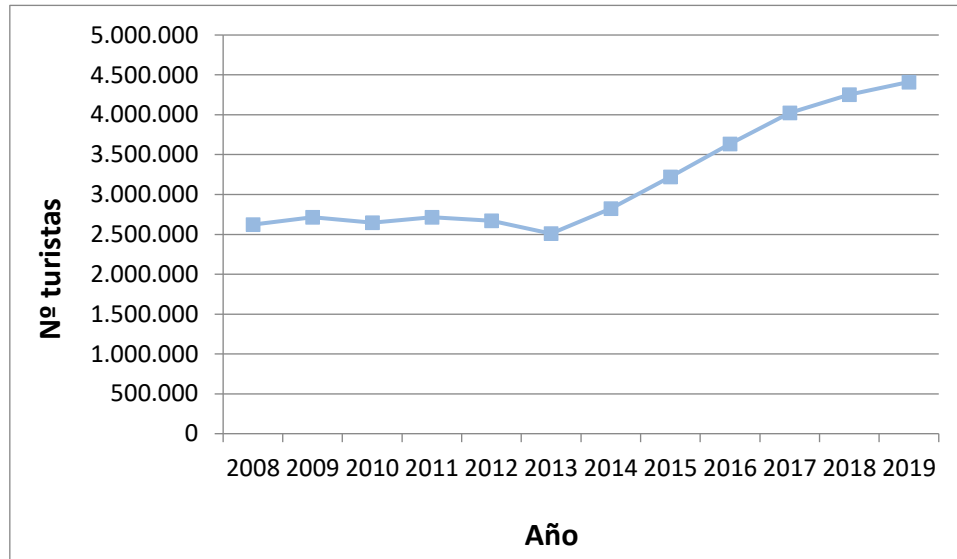
4.2. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN

Para realizar el análisis de la evolución del turismo rural en España aplicamos el análisis clásico de series temporales a partir de la cifra total anual de turistas en alojamientos de turismo rural en España en el periodo 2008-2019. Dichos datos resultan de la suma del número de turistas residentes en España y en el extranjero que practicaron turismo rural durante ese periodo de tiempo, tal como se recoge en la tabla 8.2 del Anexo.

En el gráfico 4.10 se representan dichas cifras. Observando el gráfico, se puede ver cómo el número de turistas tuvo una tendencia constante entre los años 2008-2013; es a partir de 2013 cuando el número de visitantes ha ido aumentando considerablemente cada año. Por este motivo, nos vamos a centrar en el periodo entre 2013 y 2019 para analizar la evolución del número de turistas, con el fin de predecir el número de turistas en

alojamientos de turismo rural en los años siguientes.

Gráfico 4.10. Cifra total anual de turistas en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019a. Elaboración propia

Puesto que la tendencia de la serie es creciente, tal como hemos indicado, aplicaremos el método analítico para estimar la recta de tendencia. Los resultados obtenidos para calcularla se muestran en la tabla 4.1.

Tabla 4.1. Valor de los parámetros de la recta de tendencia y coeficiente de determinación (R^2) para la cifra total de turistas

a	2.216.085,71
b	334.339,28
R^2	98,35%

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, la recta que se obtiene tiene la siguiente expresión:

$$T(t) = 2.216.085,71 + 334.339,28 * t$$

Tal y como se puede observar, la pendiente de la recta es positiva, resultante del continuo incremento del número de turistas que se hospedan en alojamientos de turismo rural entre los años 2013 y 2019. El coeficiente de determinación es de 98,35%, que indica el

porcentaje de variación en el número de turistas que explica la recta de tendencia a lo largo del tiempo y que se aproxima al 100%.

