

GEMMA CÁNOVES\*  
LUIS HERRERA\*  
ASUNCIÓN BLANCO\*\*

## TURISMO RURAL EN ESPAÑA: UN ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN EN EL CONTEXTO EUROPEO

### RESUMEN

Este artículo presenta la evolución del turismo rural en España en relación a Europa. Se repasan las diferentes etapas del turismo rural en España, los elementos que han contribuido a su aparición, las diferentes fórmulas y denominaciones que han adoptado las Comunidades Autónomas y se compara con la dinámica del sector en Europa. Mientras en Europa el turismo rural ha sobrepasado la etapa únicamente del alojamiento en las casas rurales y apuesta por la diversificación de los productos, la calidad y una oferta regularizada, en España el sector está aún muy centrado en el alojamiento. Concluimos que es imprescindible en España unificar las denominaciones y clasificar por niveles el producto para garantizar la calidad y ofrecer la comercialización en ámbitos internacionales.

PALABRAS CLAVE: Turismo Rural, España, Europa

### ABSTRACT

RURAL TOURISM IN SPAIN: ANALYSIS OF ITS EVOLUTION IN THE EUROPEAN CONTEXT

This article shows the evolution of rural tourism in Spain within the European context. This evolution can be divided into different periods that are analysed bearing in mind the rural tourism situation in different autonomous communities. Despite rural tourism in Europe is understood as a mixture of different activities, in Spain we it is still focusing on the accommodation. We conclude that, although its authenticity and quality, the Spanish rural tourism product should be unified and classified in order to achieve a successful promotion and commercialization.

KEYWORDS: Rural Tourism, Spain, Europe

### INTRODUCCIÓN

En este artículo realizamos un repaso a la evolución del turismo rural en España, contextualizándolo en Europa. En el primer apartado, exponemos la evolución del turismo rural en España. En el segundo, analizamos la situación del turismo rural en Europa y

---

\* Departament de Geografia. Universitat Autònoma de Barcelona. gemma.canoves@uab.es

\*\* Departament de Geografia y Escola de Turisme de la Universitat Autònoma de Barcelona

Fecha de recepción: junio 2005. Fecha de aceptación: mayo 2006

explicamos las diferentes etapas temporales y los modelos que están surgiendo. Finalmente, anotamos la diversificación del turismo rural en Europa y concluimos destacando las dinámicas del turismo rural español respecto al europeo.

El turismo rural en España ha permitido obtener unas rentas complementarias a la agricultura. Sin embargo su evolución por Comunidades Autónomas ha sido diferente y se puede explicar según el nivel de desarrollo turístico de las Comunidades Autónomas. Podemos hablar de zonas fuertemente "turistificadas" o de zonas donde la agricultura es escasa, poco rentable y poco competitiva y ven en el turismo rural un inicio de diversificación económica, de promoción de su territorio y de freno a su despoblación (CÁNOVES *et al.* 2004a). En otros espacios como en Baleares, el turismo rural es una interiorización del turismo de litoral y responde más a un producto de alta calidad, para un segmento de elevado poder adquisitivo, que a un intento de promover o complementar las escasas rentas agrícolas. No en vano, Baleares está apostando por una desmasificación turística y un nuevo modelo de turismo respetuoso con la naturaleza y el entorno (SEGUÍ *et al.* 2002).

La Comunidad de Galicia responde a la ausencia en el imaginario colectivo de un destino turístico clásico, evidentemente sin o con poco "sol y playa" pero con un rico patrimonio arquitectónico, natural-paisajístico y con un modelo de turismo de calidad centrado en un territorio compacto con una amplia oferta cultural, patrimonial y gastronómica (CÁNOVES y VILLARINO, 2000, CÁNOVES *et al.* 2004b, GÓMEZ y ARMESTO, 2002). En otros ámbitos, el turismo rural ha permitido ralentizar el éxodo rural adoptando fórmulas complementarias, como es el caso de Aragón con los deportes de aventura. En definitiva, el turismo rural en España se presenta en todas las Comunidades Autónomas como una oferta diferente, complementaria y reciente que permite la diversificación de rentas en los espacios rurales, más o menos atrasados (CÁNOVES, *et al.*, 2006).

Un análisis temporal del turismo rural en España, muestra que es un fenómeno reciente y surge como resultado de una conjunción de factores propios de las sociedades post industriales, en donde las tendencias de consumo recreativo han evolucionado hacia lo que se ha denominado "turismo a la carta". El turismo rural es el resultado de una opción personal y suele estar motivado por la búsqueda de las raíces rurales, de una imagen en positivo del medio rural, de la moda de la naturofilia y de dotar de contenido a la experiencia turística (CÁNOVES y VILLARINO, 2000). Aunque el turista rural busca sobre todo la no masificación del territorio, la tranquilidad del lugar y un buen nivel de relación entre calidad y precio.

