

# Problemas de sostenibilidad del

ata, citation and similar papers at [core.ac.uk](http://core.ac.uk)

brought to you

provided by Portal de Revistas Científicas

## turismo rural en España

CARMEN VÁZQUEZ VARELA

Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio, Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades,  
Universidad de Castilla-La Mancha. Grupo de Investigación TERRITURAL  
Carmen.Vazquez@uclm.es

FERNANDO MARTÍN GIL

Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid. Grupo de Investigación TERRITURAL  
f.martin@uam.es

Recibido: 20 de Septiembre de 2010

Enviado a evaluar: 1 de Octubre de 2010

Aceptado: 24 de Febrero de 2011

### RESUMEN

El turismo rural en España tiene planteados una serie de problemas que pueden obstaculizar su sostenibilidad a medio y largo plazo. Aunque en algunos territorios se detectan impactos derivados de la superación de la capacidad física de acogida, los principales conflictos a medio y largo plazo conciernen a la esfera socioeconómica del fenómeno. La descoordinación entre agentes públicos y privados, el predominio de oferta basada en un modelo genérico "rural", estandarizada y apenas diferenciable por el mercado, la amplia presencia de microempresariado entre el que abundan los ocupados pluriactivos sin capacidad financiera y con escaso tiempo para cualificarse, innovar, invertir en promoción y comercialización y trabajar en red son problemas a resolver para garantizar la sostenibilidad del sector en modelos de bajo impacto ambiental que, a la vez, generen empleo, rentas y servicios fundamentales para la calidad de vida y el desarrollo rural.

**Palabras clave:** Sostenibilidad turística, oferta genérica "rural", microempresariado, empresariado tradicional, nuevo perfil del empresariado, pluriactividad, descoordinación entre agentes, calidad turística, innovación turística.

## Sustainability issues of rural tourism in Spain

### ABSTRACT

Rural tourism in Spain faces a number of problems that may hinder their sustainability in the medium and long term. Although in some areas impacts are identified due to the overcoming of the carrying capacity, the main conflicts in the medium and long term concern the socio-economic sphere of the phenomenon. The mismatch between public and private agents, the preponderance of an offer based on stereotypes of the "rural", standardized and barely distinguishable by the market, the widespread presence multiple-job holding among micro-entrepreneurs, without financial capacity and time constraints to qualify, innovate, invest

in promotion and marketing and networking, are problems to be solved to ensure the sustainability of the sector favoring models of low environmental impact which, in turn, promote employment, incomes and basic services improving the quality of life and rural development.

**Keywords:** Sustainable tourism, generic supply rural, micropromoters, traditional promoter, new promoter profile, pluriactivity, lack of coordination between agents, tourist quality, tourism innovation

## PROBLÈMES DE DURABILITÉ DU TOURISME RURAL EN ESPAGNE

### RÉSUMÉ

Le tourisme rural en Espagne a posés une série de problèmes qui peuvent empêcher leur aptitude à soutenir des opérations prolongées à moyen et long terme. Bien que dans quelques territoires on détecte déjà des impacts dérivés du dépassement de la capacité physique d'accueil, les principaux conflits à moyen et long terme concernent à la sphère socio-économique du phénomène. Le manque de coordination entre des agents publics et privés, la prédominance d'offre basée un modèle générique de ce qui est «rural», normalisée et à peine différenciable par le marché, la vaste présence de micro-entrepreneurs entre lequel abondent ceux occupés dans plus d'une activité sans capacité financière et avec un faible temps pour qualifier, innover, investir en promotion et commercialisation et travailler en réseau, sont des problèmes à résoudre pour garantir un développement durable du secteur qui en même temps produit des emplois, revenus et services fondamentaux pour la qualité de la vie et le développement rural.

**Mots-clés:** Le tourisme durable, génériques approvisionnement rural, microemployeur, d'affaires traditionnels, nouveau profil d'employeur, pluriactivité, manque de coordination entre les agents, qualité touristique, l'innovation touristique

### 1. INTRODUCCIÓN

Aunque el principio general y el descubrimiento de los problemas que lo definen se remontan a más de un centenar de años, el concepto de sostenibilidad, en su triple dimensión ambiental, social y económica, se acuña en la *Cumbre Mundial de Río de Janeiro* (1992). A partir de entonces y con el apoyo de los medios de comunicación, se propagará proporcionando significado al principio de la conservación y a la relación entre esta y desarrollo.

El concepto de sostenibilidad económica no tardó en impregnar los diferentes sectores de la producción, incidiendo, quizás con mayor relevancia que en otros sectores, en el turismo. La UNESCO declaró el período 1988-1997 como *Década Mundial del Desarrollo Cultural y el Turismo Duradero*, declaración que precede a numerosos foros internacionales preocupados por los efectos territoriales del turismo y los principios de la sostenibilidad, conceptos que no tardaron en comenzar a ser asumidos por la economía y la política internacional. En 1995 la Organización Mundial del Turismo celebró la *Conferencia Mundial de Turismo*

*Sostenible*<sup>1</sup>; en 1999, la *Conferencia Internacional sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo* y en el 2000 el *Seminario de Turismo Sostenible y Competitividad en las Islas del Mediterráneo*. Abundando en el interés despertado por estos eventos, la organización celebró, en 2002 el *Año Internacional del Ecoturismo*<sup>2</sup>, y a finales del 2003 constituyó el *Comité Mundial de Ética Turística* (CEMT), institución que, entre otras acciones, confeccionó el *Código Ético Mundial para el Turismo*.

Una de las circunstancias que, a pesar de los cambios y las experiencias recientes, sigue creando una imagen benévola del turismo es la convicción de que los servicios y la afluencia de visitantes, en oposición a la producción industrial, son prácticas de ocio, recreación y turismo que apenas provocan deterioro en los recursos y los territorios ofertados. ¿Qué puede deteriorar un turista o un grupo de turistas cargados de optimismo lúdico y cámaras fotográficas?. En comunión con esa convicción y por tratarse de un potente instrumento para la generación de rentas y empleo, el turismo ha sido considerado con excesiva frecuencia sólo desde la perspectiva positiva de sus consecuencias, valorándose en menor medida sus efectos nocivos si bien, como señala Muñoz de Escalona “*no hay turismo significativo si no es masivo (...) y no hay patrimonio cultural y natural que resista la masificación sin incurrir en unos gastos que pueden desbordar los ingresos*” (Muñoz de Escalona, 2004).

Como muchas otras actividades económicas, el turismo genera riqueza, empleo, inversión, mejoras de las infraestructuras de comunicación, creación de tejido empresarial y cambios culturales. Todo ello redundará en la mejora de los niveles de renta, de las cifras de desempleo y de las expectativas socioeconómicas de las poblaciones que residen en las áreas receptoras. Las consecuencias de estos impactos positivos, especialmente en espacios económicamente desfavorecidos o subdesarrollados, se han impuesto en términos generales a los posibles efectos nocivos que, por distintos motivos, han sido consciente o inconscientemente obviados o sencillamente asumidos en beneficio del desarrollo económico. De este modo no faltan ejemplos de países o regiones económicamente pobres o marginales que, deseosas de prosperidad, han visto en el turismo la solución a sus dificultades históricas, el remedio al subdesarrollo, la pobreza, la carencia de infraestructuras y el freno a la emigración. Así mismo, el sector empresarial, interesado en la apertura de nuevos mercados y áreas de inversión vírgenes, ha observado con prontitud las ventajas de esos destinos potenciales, a lo que se suma el atractivo que estos generan en una demanda que busca nuevos rumbos, baratos, sugerentes y con

---

1 La Conferencia Mundial de Turismo Sostenible de la OMT se celebró en Lanzarote los días 27 y 28 de abril de 1995. En ella se aprobó la Carta Mundial del Turismo Sostenible que establecen los principios básicos para un turismo más respetuosos con los recursos naturales, la economía y la sociedad.

2 Con motivo del Año Internacional del Ecoturismo celebró en Québec (Canadá), en mayo de 2002, la Cumbre Mundial del Ecoturismo a iniciativa de la OMT y bajo el amparo del Programa para el Medio Ambiente (PNUMA) de la ONU.

capacidad de atracción por sus valores naturales o culturales. Una prueba fehaciente de la visión del turismo como herramienta de desarrollo económico la ofrecen tanto el *Código Ético Mundial para el Turismo* como la campaña “*El Turismo es Riqueza*”, iniciada en febrero de 2004 por la OMT. Sin embargo, el desarrollo del turismo, especialmente en espacios rurales, no está exento de riesgos, de forma que numerosos especialistas coinciden en señalar la necesidad de promoverlo en conexión con las nuevas necesidades ligadas a la calidad de vida, la protección del medioambiente y del patrimonio cultural.