Con la información anterior, se puede predecir el número de turistas que se hospedarán en alojamientos de turismo rural en el año 2020. Teniendo en cuenta que $t=8$, el resultado sería el siguiente:

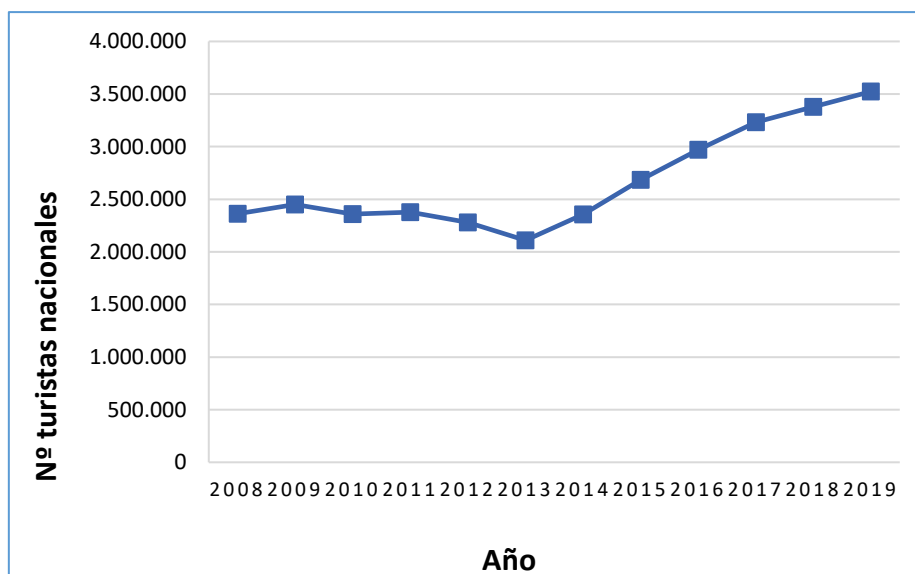
$$T(t) = 2.216.085,71 + 334.339,28 * 8$$

$T(t) = 4.890.799,95$ turistas totales estimados en alojamientos rurales para el año 2020, con una fiabilidad del 98,35%.

Además de las cifras totales, también analizaremos por separado las cifras de turistas nacionales y extranjeros. Al igual que en el caso anterior, se tomará como referencia el periodo 2013-2019 para realizar el estudio clásico por series temporales, con el fin de homogeneizar los datos y los resultados.

En el gráfico 4.11 aparecen representados los datos de turistas nacionales que se hospedaron en alojamientos de turismo rural entre los años 2008-2019. Tal y como se observa en el gráfico, la tendencia es constante hasta el año 2013, al igual que en el caso de las cifras de turistas totales. Es a partir de ese año cuando las cifras presentan una tendencia creciente.

Gráfico 4.11. Cifra anual de turistas nacionales en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019a. Elaboración propia

Como ya se indicó, se tomarán como referencia los datos para el periodo 2013-2019. Puesto que la tendencia es creciente, aplicaremos el método analítico para estimar la recta de tendencia. Los resultados obtenidos para calcularla se muestran en la tabla 4.2.

Tabla 4.2. Valor de los parámetros de la recta de tendencia y coeficiente de determinación (R^2) para la cifra de turistas nacionales

a	1.917.914,28
b	244.028,57
R^2	98,11%

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, la recta que se obtiene tiene la siguiente expresión:

$$T(t) = 1.917.914,28 + 244.028,57 * t$$

Como las cifras de turistas nacionales hospedados en alojamientos de turismo rural han ido en aumento durante el periodo estudiado (2013-2019), la pendiente de la recta es positiva. En cuanto al coeficiente de determinación, es de 98,11%, que indica el porcentaje de variación en el número de turistas que explica la recta de tendencia a lo largo del tiempo.

Una vez obtenida la expresión de la recta, y teniendo en cuenta que $t=8$, se puede predecir el número de turistas nacionales hospedados en alojamientos de turismo rural para el año 2020.