En general, los estudios académicos han prestado poca atención a las experiencias de los turistas (SUVANTOLA, 2002) y cuando lo han hecho ha sido para poder obtener información a fin de comercializar los productos turísticos. Así, en los estudios regionales el turismo aparece cómo una vía de desarrollo económico (HALL, *et al.* 2004) y más recientemente se sitúa el énfasis en como el impacto del turismo implica cambios socio-culturales en las comunidades receptoras. Las actuales reflexiones sobre el turismo rural se centran en la sostenibilidad de este turismo y en las diferentes estrategias y políticas que lo desarrollan. Recientes estudios (HALL *et al.* 2003, 2005) resaltan las repercusiones de desarrollo del turismo rural para comunidades en el contexto local y global. Morag y Hall (2005) apuntan que en Europa alrededor de 2.5 millones de pequeñas y medianas empresas están relacionadas con el turismo y las pequeñas empresas de turismo suelen ser familiares o de turismo rural. Estas constataciones para diferentes regiones y territorios, evidencian puntos en común como: la sostenibilidad del turismo en espacio rural, por su pequeña dimensión y vinculación con las comunidades locales; los efectos de diversifi-

cación económica y por ello menor dependencia del sector agrícola; la estrategia de desarrollo local; la repercusión en la mejora de las infraestructuras y la relación con el incremento de las rentas por parte de los países que lo desarrollan. No obstante, hay que estar atentos a las dificultades que presentan las empresas de turismo rural y que muestran parámetros muy similares. Nos referimos a la atomización de las microempresas, a las dificultades de crear paquetes temáticos, de comercializar los productos, de afianzar *lobbys* de agricultores, de obtener un respaldo decidido de la administración y de desvirtuar el producto como uno más del amplio mercado turístico. En esta línea se expresan Hall *et al.* (2005), puntualizando que el desarrollo y pervivencia de las empresas de turismo rural pasa por el establecimiento de *clusters*, colaboraciones y “partenariados” a nivel local y regional. Así mismo, se constata que las circunstancias locales son condicionantes y explicativas para que un lugar u otro avancen. En esas circunstancias influyen aspectos como la cohesión de la comunidad, el liderazgo, las iniciativas y los apoyos institucionales, las infraestructuras y las potencialidades del lugar. El futuro del turismo rural en Europa y, en consecuencia, en nuestro país, pasa por una mayor atención a los espacios rurales en su globalidad, a la implementación de políticas transversales, a la atención de los habitantes rurales y la formación de políticas de redes, a la diversificación y complementariedad de los productos y a la creación de espacios temáticos y rutas territoriales. El espacio rural sólo es sostenible, y por tanto perdurable en el tiempo, atendiendo las necesidades de las personas y el lugar y conservando las particularidades locales.

#### UN BREVE REPASO A LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

El desarrollo reciente del turismo rural en España se explica, en parte, por la importante emigración sucedida a mediados de los años 60 de las áreas rurales a las urbanas. Este proceso ha sido mucho más tardío en nuestro país que en el resto de Europa. Así, muy recientemente, las áreas rurales estaban asociadas a “zonas pobres” a la vez que a lugares idílicos y paisajes vírgenes y en cierto modo llenos de paz. A la vez, el éxodo rural ha coincidido con el desarrollo de la cultura del turismo del sol y playa y las consecuencias de la ocupación masificada de las zonas litorales, junto con el desarrollo creciente de los complejos hoteleros y la segunda residencia. Por lo tanto, sólo hace dos décadas que la nueva generación de “urbanitas” ha nacido y crecido en grandes ciudades y por tanto empieza a apreciar de nuevo el campo - pero con valores de residente en la ciudad-. Tiene una visión en positivo de vivir en el medio rural, y quiere retornar idílicamente a sus raíces rurales. Como Urry (1990) argumenta, un “nuevo consumidor” que perdió sus raíces rurales. Por otro lado, el turismo rural, no es tan nuevo como parece. Un repaso a la evolución del turismo rural en España nos muestra que el modelo de alojamiento en casas rurales en España existe desde los años 60, bajo el programa de Casas de Labranza<sup>1</sup>, cuyo objetivo era dar acogida en un alojamiento sencillo a los visitantes rurales, a la vez que era una manera de renovar y mejorar las condiciones de las casas y permitir unos ingresos extras a los agricultores (VILLARINO y CÁNOVES, 2002). Sin embargo, el turismo rural bajo el modelo actual tiene en España una corta experiencia de sólo veinte años, (gráfico 1) aunque con un fuerte crecimiento y muy especialmente a lo largo de los últimos diez años.

<sup>1</sup> El programa de Vacaciones en Casas de Labranza se inició en 1967 con la participación de la Agencia de Extensión Agraria dependiente del Ministerio de Agricultura y el Ministerio de Información y Turismo.

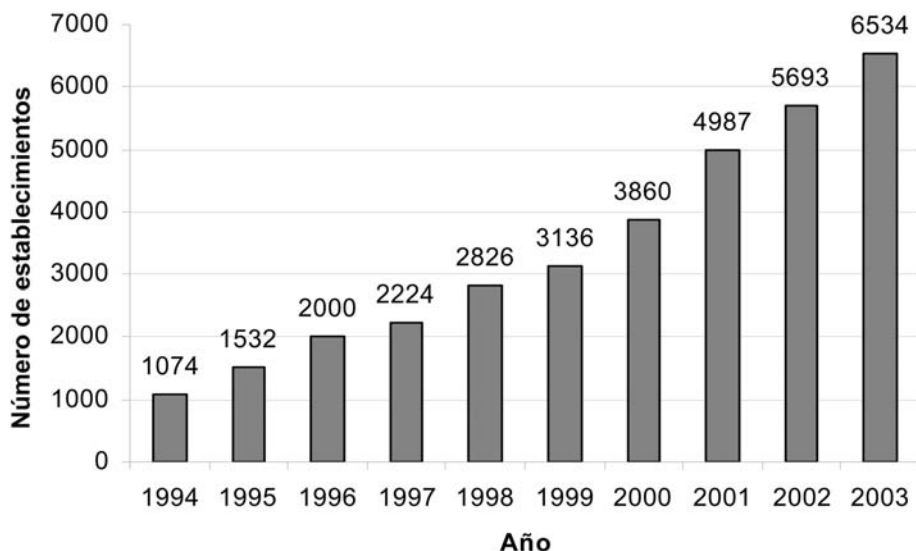


Gráfico 1: Evolución de la oferta de establecimientos de turismo rural en España (1994-2003) Fuente: Elaboración propia a partir del INE, 2004