Una de las claves para avanzar hacia modelos turísticos sostenibles se basa, considerando las experiencias registradas en la Unión Europea, en el diseño y comercialización de una oferta difusa en el territorio y de calidad que consiga una presentación eficaz del producto, mediante su denominación clara y transparente, y logre generar una imagen atractiva capaz de captar la atención de mercados cada vez más segmentados, informados, cualificados y exigentes. Desde este presupuesto, la calidad supone huir de modelos basados casi exclusivamente en el crecimiento indefinido de la capacidad de acogida de las infraestructuras básicas (alojamiento y restauración) y dirigir los esfuerzos hacia la creación de productos de calidad y singulares y su comercialización selectiva en mercados con alta capacidad de consumo. Apostar, en definitiva, por la cualidad frente a la cantidad para evitar que demasiado turismo acabe siendo perjudicial para el desarrollo sostenible de los territorios, para reducir los riesgos de estancamiento sectorial y de retroceso de la rentabilidad de las empresas, minimizar la pérdida de la peculiaridad, autenticidad y singularidad de la oferta turística de los territorios y evitar la degradación de los recursos patrimoniales, problemas que ya comienzan a detectarse en los espacios rurales españoles (Martín Gil y Martín Hernanz, 2008).

Los espacios rurales, además de conservar las funciones tradicionales de producción de materias primas agrarias y minerales, desempeñan otras como el mantenimiento de los equilibrios ambientales, la reserva de suelo y de patrimonio natural y cultural. En un contexto donde la sociedad y la organización del espacio responden a las necesidades de un mundo urbano, desde una perspectiva global y estratégica ya no interesa tanto ocupar físicamente todo el territorio, ni que todo el espacio rural mantenga población ni que esta trabaje mayoritariamente en actividades agrarias. En este sentido, los pueblos que se intuyen a cuarenta o cincuenta años vista no tendrán más que una minoría de agricultores, siendo los servicios, las actividades industriales de transformación de materias primas agrarias y naturales y los trabajos ambientales las actividades que ocupen a la mayor parte de sus poblaciones. Ante este escenario Europa ha puesto especial interés en conservar la actividad agraria como fórmula para mantener el paisaje como expresión de la identidad regional, soporte de actividades económicas como el turismo y recurso fundamental para la calidad de vida. Pero ¿es posible conservar un paisaje sin mantener, tal cual era, la actividad económica y la cultura productiva que lo generó? (García Merino, 2004).

Una de las respuestas que la Política Agraria Comunitaria (PAC) aplica a estos problemas es el refuerzo, incluido el apoyo financiero, del concepto de desarrollo

rural. La PAC lo considera como su segundo pilar, y ha diseñado un modelo de espacio rural donde la agricultura cede su protagonismo a otras actividades pero en el que, también, se pretende que aporte otras prestaciones además de las puramente productivas, en el marco de la denominada agricultura multifuncional (Barbero Martín, 2004). Por su repercusión en las rentas, la mayor parte de los escenarios preconizan un incremento de las actividades para-agrarias y de otro tipo realizadas en las explotaciones o vinculadas a ellas (agroturismo, energía eólica, conservación y gestión de la naturaleza y el paisaje), es decir, nuevas vocaciones que aumentarán las posibilidades de desarrollo, pero que todavía tienen una incidencia modesta.

La realidad del mundo rural español es muy variada, presentando múltiples contrastes según los territorios y el tipo de ruralidad dominante, de forma que globalmente podemos distinguir tres grandes categorías de espacios rurales, que a su vez incluyen una amplia gama de situaciones: las zonas rurales dinámicas, periurbanas o con un entorno natural atractivo, sometidas a un proceso de expansión urbana que puede suponer la pérdida del carácter rural y exige el control del uso del suelo; las zonas rurales intermedias, de economía diversificada o de perfil agrario modernizado y una población estable; y las zonas rurales profundas, que conservan su carácter rural, constreñidas por el declive de la agricultura y la despoblación, en donde es necesario soslayar la excesiva dependencia respecto a estructuras monosectoriales arcaicas.

Cada espacio rural puede evolucionar de acuerdo con una serie de parámetros, cuantitativos y cualitativos, entre los que se distinguen cuatro principales de carácter económico, social, político y cultural cuya conjugación facilita a Marsden *et al.* (1993) la división de estos territorios en otras tantas grandes categorías: los espacios preservados (áreas atractivas ambientalmente y de relativo fácil acceso, donde la toma de decisión local está dominada por los criterios de preservación del espacio); los espacios contestados (áreas muy afectadas por el fenómeno del *commuter* y no especialmente atractivas en términos ambientales); los paternalistas (con amplia presencia de grandes explotaciones, donde sus propietarios continúan dominando la estructura social y el juego político); y los clientelares (donde predomina el corporativismo agrícola y suelen ser áreas rurales desfavorecidas). Obviamente, estos espacios constituirían áreas ideales, consecuencia de los procesos globales de reestructuración socioeconómica, entre las que existirían numerosos tipos intermedios.

Salvo excepciones, las perspectivas de renovación y dinamización de las zonas rurales parecen depender cada vez menos del sector agrario y cada vez más de nuevas actividades, industriales y terciarias, cuya emergencia implica una mayor diversidad de la base productiva basada en el aprovechamiento del potencial de desarrollo endógeno, pero no ajena a propuestas que incluyan la incorporación de recursos exógenos. La diversidad de espacios rurales exige el planteamiento de estrategias de desarrollo diferenciadas, basadas en sus recursos, en sus ventajas comparativas y en su dinamismo local, y apoyadas en actuaciones encaminadas a la dotación de infraes-

estructuras, al fortalecimiento de la red de asentamientos, y que faciliten la puesta en valor de sus capacidades de desarrollo endógeno.

Como señala Ortega Valcárcel (2004), una política de futuro para las áreas rurales debe contemplar no sólo la pluriactividad de los agricultores, sino más bien el complemento de rentas por la vía del empleo alternativo para otros miembros de la familia, al mismo tiempo que la posibilidad de desarrollar otros empleos fuera del marco agrario. Es esencial al respecto considerar que sólo pueden ser viables un desarrollo sostenido y la estabilidad de la población si se asegura el acceso al mercado laboral de la población joven y de las mujeres, creando empleo local apoyando iniciativas de carácter inversor o empresarial, o promoviendo su incorporación a los mercados laborales comarcales y regionales favoreciendo una accesibilidad física suficiente para mantener desplazamientos diarios equivalentes a los metropolitanos o urbanos.

La revalorización social de ciertos entornos naturales y rurales implica una nueva relación campo-ciudad donde a las funciones productivas tradicionales de las zonas rurales se unen, entre otras, las vinculadas con el ocio y la recreación. Esta nueva funcionalidad, generadora de oportunidades para el desarrollo, también condiciona las posibilidades de creación de nuevas actividades económicas en el campo y las interrelaciones entre visitantes y población local (Moltó y Hernández, 2004). El escaso conocimiento de la población urbana de los medios rurales determina, por ejemplo, que los espacios puestos en valor, mediante su incorporación al mercado turístico, con frecuencia no son más que estereotipos de lo que los urbanitas piensan que es el medio rural. Estereotipos que no tienen porque coincidir con el medio rural real. Así, en la revalorización de estos espacios se utiliza una serie de recursos, como los relacionados con la práctica de deportes de aventura (puenting, rafting, rapel, barranquismo, descenso de cañones...) que no son propios del medio rural, sino que derivan de transposiciones de modos de vida urbanos a un contexto rural. De hecho, los deportes de aventura distan mucho de ser rurales porque los habitantes de estos medios no desafiaban a la naturaleza, sino que trataban de conocerla para no arriesgar su vida de forma innecesaria. Un barranco, una pared de roca, una cumbre, la nieve, no eran elementos atractivos en los que buscar aventuras sino obstáculos a los que sólo se enfrentaban cuando no quedaba más remedio. Como resultado de ese desconocimiento y de los factores que justifican esos desplazamientos los urbanitas en numerosas ocasiones "crean" y/o demandan su propio medio rural, un ámbito idílico en el que buscan aquello que les resulta atractivo, despreciando o rechazando los elementos que no se corresponden con su modelo estereotipado y olvidando que no es tan idílico para sus propios habitantes ya que no es lo mismo carecer de determinados servicios durante un período que rara vez supera los 30 días, normalmente en verano, que estar sin ellos todo el año. Esta visión atractiva, pero distorsionada de los medios rurales desde una mentalidad urbana, que pretende crear un lugar donde el urbanita "descanse" de su rutina diaria, puede ser interesante para el desarrollo rural, al proporcionar condiciones para generar ingresos procedentes de actividades no agrarias, pero también induce profundas transformaciones socioeconómicas y puede favorecer la degradación del patrimonio rural.

## 2. EL MODELO DE TURISMO RURAL ESPAÑOL: EVOLUCIÓN RECIENTE Y SITUACIÓN ACTUAL

En los últimos años se ha producido un elevado crecimiento de la actividad turística en el medio rural español<sup>3</sup> que está permitiendo la lenta consolidación de esta categoría turística en un mercado caracterizado, durante décadas, por el “monocultivo” del turismo de litoral, y el refuerzo de una estructura empresarial rural atomizada y difusa que empieza a despertar interés entre los grandes operadores turísticos.