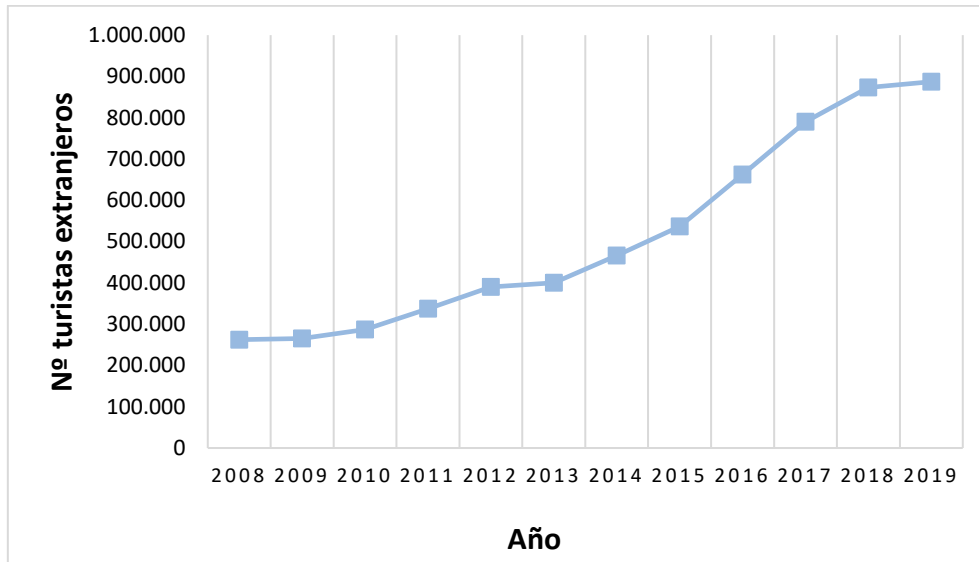
$$T(t) = 1.917.914,28 + 244.028,57 * 8$$

$T(t) = 3.870.142,84$ turistas nacionales estimados en alojamientos rurales para el año 2020, con una fiabilidad del 98,11%.

Por último, analizaremos los datos de turistas extranjeros hospedados en alojamientos de turismo rural entre los años 2008-2019. Los datos aparecen representados en el gráfico 4.12, y en él se puede observar una tendencia creciente a lo largo de todo este periodo, a diferencia de las cifras de turistas totales y nacionales, en cuya representación se observaba un marcado cambio de tendencia; era constante hasta 2013, y creciente a partir de ese mismo año. Puesto que la tendencia de la cifra de turistas extranjeros es constante durante los años 2008-2019, el análisis de series temporales se podría hacer para ese

periodo, pero se hará para el periodo 2013-2019, como ya se comentó, con el fin de homogeneizar los datos y los resultados.

Gráfico 4.12. Cifra anual de turistas extranjeros en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019



Fuente: Instituto Nacional de Estadística, 2019a. Elaboración propia

Puesto que la tendencia es creciente, aplicaremos el método analítico para estimar la recta de tendencia. Los resultados obtenidos del periodo 2013-2019 para calcularla se muestran en la tabla 4.3.

Tabla 4.3. Valor de los parámetros de la recta de tendencia y coeficiente de determinación (R^2) para la cifra de turistas extranjeros

a	298.171,43
b	90.310,71
R^2	97,46%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a estos parámetros, la recta tiene la siguiente expresión:

$$T(t) = 298.171,43 + 90.310,71 *t$$

La pendiente de la recta es positiva, resultante del continuo incremento del número de turistas extranjeros que se hospedan en alojamientos de turismo rural entre los años 2013

y 2019. El coeficiente de determinación es de 97,46%, que indica el porcentaje de variación en el número de turistas que explica la recta de tendencia a lo largo del tiempo. Una vez obtenida la expresión de la recta se puede pasar a predecir el número de turistas extranjeros que se hospedarán en alojamientos de turismo rural en el año 2020, considerando $t=8$.

$$T(t) = 298.171,43 + 90.310,71 * 8$$

$T(t) = 1.020.657,11$ turistas extranjeros estimados en alojamientos rurales para el año 2020, con una fiabilidad del 97,46%.

Se puede concluir, por tanto, que de los 4.890.799,95 turistas totales que se estiman que se hospeden en alojamientos de turismo rural en España en el año 2020, 3.870.142,84 sean residentes en España y 1.020.657,11 sean residentes en el extranjero. Estas predicciones se realizan con una validez de alrededor de un 98%.