Una serie de factores han contribuido a este crecimiento. En primer lugar, podemos constatar que el turismo rural se ha desarrollado con fuerza en nuestro país como vía de solución para intentar mantener y o frenar el despoblamiento de las zonas rurales y a ello han contribuido de forma destacada los programas LEADER I (1989-1994) que enfatizaba en el turismo rural a partir de la creación de las tipologías de nuevos productos turísticos, en donde uno de ellos era el turismo rural y el LEADER II (1994-1999), encaminado a la continuidad del LEADER I pero más orientado al fomento de actividades innovadoras y apoyo al desarrollo rural destacando uno de sus objetivos, el del turismo rural. El turismo rural basado en la estrategia de mantener el patrimonio familiar y de compensar la bajada de rentas de la agricultura ha permitido diversificar las economías rurales. Una segunda razón y seguramente más intensa en España, es la preocupación creciente por la protección medioambiental de los espacios rurales, seguramente como respuesta a los efectos negativos del turismo de masas que se han producido en nuestro país. Los recientes estudios muestran que, al menos en las últimas dos décadas, y sobretodo en los años 90 el turismo rural ha contribuido a mitigar la emigración de las zonas rurales (PANIAGUA, 2002) y a generar beneficios a partir de la diversificación de la economía de las zonas en donde se ha implantado. A su vez, las casas de turismo rural y por tanto los visitantes que en ellas se alojan, han favorecido el intercambio cultural entre el mundo rural y urbano, añadiendo valor a la vida rural y a los espacios rurales. (YAGUE, 2002; BETEILLE, 1996a). Este nuevo turismo inicialmente contrapuesto al turismo de las tres SSS (sun, sea, sand) ha propiciado un mayor reequilibrio entre las zonas más marginales y poco conocidas y las áreas de turismo masivo. Así, podríamos afirmar que el turismo rural corresponde al turismo de las tres PPP, patrimonio, paisaje y productos agrícolas o

como autores como Poon (2003) han propuesto el de las tres EEE, educación, emoción y entretenimiento.

En el caso español podemos identificar tres etapas en la evolución del turismo rural:

**Una etapa inicial, que se sitúa entre 1970-1980** y basada casi exclusivamente en el alojamiento en casas en el espacio rural y en concreto en el alquiler de habitaciones con el objetivo de mejorar las condiciones de los alojamientos y propiciar una renta complementaria a la agricultura. En esta etapa, el producto son las Casas de Labranza que se inicia en 1967 y finaliza con la última publicación de la guía en 1985. El objetivo de esta etapa inicial era aportar una renta complementaria a través del alojamiento a la economía familiar rural. Fueron básicamente las mujeres quienes, una vez más, diversificaron sus actividades, se encargaron de promocionar las zonas, dar acogida y preparar las comidas y los alojamientos para los "primeros turistas rurales" (CÁNOVES, 1997; CÁNOVES y VILLARINO, 2000).

**Una segunda etapa, de 1980 a 1995**, marcada por el proceso de descentralización política que se inicia con la puesta en marcha de las autonomías y la aprobación de los Estatutos de Autonomía (1979-1984). La consecuencia es que la planificación turística pasa a ser competencia de las Comunidades Autónomas y es por tanto en este periodo en el que éstas van a apostar de forma desigual por la promoción del turismo rural. Aunque de forma desigual en el territorio, las actuaciones de las diferentes Comunidades Autónomas tienden a legislar y ordenar los objetivos y características de este producto.

La tabla 1 muestra la evolución de la legislación y las diversas denominaciones y clasificaciones del producto turismo rural. A pesar de la diversidad de figuras, denominaciones y objetivos subyacentes en cada Comunidad Autónoma, podemos mencionar que los objetivos que se pretenden asumir son los siguientes. Un primer objetivo, es la recuperación de viviendas tradicionales para usos turísticos, con la estrategia de recuperar y evitar el deterioro del patrimonio arquitectónico. Esta acción conservacionista patrimonial, se ha inspirado en el modelo de turismo rural de Portugal y se ha potenciado de forma notable en la comunidad de Galicia (CÁNOVES y VILLARINO 2000, VILLARINO y CÁNOVES 2000). Un segundo objetivo, ha sido ayudar a la revitalización de una industria complementaria a la actividad agrícola, y facilitar complementos de renta a la agricultura. Esta es una acción común a todas las Comunidades Autónomas, ya que el turismo rural se propone en sus inicios como actividad complementaria a la actividad principal de la agricultura. Podemos afirmar que si bien en algunas Comunidades Autónomas esta intención se ha mantenido con fuerza, como es el caso del País Vasco, que apostó desde un principio por el agroturismo, otras, la mayoría, han tenido que ceder a las presiones y permitir diferentes modalidades de turismo rural, más o menos estrictas con la idea de renta complementaria a la agricultura. El resultado es la diversidad de productos que cada Comunidad está ofertando.

Un tercer objetivo es frenar el despoblamiento del espacio rural a través de la creación de empleo, tanto directo en la propia actividad turística como indirecto a partir de otras actividades, aunque este es un punto difícil de demostrar dadas las múltiples variables que influyen en la decisión de permanecer en el medio rural.