En España, el fomento del turismo rural responde, en su origen, a la necesidad de encontrar argumentos para el desarrollo para áreas rurales en crisis. Es por ello que, en las últimos veinticinco años las administraciones públicas han instrumentado una amplia batería de medidas políticas, normativas y financieras para favorecer en estas zonas procesos de desarrollo turístico que permitan, si no sustituir a los sectores en crisis, sí, al menos, diversificar las estructuras productivas para evitar o minimizar su declive socioeconómico. El despegue y posterior desarrollo del turismo rural en España se deben en buena medida a los apoyos recibidos desde las diferentes administraciones públicas que han puesto en marcha políticas de fomento de la oferta, conservación y puesta en valor de recursos, creación de destinos, promoción y comercialización y formación de capital humano desde perspectivas integrales o sectoriales. Ya en las primeras experiencias de este tipo, localizadas en Asturias, Huesca, Lérida y Navarra, coincidiendo con nuestra incorporación a la CEE, los apoyos públicos comenzaron a llegar desde el Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agraria<sup>4</sup> (Reglamento CEE 797/1985) favoreciendo a los agricultores interesados en la creación de oferta de alojamientos. Entre 1989 y 1993 el Fondo Europeo de Desarrollo Regional destinó en torno a 14.000 millones de pesetas a proyectos de turismo, mientras que el

---

3 Según datos de 2003, el turismo rural facturaba en España 780 millones de euros anuales, aproximadamente el 3% del volumen de negocio generado en Europa. Los países de la UE ofertaban 2 millones de plazas en alojamientos rurales, de las que 60.000 se encontraban en España. Alrededor del 30% del gasto que realizaba el turista correspondía al alojamiento y el 70% restante repercutía en restauración, actividades de ocio y realización de compras. Por otro lado, el turismo rural daba empleo a más de medio millón de personas en Europa, de ellas 134.356 trabajaron en los establecimientos de turismo rural en España durante el mismo año. La demanda de turismo rural en España es mayoritariamente nacional (un 90,13% de los viajeros alojados en establecimientos rurales durante 2003 eran residentes en España), existiendo sólo un 9,87% de viajeros residentes en el extranjero, de los que alrededor del 90% eran ciudadanos comunitarios, principalmente de Alemania, Reino Unido y Francia.

4 En desarrollo del turismo rural en Taramundi, Asturias, uno de las primeras experiencias de este tipo, estuvo financiado fundamentalmente por el Principado de Asturias, a través del Plan de Desarrollo Integral del Concejo de Taramundi, en el que también participó la Administración Central aportando recursos financieros (Programa CULTURALCAMPO, del Ministerio de Cultura) y recursos técnicos y humanos a través del Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Por su parte, el desarrollo de las primeras experiencias en el pirineo Aragonés estuvo apoyado por la Diputación General de Aragón mientras que en Navarra fue el Gobierno Foral el que impulsó y apoyó las primeras experiencias de esta comunidad.

Fondo Social Europeo ha financiado, desde entonces, numerosos programas de formación dirigidos a la mejora del capital humano del sector. En este escenario, han sido los programas de desarrollo rural impulsados por la Iniciativa Comunitaria LEADER y el Programa PRODER los que mayor impacto, cualitativo y cuantitativo, han tenido en el sector, al margen de otras políticas sectoriales financiadas con otros fondos estructurales y/o recursos nacionales y regionales (Martín Gil, 1995).

Desde los primeros momentos del desarrollo del turismo rural en España también han jugado un papel central las Comunidades Autónomas, impulsándolo y regulándolo con una amplia batería de programas que contemplan apoyos financieros para la creación de oferta y su promoción, y con medidas legislativas orientadas a regular el sector alojamiento y la oferta complementaria que han generado, entre otras cuestiones, una complejidad y diversidad de situaciones en una cuestión central: la tipología de alojamientos turísticos. Además, ha sido importante la acción de la Administración General del Estado con políticas sectoriales, como la de fomento del empleo, destacando el Programa Escuelas-Taller y Casas de Oficios por sus impactos en la formación, la generación de emprendedores y la conservación, rehabilitación y puesta en valor del patrimonio rural (Martín, op. cit.). La actuación de la Administración General del Estado ha tenido otras repercusiones importantes como resultado de las acciones emprendidas por la Secretaría General de Turismo, entre las que destaca los Planes de Dinamización Turística, instrumentos orientados a promover el turismo en territorios que apenas han desarrollado la actividad. Desde su puesta en marcha hasta 2008 se ejecutaron 84 Planes de Dinamización en zonas rurales españolas, distribuidos en 13 comunidades autónomas, 33 provincias y 827 municipios (Tabla 1), orientados a apoyar la creación de nuevos productos turísticos, la formación de los agentes implicados, la promoción y la comercialización, la recuperación y conservación ambiental de destinos, la puesta en valor de su patrimonio y la creación de estructuras de gestión del desarrollo turístico.

Tabla 1: Planes de Dinamización ejecutados hasta 2008

	Número	Provincias afectadas	Nº de municipios rurales afectados
Andalucía	8	Málaga, Huelva, Almería, Córdoba, Jaén	60
Aragón	13	Huesca, Zaragoza, Teruel	283
Asturias	10	Asturias	30
Cantabria	5	Cantabria	18
C.La Mancha	5	Ciudad Real, Cuenca y Guadalajara	55
Castilla y León	6	León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid	60
Cataluña	6	Barcelona, Tarragona, Lérida, Gerona	103
Extremadura	9	Cáceres, Badajoz	92
Galicia	8	La Coruña, Lugo, Orense, Pontevedra	39
Madrid	3	Madrid	30
Murcia	4	Murcia	22
La Rioja	6	La Rioja	23
C. Valenciana	1	Valencia	12
<b>Total</b>	<b>84</b>		<b>827</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Secretaría General de Turismo, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

Los Planes de Dinamización se han centrado en el desarrollo de destinos turísticos incipientes, fomento de la calidad y la competitividad bajo modelos de crecimiento sostenible. A diferencia de los Planes de Excelencia Turística, se han aplicado en espacios turísticos emergentes y se han dotado con presupuestos comparativamente menores. Entre sus principales efectos positivos destaca la introducción de la perspectiva comarcal en la planificación estratégica del sector, como ha ocurrido, entre otros territorios, en el Bajo Ampurdán, La Axarquía, Las Hurdes, El Somontano o el Valle del Cabriel, frente al carácter más localista y municipal de los Planes de Excelencia (Monteserín, 2008), pese a existir excepciones como en el caso de Cuenca. También han contribuido, junto a otras políticas públicas, a la difusión espacial del turismo en España mediante la revalorización del patrimonio rural (Fuentes García, 1999; Delgado Viñas et al., 2003; Foronda y García, 2009).

Uno de los principales problemas de los Planes de Dinamización, en términos de eficiencia turística, ha sido su utilización generalizada, por parte de las administraciones locales, como herramienta para la creación de infraestructuras básicas, como aparcamientos, pavimentación y alumbrado de viales públicos, que debían ser financiadas con otras partidas presupuestarias sectoriales. Este fue uno de los principales motivos para que en 2005 fueran sustituidos por los Planes de Dinamización de Producto Turístico (PDPT) en un intento de dar mayor importancia a la creación de productos turísticos comercializables.

Los PDPT, encuadrados en el programa de Calidad de Destinos Turísticos del PICTE, se definen desde la Subdirección General de Calidad e Innovación Turística como “herramientas de cofinanciación de las estrategias turísticas” desarrolladas en cooperación con las distintas administraciones públicas con el objetivo de colaborar con las entidades locales y mejorar sus ofertas turísticas. Con una duración de entre 3 y 4 años y una inversión media en torno a los 2,5 millones de euros (Foronda y García, op. cit.) no parecen haber resuelto del todo uno de los problemas de los extintos Planes de Dinamización Turística: evitar el uso de estos fondos públicos en la creación de infraestructuras urbanas básicas en favor de una mayor creación de productos turísticos. Tampoco parecen haber resuelto otro de los déficits de los Planes de Dinamización, el excesivo peso de la financiación de propuestas finalistas centradas en la creación de equipamientos como centros de interpretación, museos o salas de exposiciones que, una vez finalizado el plazo de ejecución de los Planes, deben ser gestionados por administraciones locales sin recursos para la contratación de personal que los gestione ni para generar servicios turísticos.

Pese a los ingentes apoyos públicos y los esfuerzos privados, el desarrollo turístico en el espacio rural español carece, salvo excepciones, de un planteamiento estratégico integrado en las propuestas globales de desarrollo, tanto a escala de estado como regional y microrregional, que garantice una acción coordinada de los agentes implicados en el uso eficiente de los recursos, incentive la gestión sostenible de los destinos, los productos y las empresas turísticas, considere todas estas cuestiones ventajas competitivas fundamentales para reforzar el posicionamiento de la oferta turística rural española, favorezca su sostenibilidad ambiental, social y económica y, en definitiva, su consolidación como una categoría básica del sistema turístico nacional.