5. IMPACTOS DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

El turismo rural, al igual que otras tipologías de turismo, causa grandes impactos, tanto positivos como negativos, a nivel económico, social y ambiental en los lugares donde se practica. Hay que tener en cuenta que las áreas rurales son mucho más vulnerables al turismo que, por ejemplo, las áreas urbanas. Es por ello, que para poder lograr un desarrollo sostenible de las áreas rurales, estos tres factores (económico, social y ambiental) deben ser controlados y equilibrados, a partir de una planificación turística eficiente, que sea capaz de minimizar los impactos negativos y de aprovechar al máximo los positivos (Crosby y Prato, 2009b).

En los cuadros 5.1, 5.2 y 5.3, se describen, respectivamente, los tres tipos de impactos que causa el turismo en el medio rural.

5.1. IMPACTOS ECONÓMICOS

Cuadro 5.1. Impactos económicos del turismo rural

Positivos	Negativos
Generación de rentas y beneficios	Incompatibilidad con otras actividades
Creación de empleo	Inflación
Mejora de la distribución de la renta	Estacionalidad de los empleos
Mayor control sobre precios	Distorsiones en la economía local
Gran potencial para atraer inversiones	Excesiva dependencia del turismo
Diversificación económica	Especulación

Fuente: Crosby y Prato, 2009b. Elaboración propia

5.2. IMPACTOS SOCIALES

Cuadro 5.2. Impactos sociales del turismo rural

Positivos	Negativos
Mejora de la calidad de vida	Conflictos sociales derivados del establecimiento de lujo en lugares de pobreza
Interés de la comunidad local por su cultura y tradiciones	Tensión social derivada de la creación de empleos con salarios superiores a la media
Preservación de monumentos y recursos	Dependencia de los ingresos del turismo
Movilidad social en localidades muy jerarquizadas	Aumento de las actividades delictivas
Intercambio cultural	Desculturización del destino y estereotipos

Fuente: Crosby y Prato, 2009b. Elaboración propia

5.3. IMPACTOS AMBIENTALES

Cuadro 5.3. Impactos ambientales del turismo rural

Positivos	Negativos
Rentabilización de los recursos naturales	Degradación del entorno
Conservación del entorno	Desarrollo urbano no integrado en el paisaje
Creación de Áreas Naturales Protegidas	Congestión tráfico-ruido
Sensibilización de los turistas	Rivalidad por la utilización de recursos y suelo

Fuente: Crosby y Prato, 2009b. Elaboración propia

6. CONCLUSIONES

El turismo rural es una nueva forma de turismo que surge como respuesta a las distintas preferencias de la demanda turística en España. En los años 60 del siglo XX, el éxodo rural desplazó a gran parte de la población joven a las ciudades debido a la crisis del campo, por lo que los primeros viajes rurales se realizaban con el fin de conocer los antepasados. La primera forma de turismo rural organizado en España fue el Programa Vacaciones en Casas de Labranza, cuya finalidad principal era aportar rentas complementarias a la agricultura. En los años 80 del siglo XX, coincidiendo con la etapa de madurez del turismo de “sol y playa”, los turistas se empezaron a interesar por conocer el interior de España.

Puesto que España no fue el primer país europeo en el que se realizó turismo rural, siguió el camino de los demás países en su origen y posterior desarrollo. Por otro lado, los programas LEADER de los Fondos Comunitarios Europeos, que contribuyeron al desarrollo de las zonas rurales, supusieron un gran empuje del turismo rural, al enfatizarlo como agente clave para el desarrollo.

El turista actual demanda productos de calidad e innovadores y destinos no masificados. El turismo rural satisface sus necesidades, razón por la que ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años. El turista ha ido perdiendo el interés en sus raíces rurales y ahora se siente mucho más atraído por la belleza natural que caracteriza el medio natural. En consecuencia, a la vez que han ido cambiando las características de la

demanda, la oferta de turismo rural también lo ha hecho; los productos rurales deben estar constantemente adaptándose a sus nuevas necesidades, pero siempre a través de una planificación ordenada para garantizar el éxito.

Las motivaciones por las que se realiza turismo rural en la actualidad son principalmente para estar con amigos/familia, para buscar el relax y para estar en contacto con la naturaleza. En cuanto a las tipologías de turismo rural, hay tantas como motivaciones tenga el turista rural, por lo que podemos encontrar turismo de naturaleza, turismo activo, agroturismo, turismo de salud, etc.