Tabla 1. Legislación y denominación de los Establecimientos de Turismo Rural en las diferentes Comunidades Autónomas

Comunidad autónoma	Legislación	Denominación
Andalucía	Decreto 94 de 1995	Casa rural Hotel rural
Aragón	Decreto de 1986 Decreto 69/1997	Vivienda de turismo rural
Asturias	Decreto 26/91. 20 de Febrero 1991 Resolución de 1993 Decreto 69 de 1994	Casa de aldea Casona asturiana
Islas Baleares	Decreto 13/10 de 1995	Hotel rural Allotjament de turisme d'interior
País Vasco	Decreto de 1988	Alojamiento turístico agrícola
Islas Canarias	Ley de 1995	Establecimiento de turismo rural
Cantabria	Decreto de 1989  Decreto 31/1997 de 23 de abril	Posada en casa de labranza Posada Vivienda vacacional Palacio y casona cántabra Posada de Cantabria Casa de labranza Vivienda rural
Castilla – León	Decreto de 1993  Decreto 84/1995 de 11 de mayo	Casa rural Posada Centro de Turismo Rural
Castilla – La Mancha	Decreto 43/1994	Casa rural de alojamiento compartido Casa rural de alquiler Casa de labranza
Cataluña	Decreto de 1983 Decreto 214 de 1995	Residència casa de pagès Allotjament Rural Independent Masies Cases de Poble
Extremadura	Decreto 120/1998 de 6 de octubre  Decreto 4/200 de 25 de enero	Casa rural Agroturismo Apartamento turístico Rural Hotel rural
Galicia	Regulación de 1995 Ley de promoción turística de 1997	Pazo Casa de aldea Casa de labranza
Madrid	No legislación específica	Apartamento turístico
Murcia	Decreto 79/1992 de 10 de septiembre	Alojamiento turístico especial en zona de interior
Navarra	Decreto Foral de 1991 Decreto Foral de 1993 Decreto Foral de 1995	Casa rural
La Rioja	Decreto 8 de 1995 Decreto 26/2000 de 119 de mayo	Casa rural ( <i>Rural house</i> )
Valencia	Decreto 253 de 1994 Decreto modificado 207/1999 de 9 de noviembre Decreto 4/2000 de 25 de enero	Casa rural ( <i>Rural house</i> ) Albergue turístico ( <i>Tourist hostel</i> )  Apartamento de Turismo Rural ( <i>Rural tourism apartment</i> ) Hotel rural ( <i>Rural hotel</i> )

Fuente: Elaboración propia según legislación vigente, 2004

Tabla 2. Personal empleado en Turismo Rural en España, 2003

	Enero (mínimo)	Agosto (máximo)
Total	9.089	12.302
No remunerado: Ambos sexos	6.430	8.062
No remunerado: Varones	2.067	2.637
No remunerado: Mujeres	4.363	5.425
Remunerado fijo: Ambos sexos	1.702	2.586
Remunerado fijo: Varones	609	932
Remunerado fijo: Mujeres	1.094	1.653
Remunerado eventual: Ambos sexos	957	1.655
Remunerado eventual: Varones	209	326
Remunerado eventual: Mujeres	748	1.329

Fuente: Elaboración propia según legislación vigente, 2004

Sin embargo, sí que podemos afirmar que el turismo rural ha sido una buena estrategia para mantener la agricultura familiar y que las mujeres han sido las más beneficiadas de esta diversificación hacia las actividades turísticas, tanto desde el punto de vista económico (autonomía económica) como a nivel personal (valoración social de su trabajo) (CÁNOVES y VILLARINO, 2000). Y un cuarto objetivo, el desarrollo del turismo rural basado en la potenciación del turismo de naturaleza, la revalorización y concienciación del patrimonio medioambiental de las zonas rurales, en definitiva una revalorización cultural y social de la vida en los espacios rurales.

El resultado de los diversos objetivos ha sido variable en las Comunidades Autónomas y la legislación refleja el énfasis que se ha puesto en cada uno de ellos. No obstante, podemos constatar que esta segunda etapa (1980-1995) se caracteriza por la aparición de actividades complementarias al simple alojamiento en casas de turismo rural y, lo que es más prometedor, por la integración y diversificación de actividades en el espacio rural. Las más conocidas son la ruta del Románico, el Camino de Santiago, la Ruta de la Plata, el desarrollo de los deportes de aventura y en definitiva, la creación de productos turísticos vinculados a nuevos espacios y nuevos usos del espacio rural. Desde la gastronomía a los balnearios, el arte, la naturaleza, la cultura, la tematización del lugar, etc. En definitiva, en una diversificación-extensión del producto turismo rural más allá del simple alojamiento y por tanto en cumplir uno de los objetivos de este producto, que es la diversificación de las rentas y el desarrollo local.

**La etapa actual (1996-2006)**, viene marcada por una clara consolidación del producto, que se ha extendido por todo el Estado y que es conocido y apreciado por los consumidores. Un producto que se promociona con fuerza en las Comunidades Autónomas, que no pretende competir con otros productos sino ser un complemento y que cada vez más apuesta por la calidad, como elemento distintivo y principio de caracterización de niveles del producto. En la actualidad, uno de los rasgos distintivos del turismo rural en nuestro país es su claro consumo por parte del turista nacional (en el 2004 representaban el

90,5 de los turistas rurales y el 82,7% de las pernoctaciones) y la escasa presencia de turistas extranjeros (9,5% del total de turistas y 17,3% de las pernoctaciones) (INE, 2003). Esta falta de promoción y captación de un público cada vez más amplio y extranjero es uno de los retos del turismo rural. En el futuro el turismo rural, ha de continuar diversificando sus ofertas, mejorando la calidad, estableciendo categorías y como ya sucede en Europa, tender a una especialización temática, territorial y de actividades de ocio.

#### EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN EUROPA

El turismo rural en España lleva al menos dos décadas de retraso respecto a Europa y es interesante conocer las causas de este desfase, así como las actuales tendencias del mismo.

Un breve repaso a la evolución del turismo rural en Europa, nos muestra que la acogida de turistas en las granjas se inició en el Tirolo y en el medio rural inglés a principios del siglo XX bajo la forma de "Chambre d'hôtes" y de los populares "Bed & Breakfast". Hasta los años 60 las actividades de ocio se reducen al simple alojamiento, lo que significa un complemento en las rentas agrícolas. Hoy en día en Europa, el turismo rural es considerado, cada vez más, como una de las mejores fórmulas para la diversificación de las rentas agrarias afectadas por la reducción de los rendimientos agrícolas y ganaderos y como un poderoso agente de desarrollo rural. (HALL *et al.* 2003, SHARPLEY y ROBERTS, 2004) No obstante, el turismo rural aparece como una actividad heterogénea, marcada por las características de los diferentes espacios rurales; por los objetivos de las diferentes administraciones locales, comarcales y estatales y por los actores o actrices que lo implementan en el territorio. (CÁNOVES, *et al.* 2004b)

En una primera fase, hasta los años 60, el turismo rural es simplemente alojamiento en la campiña y es un fenómeno puntual y esporádico en la mayor parte de Europa. Esta iniciativa se afianzó en las zonas de montaña, en los Alpes alemanes, en conjunción con el alpinismo y el montañismo, en el Tirolo y en la Baviera. En el caso español esta etapa equivaldría a lo que hemos denominado etapa inicial y se concretó en las vacaciones en Casas de Labranza de los años sesenta, pero con una escasa difusión del fenómeno. A partir de los años sesenta en Europa este turismo se expande de forma rápida sobretodo en el Benelux, en Italia y en Francia, tanto por el número de agricultores que participan como por el incremento de los turistas rurales. Desde las administraciones estatales y locales parece ser una buena solución y -en algunos casos- panacea ante la crisis que padece la agricultura familiar europea en los años 80. El turismo rural es un buen diversificador de rentas, aporta riqueza al campo, frena la despoblación, mantiene la diversidad paisajística y permite un complemento de rentas a la agricultura, y podemos decir que el campo se turistifica.. O lo que es lo mismo, pasa a ser un instrumento para desarrollar el territorio y potenciar el desarrollo local. Las aportaciones de las experiencias de los países de la Europa del Este (HALL, 2004) muestran como el turismo rural es una estrategia de desarrollo local y regional y ponen de manifiesto que, cuando las rentas agrícolas decrecen, la estrategia del turismo rural permite ayudar a regiones que conservan valores, tradiciones y culturas rurales, pero que necesitan incrementar y diversificar las rentas provenientes de sectores no agrícolas. Así, países como Rumania, Albania o Bulgaria se convierten en atractivos para turistas procedentes de lugares -como Inglaterra, Italia o algunas zonas de Francia- con un pasado rural excesivamente artificializado. También sucede que regiones periféricas han



experimentado cambios significativos a través del desarrollo del turismo, regiones como Galicia (VILLARINO y CÁNOVES, 2000) o el Noreste de Escocia, (NASH y MARTIN, 2004) son claros ejemplos de cómo el turismo rural ha potenciado la creación de infraestructuras, diversificado la economía, frenado el despoblamiento, rejuvenecido las poblaciones e incluso atraído nuevos habitantes. Las diferencias se sitúan en el momento temporal del proceso, mientras la vieja Europa lo inicia en los años 60 y 80 con las crisis de la agricultura, los países mediterráneos, despegan en el turismo rural en los años noventa y en la Europa del Este el turismo rural está iniciándose en la actualidad.

Sin embargo, en los albores de los noventa el turismo rural empieza a mostrar claros ceros. En algunos países, sobre todo los pioneros, (Inglaterra, Francia, Austria e Italia) es ya un sector maduro y los iniciadores experimentan un cierto cansancio y desilusión, en tanto que los resultados económicos no son tan atractivos y prometedores. Un cierto estancamiento de la demanda, que cada vez tiene más ofertas de turismo rural-natural en lugares alejados y exóticos, un mercado más competitivo y unos consumidores más exigentes que valoran el escenario del medio rural, pero exigen las infraestructuras y la profesionalización de los servicios. Estas nuevas exigencias, están comportando una selección y diversificación del turismo rural y de los agricultores. Desde los que van a continuar simplemente con el alojamiento, hasta los que apuestan por una restauración de calidad, (HALL, 2005) las rutas temáticas (MEYER-CECH, 2005) o los que se especializan en actividades complementarias, acordes con las especificidades de las zonas. En este interesante proceso de diversificación (NYLANDER y HALL, 2005) podemos situar los diferentes modelos y etapas temporales del turismo rural en Europa.

#### *Modelos y etapas temporales*

Las actividades de turismo rural en Europa son amplias y engloban las actividades lúdicas o turísticas desarrolladas por los agricultores para la acogida, alojamiento o distracción de los visitantes en el espacio rural. Esta pluralidad permite una extensa diversidad de formulas de ocio en los espacios rurales. En algunos caso con una cierta frivolidad y artificilización del producto.