En los momentos actuales de crisis económica el turismo rural se enfrenta al inicio de un nuevo ciclo en el que se antoja fundamental la existencia de una política turística coordinada, en las diferentes escalas territoriales, capaz de afrontar de forma racional e integral los retos derivados de estos objetivos. La formulación de una política turística rural en España debería estar incardinada en la política turística global, escenario en el que el vaciamiento de competencias de la administración central es, sin duda, un importante obstáculo, y la proliferación de agentes públicos competentes en la materia un problema, en muchos casos, para la puesta en marcha de acciones coordinadas. En este contexto resulta imprescindible la definición de espacios eficientes de cooperación y colaboración interadministrativa, sobre la base del principio de subsidiariedad, donde cada nivel de poder territorial asuma y ejecute sus competencias desde una visión estratégica consensuada y compartida.

Tras un período de veinticinco años de creación acelerada de infraestructuras básicas de acogida, el turismo rural en España se encuentra, términos generales, en una etapa primaria de desarrollo caracterizada por un exceso de individualismo y descoordinación entre los agentes involucrados en la creación de destinos y productos, una insuficiente y con frecuencia equívoca planificación y gestión de los procesos del desarrollo turístico y, hasta hace escaso tiempo, una evidente falta de interés por parte de los grandes operadores que ha dificultado su consolidación en los mercados. Si en 1986 apenas encontrábamos oferta básica de alojamiento y restauración en nuestras zonas rurales, apenas dos décadas y media más tarde operan más de 14.000 alojamientos, con un total aproximado de 132.578 plazas, que proporcionan empleo a alrededor de 22.527 personas (tabla II), además de miles de restaurantes y centenares de empresas de servicios deportivos, culturales, de ocio y naturaleza. Sin duda estas cifras, alcanzadas en un escaso margen de tiempo, representan un gran avance en el desarrollo de un nuevo sector de actividad en el mundo rural español y en la generación de nuevas fuentes de empleo y de rentas. Sin embargo, la situación actual plantea problemas relevantes en términos de sostenibilidad ambiental, social y económica de la actividad a medio y largo plazo.

La tendencia a confundir la existencia de patrimonio territorial, natural o cultural, con la disponibilidad de un producto turístico, es un problema extendido en nuestros espacios rurales. Ahora bien, para que el patrimonio pueda ser considerado un producto debe ser, en primer lugar, puesto en valor, es decir, habilitado para su uso turístico. A continuación tiene que ser articulado, junto con el resto de componentes del sistema turístico (alojamiento, servicios complementarios, servicios e infraestructuras generales, capital humano, calidad ambiental, promoción y comercialización) para poder configurar productos definidos, accesibles, identificables por el mercado y a los que se pueda asignar un precio. Cuando esto no sucede predominan los destinos desestructurados, que apenas desarrollan productos complejos por tratarse, en la mayoría de los casos, de experiencias basadas en meras vinculaciones de diversos recursos que mantienen una relación muy frágil, habitualmente sostenida por su proximidad geográfica, y a los que, como señala Pulido (2005), difícilmente puede añadirseles un precio. Este tipo de situaciones, extendidas en España y que pueden explicarse en parte como resultado de la evolución reciente del sector, limitan las posibilidades de pro-

moción y comercialización de nuestro turismo rural y dificultan la consolidación de numerosas comarcas rurales como destinos turísticos en un mercado cada vez más complejo y competitivo a escala regional, nacional e internacional.

En los primeros momentos del desarrollo del turismo rural en España, en la segunda mitad de la década de los ochenta del siglo XX, los esfuerzos de los agentes públicos y privados se orientaron, casi sin excepción, a un proceso indiscriminado de creación de oferta de servicios de alojamiento y restauración. Este comportamiento pudo justificarse considerando las graves carencias de este tipo de recursos en nuestras áreas rurales, la crisis de rentas y de empleo del sector agrario, las expectativas generadas en torno a las potencialidades económicas del turismo como instrumento para la generación de rentas y empleo, la disponibilidad de recursos públicos para el desarrollo de la actividad, los condicionantes que establecían las políticas públicas de fomento (acciones subvencionables) y las urgencias que provocaban este complejo escenario entre quienes tuvieron que tomar decisiones en materia de desarrollo rural. En este contexto, en la mayoría de los casos, salvo excepciones, el desarrollo turístico apenas se planificó de manera integral<sup>5</sup> y los esfuerzos se centraron en la creación a toda costa de oferta de alojamientos y restauración. En una fase posterior, iniciada por algunos territorios en la década de los noventa, además de mantenerse los esfuerzos en creación de oferta básica de alojamiento y restauración comenzaron a generarse servicios turísticos complementarios, de carácter cultural y deportivo, articulados en torno al aprovechamiento del cuantioso patrimonio territorial que incluye, entre otros recursos, Espacios Naturales Protegidos (Puertas Cañaverál, 2008; Pulido Fernández 2007a, 2007b, 2008), patrimonio arquitectónico y etnográfico material e inmaterial, explotaciones agrarias, establecimientos industriales y artesanales, flora, fauna, una amplia diversidad de paisajes, arqueología industrial, vías históricas de comunicación, infraestructuras hidráulicas y ferroviarias y vías pecuarias.

Conforme se acumulaban experiencias por toda la geografía española y se mantenían los apoyos públicos, a la vez que continuaba la creación de oferta de alojamiento, restauración y servicios complementarios, algunos espacios rurales focalizaron su atención en la creación de estructuras territoriales más complejas y mejor adaptadas a las demandas del mercado. Crearon y mejoraron infraestructuras y servicios de transporte, intensificaron los esfuerzos orientados a la conservación del patrimonio cultural y natural, pusieron en marcha planes de rehabilitación del patrimonio arquitectónico popular y otros orientados a redimensionar las infraestructuras de saneamiento y abastecimiento de agua, electricidad y telefonía para adatarlas a las demandas en los períodos de máxima afluencia turística. Además, planificaron itine-

---

5 Entre las excepciones destaca el caso de Taramundi, Asturias, cuya experiencia de desarrollo rural integrado ha sido modelo de referencia desde finales de los años ochenta del pasado siglo. Esta experiencia se inició con un Plan de Desarrollo Integral en el que el turismo era uno de los ejes de actuación, junto con la mejora de la calidad de vida de la población local mediante la creación y modernización de infraestructuras, servicios y equipamientos, y la diversificación productiva a partir de la recuperación de actividades artesanales.

rarios temáticos y grandes equipamientos como museos y centros de interpretación<sup>6</sup>. Por todo ello, en la actualidad algunos espacios rurales se han transformados en destinos turísticos complejos que, mediante la puesta en valor de una amplia gama de recursos, han logrado generar una oferta articulada, singular, diversa y de calidad, es decir, entornos territoriales apropiados para la práctica de un turismo competitivo y sostenible. Ahora bien, en buena parte de los espacios rurales españoles el desarrollo turístico se encuentra todavía en sus primeras fases de creación de oferta de alojamiento, restauración, servicios de ocio y recreación, deportivos y culturales, siendo escasos, en términos comparativos, aquellos que pueden ser definidos como auténticos destinos turísticos.

En cualquier caso, la situación actual difiere de la existente hace apenas veinte años, en tanto la consolidación de algunas comarcas como destinos con imagen reconocida, la presencia de una demanda en aumento, más experimentada y exigente, la acumulación de conocimientos en la materia, la presencia de recursos humanos cualificados y la competencia de países cercanos como Francia y Portugal han generado un nuevo escenario de creciente complejidad definido por cuatro características básicas: una creciente diversidad de la oferta, una difusión prácticamente general de la actividad al conjunto de los territorios, una progresiva complejidad de los productos y una cada vez mayor competencia territorial.

Otra característica del turismo rural español es la tendencia extendida a crear productos turísticos en torno a la idea de ruta o circuito de pequeño recorrido, produciéndose un exceso de oferta “tematizada” que apenas se diferencia del resto y que, con frecuencia, no se sustenta sobre la base de una oferta turística real, lo que supone una tremenda frustración de las expectativas generadas en el cliente con el consiguiente deterioro de la imagen del producto y del destino. Paralelamente han comenzado a surgir propuestas de productos de diseño complejo y complicada gestión, promoción y comercialización, como “El Tren del Condado” y “El descubrimiento del mundo rural” en Jaén, la ruta Bético-Romana, la de Los Nazarés y de Washinton Irving en Andalucía, la “Ruta del Canal de Castilla” en Castilla y León, la “Ruta del Quijote” en Castilla-La Mancha, “la Ruta de los Dinosaurios” en la Rioja, las visitas guiadas a cavidades del subsuelo en el Alto Asón en Cantabria, el turismo minero en las cuencas asturiana, palentina y leonesa, Río Tinto (Huelva) (Barrado Timón et al., 2009) y Campo de Cartagena-La Unión (Murcia), las rutas de enoturismo de Rioja, Ribera del Duero, del Marco de Jerez (Rodríguez García et al., 2010) y Penedés, las rutas de oleoturismo en Andalucía (Vázquez de la Torre et al., 2010) y las Vías Verdes<sup>7</sup> que, pla-

---

6 En este caso es muy notoria la incidencia de los proyectos de la Iniciativa Comunitaria Leader, del Programa PRODER y de los Planes de Dinamización Turística, así como las de otras políticas llevadas a cabo por las Diputaciones Provinciales y los servicios regionales de Empleo, destacando en este sentido el Programa Escuelas Taller y Casas de Oficios.