La falta de profesionalidad a la hora de gestionar los negocios de turismo rural, junto a las dificultades para definir el turismo rural por parte de los operadores turísticos, hace que los productos ofertados sean poco competitivos. No se aprovechan los atractivos de autenticidad y singularidad que caracteriza al medio rural, por lo que la oferta resulta ser estandarizada y homogénea, basando su competencia en el factor precio. Por otra parte, las distintas necesidades de la demanda favorecen la creación de actividades complementarias y de productos dirigidos a nichos de mercado concretos, contribuyendo así a diversificar la oferta y a aumentar la rentabilidad a largo plazo.

Por otro lado, se observa que el turismo rural, además de la estacionalidad, presenta problemas en cuanto a la planificación de los alojamientos, derivados de la falta de homogeneidad jurídica que hay entre las comunidades autónomas. Puesto que es una tipología turística con un gran futuro en España, es preciso crear un sistema de organización común, con el fin de satisfacer de una manera óptima las necesidades de la demanda, creando productos de calidad. Actualmente, son muchos los establecimientos que se adhieren a certificaciones de calidad como la “Q de calidad” o las “Espigas de Asetur”, para transmitir fiabilidad al cliente.

Tal y como muestran las estadísticas, en los últimos años se ha observado un crecimiento en el número de turistas rurales, con mayor afluencia de nacionales que de extranjeros. Castilla y León es la comunidad autónoma que más alojamientos de turismo rural posee y la que más turistas nacionales acogió en el año 2019, mientras que las Islas Baleares es la comunidad que más extranjeros recibió en ese mismo año, la mayoría procedentes de Alemania.

Puesto que el número de turistas rurales ha aumentado, también lo ha hecho, en consecuencia, el número medio de establecimientos de alojamiento rural abiertos

anualmente.

A pesar de este crecimiento de turistas y de número de establecimientos, la estancia media descendió en el periodo 2007-2019, tal y como indican las cifras del Instituto Nacional de Estadística, pasando de 3 días a 2,65, siendo Canarias la comunidad autónoma que presentó una estancia media más alta en el año 2019.

También ha bajado el grado de ocupación medio entre los años 2007 y 2019, que fue descendiendo hasta el año 2013. Fue a partir de este año cuando empezó a aumentar, situándose en el 19,16% en el año 2019. La comunidad autónoma con un grado de ocupación más alto en el año 2019 fueron las Islas Baleares con un 53,30%.

Por otro lado, los resultados extraídos en el análisis empírico de series temporales indican que el número de turistas hospedados en alojamientos de turismo rural aumentará en el año 2020 con respecto al 2019, tanto en turistas nacionales y extranjeros. Se pasará de 4.410.900 turistas totales en 2019 a 4.890.799,95 en 2020, por lo que se esperan a 479.899,95 turistas más con respecto al año anterior. En el caso de los turistas nacionales, se contabilizaron 3.523.700 en el año 2019 y se predicen 3.870.142,84 en el año 2020, es decir, 346.442,84 turistas más. También se espera que aumente el número de turistas extranjeros, pasando de 887.200 turistas en el año 2019 a 1.020.657,11 en el año 2020, con un aumento de 133.457,11 turistas. Se puede concluir, por tanto, que el número de turistas, en condiciones normales, seguirá aumentando en el año 2020 y, siguiendo la tendencia de los años anteriores, se espera un mayor número de turistas nacionales que de extranjeros.