No todos los espacios permiten igual rendimiento del turismo rural, así el tiempo de estancia, con sus dos componentes de estacionalidad y frecuencia de las estancias en las casas de turismo rural, introduce una primera disparidad entre los diferentes espacios rurales, regionales o locales. En la mayor parte de estos espacios, la presencia de turistas se concentra en 8 o 10 semanas entre julio y agosto, o en las zonas más mediterráneas como Grecia, España (ver tabla 3) y Portugal puede llegar hasta las 12 o 14 semanas (desde mediados de junio a finales de septiembre); otros agricultores y territorios pueden llegar a las 30 semanas, más si se disfruta de la temporada de verano e invierno con los deportes de nieve. Esta diferente potencialidad de las zonas, comporta un diferente resultado económico para las explotaciones implicadas y para los agricultores. A la vez que no tiene el mismo impacto sobre el desarrollo local.

Según estas diferentes potencialidades de los territorios, encontramos un turismo rural esporádico, donde la frecuentación de turistas es breve e irregular, es el caso de zonas rurales periféricas, alejadas de los potenciales usuarios de los centros urbanos y con una implantación de casas rurales muy incipiente. Para Europa podemos considerar las zonas interiores de Francia o las periferias de Inglaterra o en Portugal (RAMOS y MARENGO, 1999) el sur del interior. Esta misma característica se da en el caso español, que

Tabla 3. Turistas, pernотaciones y estancia media por Comunidades Autónomas, 2003

Comunidades autónomas	Total Turistas	Pernотaciones	Estancia media
TOTAL	1.758.596	5.506.223	3,13
Andalucía	90.141	309.457	3,43
Aragón	96.678	355.803	3,68
Asturias (Principado de)	92.207	398.169	4,32
Baleares (Islas)	43.469	341.090	7,85
Canarias	31.753	269.735	8,49
Cantabria	143.683	397.543	2,77
Castilla y León	368.664	897.404	2,43
Castilla-La Mancha	87.108	231.450	2,66
Cataluña	207.722	678.973	3,27
Comunidad Valenciana	114.823	373.247	3,25
Extremadura	58.538	129.949	2,22
Galicia	164.024	344.839	2,10
Madrid (Comunidad de)	57.794	127.818	2,21
Murcia (Región de)	30.521	110.102	3,61
Navarra (Comunidad Foral de)	66.691	253.002	3,79
País Vasco	87.890	244.214	2,78
Rioja (La)	16.899	43.429	2,57
Tasa interanual	19,60	22,66	2,55

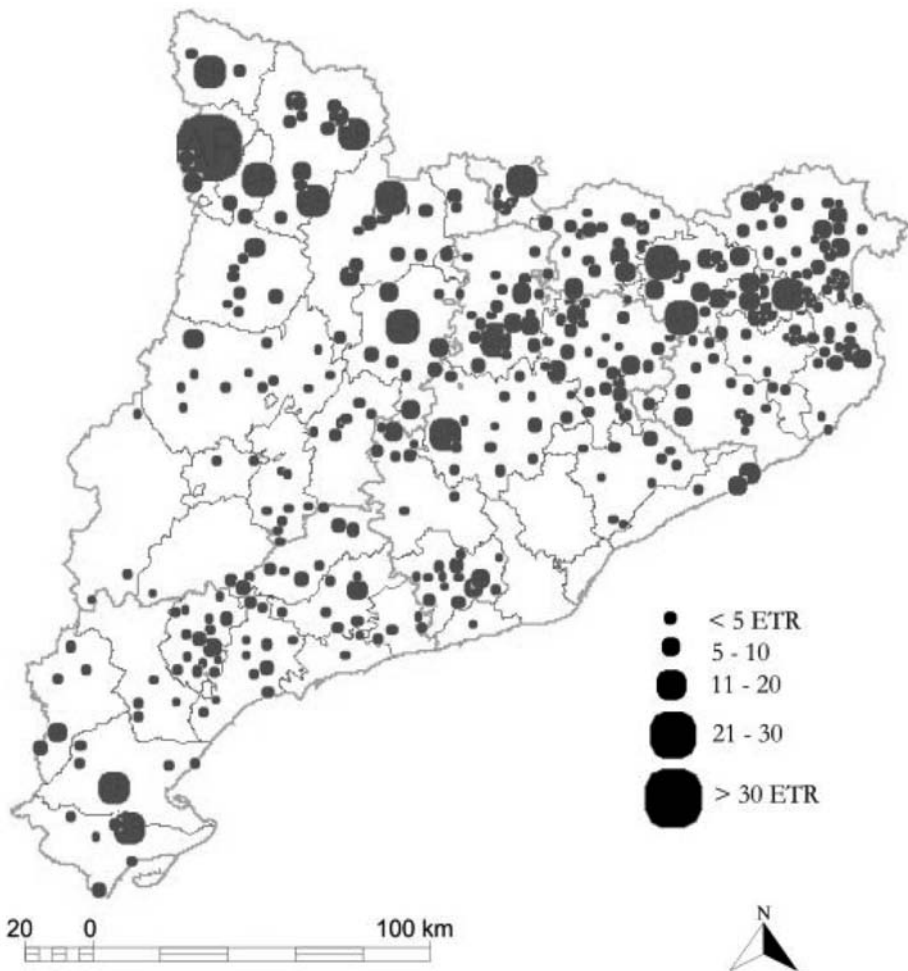
Fuente: INE, 2005

comprendería Extremadura, Castilla la Mancha, Valencia y la Comunidad de Murcia.