7 Entre otras la Vía Verde de la Sierra de Cádiz, la del Carrilet en Gerona, La Vía Verde del Cidacos en Rioja o la Vía Verde de la Jara en Toledo, donde desde 2009 se lleva se está ejecutando un Plan de Dinamización de Producto Turísticos.

nificadas a partir de la puesta en valor de antiguas vías de ferrocarril en desuso, han logrado consolidarse en el mercado con una imagen de marca reconocida y como un producto diferenciable y singular (Martín Gil, 2008). Este tipo de actuaciones han sido capaces de atraer a un número importantes de visitantes.

Pese a los ejemplos anteriores, en nuestro turismo rural abunda una oferta estandarizada y de difícil colocación en los mercados por otra vía que no sea la competencia en precios, puesto que en numerosos casos las propuestas descansan sobre un modelo genérico de “lo rural”. Este modelo pudo funcionar en las primeras fases del despegue del sector definidas por una demanda creciente, pero en formación y poco experimentada, y por una oferta escasa que, en numerosas ocasiones, operaba en régimen de monopolio. Sin embargo, conforme ha crecido la oferta también ha madurado la demanda y ha aumentado la competencia interterritorial. En consecuencia, en la actualidad aumentan los problemas de rentabilidad de las empresas, sobre todo cuando se emplazan en destinos con escaso atractivo y con oferta que apenas se diferencia del resto.

Otra situación extendida es la copia generalizada de propuestas en su momento innovadoras pero que pierden su carácter singular en breve tiempo como resultado de su rápida multiplicación a partir de la réplica de las ideas originales. El elevado mimetismo existente a la hora de diseñar los productos turísticos implica, entre otras cuestiones, desaprovechar buena parte de las oportunidades derivadas de la singularidad y la autenticidad del patrimonio rural para generar una oferta diferencial que permita a los territorios tomar posiciones en el mercado proponiendo experiencias únicas y de calidad. Además, obliga a los agentes del sector a un esfuerzo permanente en innovación para el que con frecuencia no están preparados.

### **3. EL MODELO DE TURISMO RURAL ESPAÑOL: PROBLEMAS DE SOSTENIBILIDAD**

Conforme evoluciona el turismo rural en España y se producen avances cuantitativos y cualitativos surgen otros problemas cuyos orígenes se encuentran, en buena medida, en la ausencia previa de una planificación integral articulada sobre criterios de sostenibilidad a medio y largo plazo, y en el escaso interés de los agente por incorporar la calidad de la experiencia turística como factor central de la competitividad. Estos problemas comienzan a generar nuevos conflictos en espacios rurales que alcanzan la madurez como destinos, destacando en este sentido la crisis de rentabilidad de alojamientos que fueron creados sin la elaboración previa de estudios rigurosos de mercado o con un marco legal regulatorio inadecuado, así como de restaurantes que en determinados municipios aumentaron sin control al albur del crecimiento económico registrado entre 1994 y 2007 (Martin y Hernanz, op. cit.). Así se explican, entre otros, los problemas de la crisis de los alojamientos en la Sierra Norte de Madrid, derivados en buena medida de la ausencia de normativa específica reguladora de este tipo de alojamientos. También los registrados en Andalucía, donde la deficiente relación calidad-precio de numerosos alojamientos se asocia a la tardía elaboración de la normativa, los de Navarra, comunidad pionera del turismo rural español donde la laxitud de la legislación explica en parte sus problemas actuales, y los pro-

blemas de municipios como Patones (Madrid) y Sepúlveda (Segovia), donde los restaurantes, cuyo número y capacidad ha aumentado con mayor intensidad que la demanda, sufren pérdidas de rentabilidad al haber disminuido los ingresos medios por establecimiento. Lo paradójico en este sentido es que a la vez que comienzan a manifestarse síntomas de crisis, que implican incluso en el cierre de establecimientos<sup>8</sup>, siguen abriendo otros con el apoyo de recursos públicos. Otros problemas, de diferente naturaleza, cuestionan la salud y la sostenibilidad ambiental, social y económica del sector a corto y medio plazo en un número creciente de destinos rurales especializados en turismo gastronómico, cultural o de naturaleza. Este es el caso de Sepúlveda, Riaza y Pedraza en Segovia, Montejo de la Sierra y Patones en Madrid, Potes y Santillana del Mar en Cantabria o Covarrubias en Burgos. Todos ellos sufren problemas cíclicos de saturación como resultado de una afluencia masiva de visitantes que supera con creces sus capacidades físicas de acogida. Todos ellos son, a su vez, lugares donde no se han aplicado estrategias de desarrollo turístico planificadas y preocupadas en ordenar y regular el crecimiento de la oferta de infraestructuras básicas de acogida. Y también todos ellos son destinos donde el éxito turístico ha desembocado en situaciones críticas definidas por fuertes crecimientos puntuales del número de visitantes que provocan múltiples conflictos. Entre estos destacan los derivados de la congestión, por sus impactos negativos en la calidad de vida de los residentes, en la satisfacción por la experiencia turística de los visitantes y en incrementos sustanciales de la afluencia de excursionistas, grupo de demanda que realiza un menor gasto respecto a los turistas que pernoctan (Martín, F. y Herránz, I., op.cit.). Todas estas circunstancias anuncian pérdidas en la calidad ambiental de los destinos que suelen ser contrarrestadas con incrementos constantes de las inversiones públicas en conservación del patrimonio, mantenimiento del mobiliario urbano, servicios de limpieza, construcción de aparcamientos y creación o ampliación de nuevas infraestructuras básicas que suponen la detracción de recursos públicos de otras partidas presupuestarias necesarias para el desarrollo local (MERCOCODES, 2005).

Los problemas señalados esbozan un escenario complejo, propio de destinos turísticos maduros que no planificaron su desarrollo con criterios de sostenibilidad a largo plazo, en los que primó el interés por un crecimiento constante de infraestructuras orientado a incrementar a toda costa el número de visitantes, y en los que no se contempló el problema básico de la superación de la capacidad de carga del territorio.

En definitiva y desde una perspectiva territorial, el turismo rural en España muestra, en la actualidad, una amplia variedad de situaciones: espacios en la fase inicial de creación de oferta básica, otros esforzados en crear oferta complementaria especializada, algunos focalizando su atención en transformarse en destinos turísticos de calidad, competitivos y con productos complejos y una cuarta categoría que ya padece

---

<sup>8</sup> La baja rentabilidad puede incidir, a corto plazo, en un notable incremento en la mortandad de empresas de alojamiento, problema que probablemente se agudizará en el actual período de recesión económica. Sin embargo, esta cuestión apenas ha atraído el interés de los investigadores.

graves problemas cíclicos de superación de la capacidad de carga. Y todo ello se produce en un escenario de crisis donde, a la vez que el sector madura y disminuye el comportamiento de las principales macromagnitudes en el conjunto del turismo español, como consecuencia de la recesión económica, sigue creciendo la oferta de alojamiento y restauración, disminuye el grado de ocupación (Tabla 2) y se incrementa la competencia territorial, puesto que la totalidad de las comarcas rurales españolas han iniciado procesos, más o menos ambiciosos, de desarrollo turístico.

Tabla 2: Principales indicadores de la evolución reciente del turismo rural en España (2006-2009) (\*)

	Nº establecimientos estimado	Nº de plazas estimadas	Grado de ocupación por plazas	Personal empleado
<b>Agosto 2009</b>	14.406	132.578	40,69	22.527
<b>Agosto 2008</b>	13.278	120.514	44,67	20.967
<b>Agosto 2007</b>	11.816	107.270	48,92	20.204
<b>Agosto 2006</b>	11.247	100.968	51,46	19.541

Fuente: Encuesta de alojamientos rurales, INE

(\*) Se ha tomado como período de referencia Agosto por tratarse del mes en que cada año permanecen abiertos mayor número de establecimientos

En este contexto interesa señalar que las actividades agrícolas, ganaderas y forestales han contribuido y siguen contribuyendo al mantenimiento de dos recursos fundamentales, los paisajes rurales y los ecosistemas naturales, que son, en buena medida, la base fundamental de atracción de la demanda en las comarcas interiores. Por ello, la planificación del turismo rural no debería realizarse al margen de dichas actividades tradicionales a las que se debe garantizar su viabilidad y permanencia para asegurar el éxito turístico, un planteamiento que entronca directamente con los principios de multifuncionalidad y sostenibilidad de la gestión de los espacios naturales y del turismo (Montiel Molina, 2003) y con los de la *Carta Europea del Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos*, del año 2000, que constituye un marco viable para la acción.