Para finalizar, cabe destacar que los impactos que generan el turismo rural en el entorno y la sociedad pueden llegar a ser muy agresivos si no se realiza de una forma responsable, lo que haría que se perdieran los atractivos que lo caracterizan. Es por ello, que la sostenibilidad debe jugar un papel fundamental a la hora de producirlo y consumirlo.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Española de Turismo Rural. (2020). *Asociación Española de Turismo Rural*.
<http://www.ecoturismorural.com/index.php?accion=clasificaciones>
- Bardón, E. (1990). Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo. *Estudios Turísticos*, 108, 61-83.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2205226>
- Blanco, F. J. (1996). Fundamentos de la política comunitaria española en materia de turismo rural. *Instituto de Estudios Turísticos*, 131, 25-49.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2199446>
- Calidad Turística Española*. (s. f.). Recuperado 31 de marzo de 2020, de
<http://www.calidadturistica.es/>
- Cánoves, G., Garay, L., y Duro, J. A. (2012). Turismo rural en España. Avances y retrocesos en los últimos veinte años. *Papers de Turisme*, 51, 7-21.
<http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/194/161>
- Cánoves, G., Herrera, L., y Blanco, A. (2005). Turismo Rural en España: Un análisis de la evolución en el contexto europeo. *Cuadernos de Geografía*, 77, 41-58.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2091297>
- Carazo, L. (1982). El turismo rural como recurso de la población agraria. *Revista de Estudios Agrosociales*, 120, 118-130.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2172627>
- Cebrián, A. (2008). El Turismo Rural Sostenible. En F. Cebrián Abellán (Ed.), *Turismo Rural y Desarrollo Local* (pp. 49-56). Ediciones de la Univesidad de Castilla-La Mancha.
- Club Rural. (2018). *Barómetro del turismo rural en España. Segundo semestre 2018*.
<https://www.clubrural.com/barometro-turismo-rural/barometro-turismo-rural-2-semestre-2018.pdf>
- Club Rural. (2019). *Barómetro del Turismo Rural en España. Segundo semestre 2019*.
<https://www.clubrural.com/barometro-turismo-rural/barometro-turismo-rural-2-semestre-2019.pdf>
- Crosby, A., y Prato, N. (2009a). Fundamentos y Retos del Turismo Rural. En A. Crosby (Ed.), *Re-inventando el turismo Rural. Gestión y desarrollo* (pp. 21-49). LAERTES.

- Crosby, A., y Prato, N. (2009b). Los sistemas del Turismo Rural: elementos económicos, sociales y ambientales. En A. Crosby (Ed.), *Re-inventando el turismo Rural. Gestión y desarrollo* (pp. 51-81). LAERTES.
- Galiano, E. (1991). El turismo rural en España. *Estudios Turísticos*, 110, 39-46. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2205059>
- García, B. (2008). Características diferenciales del turismo rural y estrategias de comercialización. En *Turismo Rural y Desarrollo Local* (pp. 251-260). Ediciones de la Univesidad de Castilla-La Mancha.
- Gutiérrez, R. (s. f.). *España a Través de los Mapas*. Instituto Geográfico Nacional. Recuperado 25 de marzo de 2020, de https://www.ign.es/espmap/figuras_turismo_bach/Turismo_Fig_01.htm
- ICTE. (2019). *Q de calidad turística: alojamientos rurales por región España 2019*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/554365/alojamientos-rurales-certificados-con-la-q-de-calidad-turistica-por-comunidad-autonoma-en-espana/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019a). *Cifra anual de turistas en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/511447/alojamientos-de-turismo-rural-numero-anual-de-viajeros-en-espana/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019b). *Estancia media en alojamientos de turismo rural en España entre 2007 y 2019*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/511480/alojamientos-de-turismo-rural-estancia-media-en-espana/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019c). *Estancia media en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/507648/promedio-de-pernoctaciones-en-alojamientos-de-turismo-rural-en-espana-por-comunidad-autonoma/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019d). *Evolución anual del grado de ocupación medio ponderado por plazas en alojamientos de turismo rural en España entre 2007 y 2019*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/511503/grado-de-ocupacion-medio-por-plazas-en-casas-rurales-en-espana/>