Otros territorios se benefician de un turismo rural intensivo que se nutre de los desplazamientos de fin de semana, o vacaciones cortas, gracias a la proximidad de las grandes aglomeraciones urbanas con rápidas vías de comunicación. Es el caso de Cataluña, donde el foco emisor es Barcelona con los desplazamientos de fin de semana hacia la montaña de los Pirineos, como se refleja en mapa 1.

Este mismo fenómeno sucede en Madrid con la Sierra, y en Lisboa, con la zona del Douro o en Inglaterra alrededor de Londres. Todas estas ciudades son potentes focos emisores de turistas que se desplazan al medio rural. En estos casos, las explotaciones dedicadas al turismo rural se benefician de la afluencia de turistas a lo largo de todo el año. A ello contribuye el fraccionamiento de las vacaciones, las facilidades de accesibilidad y de movilidad de los turistas, lo que permite ampliar los espacios y las estancias en las casas de turismo rural que se ubican próximas a los ejes rápidos de desplazamiento. En esta línea, Pigram (1983) destaca la utilización de los espacios rurales de ocio en función de la disponibilidad del tiempo de desplazamiento y Shaw y Williams (1994) apuntan que no es sólo la variable distancia sino que también hay que considerar la variable socio económica en el uso del espacio rural. Los usuarios del turismo rural suelen utilizar en un 80% el automóvil para desplazarse por el territorio. Un ejemplo de esta realidad es el caso de Cataluña donde la proximidad de Barcelona a Girona o a Lleida o Tarragona, que en un máximo de 3 horas permite un desplazamiento rápido hacia zonas atractivas para el turismo rural.

El mapa muestra los perímetros de accesibilidad a las diferentes coronas y los potenciales focos emisores, que son las grandes ciudades de más de 500.000 habitantes. Esta misma situación se refleja en el caso Francés en la zona de Poitiers, en donde algunas casas de turismo rural alcanzan las treinta y cinco semanas de ocupación combinando los



Mapa 1. Establecimientos de turismo rural por municipios Fuente: Elaboración propia a partir de DGT, 2003

fin de semana, con ofertas atractivas en días laborables para grupos específicos de escolares, tercera edad y discapacitados.

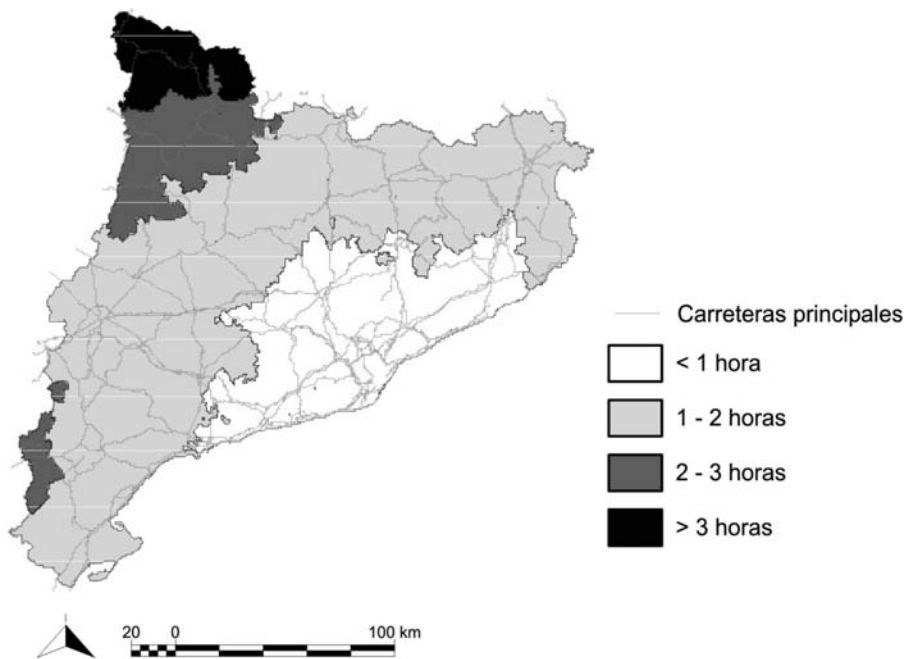
La segunda fórmula en Europa y cada vez más en España es hacia una sofisticación creciente de los productos de turismo rural y a la diversificación de la oferta, tanto en los alojamientos como en la restauración. Así podemos citar la venta de productos elaborados en las explotaciones, las actividades complementarias de ocio, la prestación de servicios no agrícolas, cursos, etc. Las fórmulas y figuras son innumerables en Europa y cada país y región hace énfasis en una o varias. Sin embargo, podemos clasificarlas en base a la etapa de desarrollo en el que se encuentra el turismo rural.