El turismo puede ayudar al mantenimiento de los paisajes tradicionales cuando es gestionado por agricultores y ganaderos que operan en modelos de complementariedad de rentas. Esta forma de trabajo es frecuente en comunidades autónomas que, como el País Vasco, han puesto en marcha oferta de agroturismo para favorecer el mantenimiento de actividades agrícolas y ganaderas que apenas aportan rentas suficientes para garantizar niveles aceptables de calidad de vida a las familias rurales. Ahora bien, el agroturismo, se basa en la pluriactividad de agricultores y ganaderos y este modelo de trabajo, tal y como se verá más adelante, genera serios obstáculos en tareas que son fundamentales para consolidar a largo plazo una oferta turística singular y de calidad.

Un turismo rural sostenible debería estar basado en la puesta en valor de pequeños territorios con identidad propia, que cuenten con una oferta extensiva de alojamiento y ocio, difusa, no concentrada y de pequeña escala. Por las propias características del modelo, un desarrollo turístico sostenible en el mundo rural debería garantizar que los territorios no pierdan las señas de identidad que los configuran como des-

tinios singulares capaces de atraer el interés de una demanda experimentada y exigente con los lugares que visita. En este sentido destaca otro problema en nuestro turismo rural: la descoordinación entre las administraciones que intervienen en su desarrollo y gestión y entre estas y los agentes que prestan servicios y diseñan productos, de forma que pese a que a menor tamaño de los territorios debería ser más fácil encontrar ámbitos para la concertación y la cooperación que garanticen propuestas singulares y diferenciables, esta es una situación demasiado infrecuente en el país.

La descoordinación entre los agentes se aprecia especialmente en una cuestión clave como la promoción. En la actualidad, la promoción de los destinos depende en exceso de campañas públicas en las que se definen objetivos genéricos, no singularizados ni adecuados a las necesidades de los mercados, realizándose un enorme esfuerzo de promoción indiscriminada que apenas se rentabiliza. La tónica general es que las campañas de promoción de los diferentes territorios sean muy similares, se sustenten sobre productos que con frecuencia no son tales y que adopten un sentido genérico de "lo rural", incluyendo una amplia gama de tópicos. También es frecuente la puesta en marcha de proyectos promocionales que apenas tienen relevancia e impacto en los mercados y todo ello es posible porque suelen ser financiados con recursos públicos sobre los que apenas se efectúan estudios que evalúen su efectividad. El resultado ha sido que en los últimos años se han dilapidando importantes recursos públicos en acciones poco eficaces desde la perspectiva comercial. El ejemplo de la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR) resulta pedagógico al respecto. Cada año asisten a FITUR cientos de territorios rurales cuya presencia, muy costosa, es financiada por proyectos Leader y PRODER, administraciones locales, Diputaciones Provinciales y Comunidades Autónomas. En este contexto, los años en que la feria coincide con períodos transitorios de las Iniciativas Leader y del programa PRODER, la presencia de expositores disminuye notablemente. Por el contrario, en los años de elecciones locales o autonómicas o en los que Leader y PRODER se encuentran en plena ejecución, los recursos públicos disponibles aumentan considerablemente y la presencia de expositores también. En cualquier caso lo que debería cuestionarse es la utilidad del enorme gasto que supone no sólo la presencia de los territorios en FITUR sino, también, costes indirectos como desplazamientos de trabajadores, su alojamiento y manutención y la edición de grandes cantidades de materiales impresos que, en muchos casos, no sobreviven más allá de los escasos metros que separan el mostrador donde se facilitan hasta la papelería más cercana. A todo ello hay que unir el bajo número de "marcas territoriales", comercializadas y conocidas, que hayan conseguido la identificación de sus territorios por el mercado como destinos a través de imágenes representativas (logotipo, denominación geoturística...) basadas en sus señas de identidad, aspecto valorado por el consumidor en su proceso de búsqueda porque le ayudan a jerarquizar el destino dentro de su categoría.

#### **4. MICROEMPRESAS, MICROEMPRESARIADO Y SOSTENIBILIDAD**

La triple dimensión empresarial (microempresas), productiva (microproductos) y territorial (microdestinos) define un sector que debe enfrentar los retos de un mercado globalizado donde la competitividad de las empresas y destinos no puede descan-

sar, exclusivamente, sobre factores tradicionales como precios bajos, disponibilidad de recursos excepcionales pero que apenas han sido habilitados para el uso turístico, rentas de situación generadas por la proximidad a los grandes mercados urbanos, entornos en los que las empresas operan en régimen de semimonopolio u ofertas estandarizadas basadas en el atributo genérico “rural”.

Pese a que en los últimos años se han incorporado a la actividad empresarios con una importante capacidad financiera, predominan las microempresas, casi siempre de carácter familiar, cuya actividad se sostiene sobre la puesta en valor de patrimonio familiar rehabilitado y para cuyos propietarios el turismo tan sólo es una actividad económico-laboral complementaria (Lara de Vicente, 2008). La estructura microempresarial del sector tiene claras repercusiones en la viabilidad económica de los negocios a largo plazo. Por una parte genera importantes obstáculos a la hora de abordar actividades de vital importancia, como la promoción y la comercialización, que requieren conocimientos especializados e importantes recursos financieros de los que las pequeñas empresas suelen carecer. Hasta el momento, este es un problema que se ha resuelto, al menos de forma parcial, gracias al apoyo público de las instituciones regionales y locales y de proyectos europeos de desarrollo rural financiados por la Iniciativa Europea Leader y el programa PRODER.

El predominio de microempresas familiares, para cuyos propietarios el turismo es sólo una actividad complementaria, dibuja un escenario donde es difícil disponer de tiempo para una cuestión fundamental: trabajar en asociación con otros empresarios (trabajo en red) para construir economías de escala que las microempresas no pueden alcanzar de manera individual. En algunos casos el trabajo en cooperación, mediante la creación de redes y asociaciones empresariales, ha permitido salvar en parte el problema. Así ocurrió durante algunos años con experiencias pioneras como la Red de Alojamientos Rurales del Sobrarve y la Alta Ribagorza, creada a finales de la década de los ochenta del siglo pasado, la Red de Alojamientos Rurales de Navarra impulsada, en este caso, por la administración autonómica, y la Red de Alojamientos Rurales de Andalucía, iniciativa de carácter privado. Sin embargo, el panorama actual se caracteriza por la existencia de un gran número de asociaciones y/o redes de empresarios y una amplísima variedad de situaciones en las mismas, predominando las entidades microrregionales formadas, en la mayoría de los casos, por algunas decenas de alojamientos<sup>9</sup> que no alcanzan escalas suficientes para funcionar con eficacia.

---

9 Entre los muchos ejemplos encontramos la Asociación “El Faro” en Asturias, la Asociación de Turismo Rural de las comarcas de Gudar y Javalambre, Aragón, la Asociación de Turismo Rural del Sur de Pontevedra, la Asociación de Turismo Rural Comarca de la Sidra, también en Asturias, la Asociación Valenciana de Turismo Rural de Utiel y Requena, la Asociación de Turismo Rural Soria Pura, AVATUR en Luarca, Asturias, la Asociación de Turismo Rural Sierra de San Pedro, Extremadura, la Asociación de Alojamientos Rurales de la Montaña de Alicante, la Asociación de Turismo Rural Laguna de Fuente Piedra de Fuentepiedra, Andalucía, la Asociación de viviendas de turismo rural del Maestrazgo, Teruel, la Asociación de Turismo Rural Valle del Jerte y Retur, en Gran Canaria.

También en este caso buena parte de ellas se sostienen con subvenciones públicas, de modo que la eficacia de este universo de asociaciones, cuyas funciones deberían ser estratégicas en los ámbitos de la formación, la planificación de destinos y productos, la gestión de los procesos de desarrollo turístico, la promoción y la comercialización, además de escasa tenderá a reducirse si disminuyen los recursos públicos disponibles.

Entre el empresariado encontramos una amplia gama de perfiles (Diéguez Castrillón, 2010) incluyendo promotores locales que trabajan en la agricultura u otros sectores de actividad, rentistas y jubilados que invierten parte de sus ahorros en el sector y jóvenes locales que, desde el conocimiento adquirido en la práctica de actividades de ocio, han iniciado aventuras empresariales de la más diversa naturaleza, entre las que abundan propuestas encuadrables bajo las etiquetas de “turismo Activo” y “turismo deportivo” (Martín Gil, 1994). Con frecuencia son los nuevos pobladores, llegados a los territorios por diferentes motivos para iniciar un proyecto empresarial, quienes conforman el colectivo con mayor incidencia en la sostenibilidad del sector a largo plazo. Aunque estos forman un grupo reducido, su importancia es capital en los procesos de desarrollo rural sostenible por su papel de introductores de innovaciones, por sus amplios conocimientos sobre las necesidades y funcionamiento de los mercados urbanos, por ser portadores de nuevos valores culturales en los que la variable ambiental ocupa un lugar central y como líderes locales generadores de efecto demostración. Los ejemplos al respecto son numerosos, habiéndose documentados en comarcas como el Nordeste Segoviano (Martín Gil, 1995), el Valle del Tiétar (Troitiño et al., 2009), La Jara, en los Montes de Toledo (MERCOCODES, 2006), las Rías Bajas (RESEARCH GROUP, 1994), la Sierra Norte de Madrid (MERCOCODES, 2005), la Sierra de Ayllón en Guadalajara, la Sierra Norte de Sevilla, La Montaña Palentina, la comarca jienense Del Condado (MERCOCODES, 2000) o el Alto Ampordá de Gerona (RESEACH GROUP, 1993). En este sentido, cabe destacar que entre estas personas abundan mujeres pioneras en la puesta en marcha de negocios innovadores.