- Instituto Nacional de Estadística. (2019e). *Grado de ocupación medio ponderado por habitaciones en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/507673/ocupacion-de-habitaciones-en-alojamientos-de-turismo-rural-en-espana-por-comunidad-autonoma/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019f). *Media anual de establecimientos de alojamiento de turismo rural entre 2008 y 2019*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/511487/alojamientos-de-turismo-rural-numero-de-establecimientos-en-espana/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019g). *Número de turistas internacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma (en miles)*. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/507629/alojamientos-de-turismo-rural-viajeros-internacionales-en-espana-por-comunidad-autonoma/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019h). *Número de turistas nacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2019, por comunidad autónoma*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/507623/alojamientos-de-turismo-rural-viajeros-nacionales-en-espana-por-comunidad-autonoma/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019i). *Número de viajeros internacionales hospedados en alojamientos de turismo rural en España en 2018, por país de residencia*. Statista. <https://es-statista-com.unileon.idm.oclc.org/estadisticas/514900/alojamientos-de-turismo-rural-viajeros-internacionales-en-espana-por-residencia/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2020). *Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural*. https://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/meto_eotr.pdf
- Mediano, L., y Vicente, A. (2002). Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. *Boletín Económico de ICE*, 2741, 25-36. https://www.academia.edu/24282116/Análisis_del_concepto_de_turismo_rural_e_implicaciones_de_marketing
- Melgosa, F. J. (2010). Evolución del marco normativo del Turismo Rural en España. Nuevos tiempos, nuevas normas. En F. J. Jiménez Moreno (Ed.), *Estudios de*

- turismo rural y cooperación entre Castilla y León y Portugal* (pp. 65-112). Ediciones Universidad de Salamanca. <https://gredos.usal.es/handle/10366/122127>
- Molina, A. (2008). Comunicación e imagen de productos y destinos turísticos. En *Turismo Rural y Desarrollo Local* (pp. 241-249). Ediciones de la Univesidad de Castilla-La Mancha.
- Observatorio de Turismo Rural. (2015). *El problema de la estacionalidad del turismo rural*. <http://www.escapadarural.com/observatorio/el-problema-de-la-estacionalidad/>
- Observatorio de Turismo Rural. (2016). *Ilegalidad, estacionalidad y exceso de oferta, las grandes preocupaciones del turismo rural*. Escapada Rural. <http://www.escapadarural.com/observatorio/ilegalidad-estacionalidad-y-exceso-de-oferta-las-grandes-preocupaciones-del-turismo-rural/>
- Pulido, J. I. (2008). La estructura de los mercados turísticos. Especial referencia al turismo rural. En Servicio de Publicaciones de la Universidad de Castilla-La (Ed.), *Turismo Rural y Desarrollo Local* (pp. 109-121). Ediciones de la Univesidad de Castilla-La Mancha.
- Red Española de Desarrollo Rural. (2008). *Metodología LEADER*. <http://www.redr.es/es/portal.do?IDM=125&NM=3>
- Red Natural Nacional. (2020). *LEADER*. <http://www.redruralnacional.es/leader1>
- Rodriguez, J. (2011, agosto 10). Certificaciones de calidad en turismo rural. *Escapada Rural*. <https://www.escapadarural.com/blog/propietarios/certificaciones-de-calidad-en-alojamientos-rurales/>
- Romero, E., Romero, V., y Vargas, A. (2011). El turismo rural y el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche de la provincia de Huelva (España): una visión de futuro. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(4), 503-517. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.050>

8. ANEXO

Tabla 8.1. Número de alojamientos rurales certificados con la Q de Calidad Turística en España en 2019, por comunidad autónoma

<i>Comunidad autónoma</i>	<i>Nº alojamientos</i>
Galicia	28
Navarra	8
Castilla La Mancha	8
Canarias	2
Asturias	2
Castilla y León	2
País Vasco	1
Murcia	1
Comunidad Valenciana	1
Andalucía	1

Tabla 8.2. Cifra anual de turistas en alojamientos de turismo rural en España 2008-2019

Año	Residentes España	Residentes en el extranjero	Nº total turistas
2008	2.361.000	262.400	2.623.400
2009	2.448.900	265.400	2.714.300
2010	2.360.600	286.800	2.647.400
2011	2.378.600	337.400	2.716.000
2012	2.280.000	390.300	2.670.300
2013	2.109.500	400.000	2.509.500
2014	2.356.700	466.300	2.823.000
2015	2.685.600	536.700	3.222.300
2016	2.971.300	662.300	3.633.600
2017	3.233.600	790.400	4.024.000
2018	3.377.800	873.000	4.250.800
2019	3.523.700	887.200	4.410.900