Aunque encontramos ejemplos de emprendedores para quienes el turismo es su principal actividad económico-laboral y que han sido pioneros en sus respectivos territorios<sup>10</sup>, sobre todo entre los propietarios de alojamientos rurales, hay una fuerte presencia de pluriactivos para quienes el turismo sólo es, como se ha señalado, una más entre las múltiples actividades desarrolladas a lo largo del año (Villarino et al, 2000). La pluriactividad, es una estrategia de adaptación, extendida en entornos rurales donde una sola actividad no genera rentas suficientes para el individuo o la unidad familiar (Martín Gil, 1995; Arkleton R., 1990). Si bien puede generar un escenario adecuado para la conservación de un recurso fundamental como el paisaje, tal

---

10 Destacan al respecto el papel protagonista de emprendedoras en las primeras experiencias de desarrollo del turismo rural en nuestro país, mediada la década de los ochenta del siglo XX, como Taramundi, Asturias, los Valles pirenaicos de Navarra, Huesca y Lérida, Montaña Palentino, Nordeste Segoviano y Valle del Tiétar avulense.

y como señalábamos más arriba, y ser una estrategia eficiente de adaptación en períodos de crisis económica, también plantea obstáculos específicos para el desarrollo de un turismo rural de calidad, competitivo y sostenible a largo plazo. Uno de ellos es la falta de tiempo y motivación del empresariado para dedicarlo a la mejora de los servicios prestados y a la creación de nuevos productos, dado que debe focalizar sus esfuerzos en multitud de ocupaciones diferentes.

La pluriactividad también limita la disponibilidad de tiempo que puede ser dedicado a formación, cuestión fundamental en turismo por tratarse de un sector maduro donde la calidad en la prestación de los servicios es un factor vital de la competitividad que requiere esfuerzos permanentes en formación de los recursos humanos e implica una planificación específica, casi a la carta, de las acciones formativas para adecuarlas a las necesidades de esta categoría de empresarios y trabajadores (FRAMA, 2005). En este sentido es importante señalar que la gestión de las microempresas se basa, en la mayoría de los casos, en los conocimientos adquiridos por los empresarios mediante la experiencia del trabajo y que estos son a su vez trabajadores que, salvo en los establecimientos de mayor tamaño y categoría media-alta, no suelen disponer de otro personal cualificado para la gerencia ni la atención directa del público. Todo ello incide negativamente en la innovación, la calidad de los servicios, el diseño y gestión de nuevos productos y la comercialización.

El reducido tamaño de las empresas es un obstáculo añadido a la hora de financiar cuestiones esenciales como la adquisición de nuevos materiales y tecnologías, la renovación de patrimonio mobiliario o inmobiliario, el diseño de nuevos productos y la obtención de etiquetas de calidad que aportan valor añadido a los productos, servicios y destinos. En consecuencia, estas empresas muestran una elevada dependencia de financiación externa, en su mayoría créditos bancarios, que puede resultar un grave problema sobre todo en períodos de crisis financieras como el actual.

El microempresario rural tradicional suele tener, en general, escasa capacidad financiera para afrontar aspectos cruciales como la promoción y la comercialización (Nuria y Gessa, 2002) así como una gran aversión al riesgo, siendo bastante reacio a emprender nuevas “aventuras” empresariales. En este sentido podemos entender la débil apuesta del colectivo en la aplicación de criterios de calidad y sostenibilidad en la gestión de establecimientos (Tabla 3), situación que se explica por el desconocimiento del propio concepto de sostenibilidad y de las herramientas que pueden aplicarse, en el marco de la empresa, para garantizar prácticas que contribuyan al desarrollo sostenible de la actividad turística. Otro problema añadido, en este sentido, es el elevado coste que para las microempresas implica la implementación de estas herramientas y el hecho de que el microempresariado tradicional lo considere un gasto adicional superfluo que ni entiende ni es capaz de asumir como inversión estratégica.

Tabla 3: Establecimientos rurales con “Q” de calidad Turística hasta 2009

Tipo de establecimiento	Nº de establecimientos
Alojamientos Rurales	230
Restaurantes	46

Fuente: elaboración propia a partir de información del Instituto Español de Calidad Turística

## 5. CONCLUSIONES

De las cuestiones planteadas se desprende que si bien el turismo rural puede no ser la panacea universal para la solución definitiva de problemas estructurales del mundo rural, como son el despoblamiento, el envejecimiento, la marginalidad económica y el declive sociocultural, sí puede y debe cumplir una triple función como instrumento de desarrollo mediante la generación de nuevos ingresos y empleos, la creación de nuevas infraestructuras y servicios y como vector de intercambios y sinergias entre el medio rural y urbano, tal y como señala Millán Escriche (2002). Por tanto, tiene un papel relevante como dinamizador de los espacios rurales, si bien queda un largo camino, no exento de obstáculos, para garantizar su sostenibilidad a medio y largo plazo.

Pese a la existencia de problemas cíclicos de superación de la capacidad de acogida en algunos territorios que podemos definir como destinos maduros que apenas han planificado, ordenado y regulado su crecimiento, la sostenibilidad ambiental del turismo rural parece no plantear excesivos problemas a medio plazo. Sin embargo no se puede decir lo mismo en términos económicos. En primer lugar, no todos los espacios rurales presentan las mismas condiciones estructurales para el desarrollo turístico, porque no tienen el mismo potencial natural, cultural y paisajístico, porque no todos disponen de capital humano cualificado, porque su accesibilidad desde los grandes mercados urbanos es muy desigual y porque el clima varía ostensiblemente de unos casos a otros. En este sentido se ha señalado que, en términos generales, los espacios rurales más aptos para la actividad se sitúan en la mitad septentrional del país, en zonas de montaña y en áreas próximas a grandes núcleos urbanos (Martín Gil, 1994), es decir, lugares con un poderoso patrimonio natural y paisajístico que se benefician, en la mayoría de los casos, de rentas de situación asociadas a la proximidad de los grandes mercados emisores y que ofrecen climas suaves en la temporada estival. Sin embargo, en los últimos años, y con un fuerte apoyo público, se ha producido un intenso incremento de la oferta a la vez que la actividad se ha extendido a todos los territorios sin que apenas se hayan realizado investigaciones de mercado que garanticen su viabilidad económica.

Buena parte de las áreas rurales no han logrado consolidarse como destinos diferenciables, más allá de la etiqueta genérica "rural". La mayoría tampoco han logrado crear una oferta de calidad, apenas generan innovación ni productos complejos con precio. En este contexto, el predominio de microempresas y empresarios pluriactivos con escasa capacidad para la inversión, sin apenas disponibilidad de tiempo para formarse, trabajar en red e implicarse en proyectos de planificación, promoción, comercialización, innovación y gestión de los procesos de desarrollo turístico, representa un serio obstáculo para la sostenibilidad económica del sector a medio y largo plazo. Sin embargo, en los últimos años se detectan cambios en este sentido que apenas han sido investigados hasta la actualidad: la llegada de un nuevo perfil de empresariado profesionalizado que en numerosos casos proviene del propio sector pero entre el que también es frecuente encontrar a profesionales de otras ramas de actividad que deciden diversificar sus inversiones iniciando una nueva aventura empresarial en turismo.

La descoordinación entre agentes públicos y privados es otro serio problema para el diseño de estrategias de desarrollo turístico planificadas, consensuadas y asumidas por los territorios, para la creación de destinos y productos competitivos, la generación de sinergias entre agentes privados e institucionales y para otros aspectos fundamentales como la innovación, la calidad, la formación de recursos humanos, la promoción y la comercialización. Hasta el momento buena parte de estos problemas han podido solventarse gracias a las ingentes ayudas públicas, directas o indirectas, procedentes de diferentes administraciones. Ahora bien, es posible que en un futuro no muy lejano estas disminuyan considerablemente, cuestión que muy probablemente perjudicará, en mayor medida, a los territorios y propietarios de empresas y negocios tradicionales que no hayan logrado adquirir una cultura empresarial que prime la innovación, la calidad y la apuesta por la creación de una oferta especializada y diferenciable. Ante este escenario de futuro parece necesario que los agentes privados asuman mayor protagonismo e implicación para el trabajo en red que genere sinergias y permita alcanzar economías de escala imprescindibles para operar en entornos de competencia creciente.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- ARKLETON RESEARCH GROUP (1990): *Rural Change in Europe: Research Programme on Farm Structures and Pluriactivity* (mimeo), Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- BARBERO MARTÍN, A. (2004): “El papel de la agricultura en las futuras zonas rurales españolas”, en Nogués Linares, S. (Coord.): *El futuro de los espacios rurales*, Santander: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria, pp. 115-141.
- BARRADO TIMÓN, D.A., HIDALGO GIRALT, C. y PALACIOS GARCÍA, A.J. (2009): “Despoblación y envejecimiento en las zonas mineras, ¿es el turismo una solución? Casos de Riotinto y La Pernía-Barruelo”, en LÓPEZ TRIGAL, L., ABELLÁN GARCÍA, A. y GODENAU, D. (coord.): *Despoblación, envejecimiento y territorio: un análisis sobre la población española*, León: Universidad de León, pp. 629-642.
- DELGADO VIÑAS, C., GIL DE ARRIBA, C., HORTELANO, L. A. y PLAZA GUTIÉRREZ, J.I. (2003): “Turismo y desarrollo local en algunas comarcas de la montaña cantábrica: recursos y planificación”, *Cuadernos de Turismo*, 12, pp. 7-34.
- DIÉGUEZ CASTRILLÓN, M<sup>a</sup> I., GUEIMONDE CANTO, A. Y BLANCO CERRADELO, L. (2010): “Emprendedurismo, diversificación y género en turismo rural”, en Redondo López, J.A. (coord.): *Creando clientes en mercados globales: Building client relationships in global markets*, Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.
- FORONDA ROBLES, C. y GARCÍA LÓPEZ, A.M<sup>a</sup> (2009): “La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: planes renovados”, *Cuadernos de Turismo*, 23, pp. 89-110.
- FRAMA SL (2005): “Multiactividad y trabajo autónomo–Nuevas formas de organización del trabajo autónomo”, *Acciones complementarias y de acompañamiento a la formación*, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, Madrid (inédito).

- FUENTES GARCÍA, R. (1999): “Los Planes de Dinamización: una estrategia de desarrollo turístico de los destinos emergentes”, en Bote Gómez, V. (coord.): *La actividad turística española en 1998*, pp. 551-562.
- GARCÍA MERINO, L.V. (2004): “Tendencias en la evolución de los núcleos de población no urbanos hacia la mitad del siglo XXI”, en NOGUÉS LINARES, S. (Coord.): *El futuro de los espacios rurales*, Santander: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria, pp. 77-87.
- ARKLETON RESEARCH GROUP (1990): *Rural Change in Europe: Research Programme on Farm Structures and Pluriactivity* (mimeo), Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- DELGADO VIÑAS, C., GIL DE ARRIBA, C., HORTELANO, L.A. y PLAZA GUTIÉRREZ, J.I. (2003): “Turismo y desarrollo local en algunas comarcas de la montaña cantábrica: recursos y planificación”, *Cuadernos de Turismo*, 12, pp. 7-34.
- FORONDA ROBLES, C. y GARCÍA LÓPEZ, A.M<sup>a</sup> (2009): “La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: planes renovados”, *Cuadernos de Turismo*, 23, pp. 89-110.
- FRAMA SL (2005): “Multiactividad y trabajo autónomo–Nuevas formas de organización del trabajo autónomo”, *Acciones complementarias y de acompañamiento a la formación*, Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, Madrid (inédito).
- FUENTES GARCÍA, R. (1999): “Los Planes de Dinamización: una estrategia de desarrollo turístico de los destinos emergentes”, en Bote Gómez, V. (coord.): *La actividad turística española en 1998*, pp. 551-562.
- HALL, D. et al. (2003): *New directions in rural tourism*, Aldershot (UK), Ashgate, pp. 3-235.
- LÓPEZ-GUZMÁN GUZMAN, T.J. y LARA DE VICENTE, F. (Coord.) (2005): *Turismo sostenible: un enfoque multidisciplinar e internacional*, Córdoba: Servicio de Publicaciones, Universidad de Córdoba y Asociación para el desarrollo sostenible y la promoción turística de Córdoba.
- MARSDEN, T. et al. (1993): *Constructing the Countryside*, UCL Press, Londres.
- MARTÍN GIL, F. (1994): “Nuevas formas de turismo en los espacios rurales españoles”, *Estudios Turísticos número 122*, Instituto de Estudios Turísticos, Ministerio de Comercio y Turismo, Madrid.
- MARTÍN GIL, F. (1995): *Mercado de trabajo en áreas rurales. Un enfoque integrador*, Secretaría General Técnica, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Serie Estudios nº 110, Madrid.
- MARTÍN GIL, F. y MARTÍN HERRÁNZ I. (2008): “Problemas de sostenibilidad en destinos rurales maduros: el ejemplo de Patones”, en *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, Asociación de Geógrafos Españoles-Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 503-514.
- MARTÍN GIL, F., (2008): “Las vías verdes: elementos estructurantes del paisaje, la identidad local y la competitividad turística de destinos rurales” en *Espacios turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad*, pp. 409-420, Universidad de Alicante.
- MERCOCODES (2000): *Diagnóstico Territorial de la comarca de El Condado. Elaboración de los proyectos a presentar a las Iniciativas Comunitarias de desarrollo y empleo rural LEADER Plus e EQUAL*, Asociación para el desarrollo de la comarca de El Condado (ASODECO), Jaén, (inédito).

- MERCODES (2005): Estrategia de Desarrollo de Patones, Ayuntamiento de Patones, Madrid, (inédito)
- MERCODES (2006): Plan de Dinamización Turística de la Vía Verde de La Jara. Fundación de los ferrocarriles españoles, Madrid, (inédito).
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2002): “La diversificación en el medio rural como factor de desarrollo”, *Papeles de Geografía*, 36, pp. 223-238.
- MOLTÓ MANTERO, E. y HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, M. (2004): “La funcionalidad de los medios rurales en las sociedades urbanas”, *Investigaciones Geográficas*, 34, pp. 63-76.
- MONTESERIN ABELLA, O. (2008): “La interpretación y puesta en valor del territorio: los Planes de Dinamización Turística”, en *Destinos Turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?*, Asociación de Geógrafos Españoles-Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 269-280.
- MONTIEL MOLINA, C. (2003): “El turismo de interior en el desarrollo socioeconómico de las comarcas forestales de la comunidad valenciana”, *Investigaciones Geográficas*, nº 31, pp. 15-36.
- MULERO MENDIGORRI, A. (1995): Espacios rurales de ocio. Significado general y análisis en la Sierra Morena cordobesa, Serie Estudios del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Diputación de Córdoba, Madrid.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2004): “El turismo como objeto de Conocimiento” en *Contribuciones a la Economía*, noviembre de 2004.
- NOGUÉS LINARES, S. (Coord.) (2004): El futuro de los espacios rurales, Santander: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria.
- NURIA TOLEDANO G. Y GESSA PEREDA, A, 2002: “Aproximación a las nuevas empresas de turismo rural en la provincia de Huelva. La influencia del marco ambiental”, *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, n.º 196, Ministerio de agricultura, Pesca y Alimentación, (pp. 197-209).
- ORTEGA VALCÁRCCEL, J. (2004): “La transición rural en España. El campo en la sociedad urbanizada”, en NOGUÉS LINARES, S. (Coord.): El futuro de los espacios rurales, Santander: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria, pp. 89-114.
- PANIAGUA MAZORRA, A. y HOGGART, K. (2002): “Lo rural, ¿hechos, discursos o representaciones? Una perspectiva geográfica de un debate clásico”, *Información Comercial Española*, noviembre-diciembre, pp. 61-71.
- PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. (2005): “Los retos del turismo rural en España. Orientaciones para la formulación de una política turística rural”, en LÓPEZ-GUZMÁN
- GUZMAN, T.J. y LARA DE VICENTE, F. (Coord.) (2005): Turismo sostenible: un enfoque multidisciplinar e internacional, Córdoba: Servicio de Publicaciones, Universidad de Córdoba y Asociación para el desarrollo sostenible y la promoción turística de Córdoba, pp. 75-108.
- RESEARCH GROUP (1993): Estudio de Ordenación y Estrategia de Desarrollo Integral de los municipios fronterizos de l'Alt Empordá (Girona), Consell Comarcal de L'Alt Empordá, Gerona, (inédito).

- RESEARCH GROUP (1994): Plan Integral de Desarrollo Rural de los municipios de Caldas de Reis, Catoira, Cuntis, Moraña y Valga. Mancomunidad del Umia y Ulla, Pontevedra (inédito).
- SHARPLEY, R. (2000): "Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical divide", *Journal of Sustainable Tourism*, 8, pp. 1-19.
- TROITIÑO, M.A. et al., (2009): "Estrategia de Desarrollo Territorial del Valle del Tiétar", Institución Gran Duque de Alba, Diputación de Ávila (inédito).