Tabla 4. Plazas hoteleras en establecimientos de turismo rural por Comunidades Autónomas, 2003

Comunidades autónomas	Plazas
Andalucía	3.319
Aragón	5.100
Asturias (Principado de)	3.505
Baleares (Islas)	2.196
Canarias	2.819
Cantabria	4.887
Castilla y León	10.979
Castilla-La Mancha	3.830
Cataluña	6.685
Comunidad Valenciana	4.335
Extremadura	1.963
Galicia	4.810
Madrid (Comunidad de)	1.332
Murcia (Región de)	1.977
Navarra (Comunidad Foral de)	2.811
País Vasco	2.260
Rioja (La)	585
Total	63.395

Fuente: INE, 2005

En una etapa inicial el turismo rural se basa casi exclusivamente en el alojamiento, es la utilización de habitaciones en la propia casa, el alojamiento rural independiente, o en Francia sobre todo la modalidad de camping rural. Las diversas modalidades persiguen conseguir ingresos complementarios a las rentas agrícolas. La evolución de esta etapa ha dado como resultado una amplia combinación de prestaciones y productos mercantiles relacionados con las agriculturas de las zonas. Ejemplos como los de la zona de los viñedos del valle vinícola del Douro (Portugal) y la producción del vino de Oporto, en Francia la agricultura del Perigourd, apostando por la calidad de la gastronomía regional, y de los productos derivados de las ocas (foi gras, confits), o de la viticultura y la zona de la Champagne. Estas nuevas actividades, que en palabras de Boniface (2003) se definen de forma muy precisa “como la comida y la bebida se convienen en un destino de ocio” (p.15), son un paso más hacia la conexión de actividades de alojamiento y nuevos ocios en los espacios rurales. En España, en Galicia la promoción de los productos locales, con denominación de origen y de calidad, (mariscos, quesos, vinos) está potenciando esta extensión del turismo rural más allá del simple alojamiento (CÁNOVES, *et. al.*, 2003). En esta diversificación también se encuentra otro grupo de agricultores que se decanta por la pluralidad de los servicios, como las rutas a caballo, el senderismo, el *rafting* o un sinnúmero de actividades vinculadas al consumo del espacio natural-rural (LACOSTA y CÁNOVES, 2003). En este grupo ya es más común acabar abandonando las actividades agrícolas, dada la dificultad de compaginar ambas. En Francia (ARDILLIER-CARRAS, 1999) y en Inglaterra (HEGARTY y PRZEZBORSKA, 2005) varios estudios muestran que la sustitución de actividades agrícolas por actividades de turismo en las casas rurales es un fenómeno creciente, más en zonas donde la agricultura no es competitiva. En un futuro, será interesante analizar como evoluciona el turismo rural en España, si también se está dando esta sustitución, en qué zonas se está produciendo y en relación al tipo de actividad agrícola (PANIAGUA, 2002).



Mapa 2. Distancia en tiempo de los municipios catalanes a Barcelona Fuente: Elaboración propia

Una etapa más avanzada del turismo rural es la de sustitución de las actividades rurales por actividades lúdicas en el medio rural y donde la actividad rural es más un recurso pedagógico o de espectáculo (HALL *et al.* 2003a) que una actividad mercantil en sí misma. Esta situación no está demasiado extendida aún en nuestro país, aunque es común en Francia, Inglaterra, Alemania y los Países Bajos, en donde los terrenos agrícolas son campings permanentes o granjas ecuestres, o parques de ocio, situados en las periferias urbanas. Las situaciones de Francia, Italia, Inglaterra y los Países Bajos, muestran la tendencia hacia una “profesionalización turística” y los agricultores que se dedican al turismo rural apuestan por la calidad del sector. Es habitual encontrar asociaciones de turismo rural a nivel nacional, con unas claras normas de calidad, con un objetivo común y con un producto diversificado y orientado a un consumidor cada vez más exigente y conocedor del sector. En esta fase de madurez del turismo rural en Europa, pone en cuestión la categorización de esta actividad. ¿Es una actividad nueva específica, es una diversificación de la agricultura o es una actividad comercial? y si es así, ¿a que régimen ha de acogerse?, ¿al de actividades turísticas, al de hostelería o al agrícola? Ha sido en Francia donde se han dado los conflictos entre los agricultores que alquilan habitaciones en las Casas de Turismo Rural y los Hoteles y entre las “fermes-auberges” y los restaurantes. En Alemania o en Bélgica el turismo rural está regulado por un régimen fiscal especial y estatutario que reconoce sus particularidades y la pequeña capacidad de acogida. En nuestro país, las Comunidades Autónomas han empezado a ser sensibles a este proble-

ma y se rigen -en la mayoría de los casos- como actividades agrícolas. Las estadísticas europeas, (MARTIN-CRUZ, 1991; BÉTEILLE, 1996b) muestran que el turismo rural continúa siendo una actividad pequeña en relación al conjunto de los agricultores. El 20% de las explotaciones suecas acogen a turistas en sus granjas, pero en Austria es sólo el 10%, en Gran Bretaña el 7 % (BUTLER, *et.al.*, 1998), en Bélgica y Alemania el 5% y menos del 2 % en Francia, (BÉTEILLE, 1996 a; MOINET, 1996). En España las cifras no son significativas, si las comparamos con el volumen hotelero, no obstante el turismo rural no debe sólo regirse por criterios de número de plazas sino por la capacidad de diversificación de las rentas económicas que aporta el turismo rural en el medio rural y su acción de sostenibilidad social y medioambiental a estos espacios rurales.

#### *Hacia una oferta diversificada en el alojamiento y en las actividades*

En Europa desde los inicios, la base del turismo rural ha sido el alojamiento en las casas rurales, con fórmulas y denominaciones diversas. En Inglaterra los populares Bed & Breakfast, o los Cottages, en caso del alquiler de la casa completa, en Alemania los Zimmer frei y en Francia la popular oferta de las Gites. En Europa el turismo rural cada vez más se orienta a productos especializados como estrategia para captar una demanda diversa y exigente y como fórmula para atraer a nuevos consumidores. En esta línea podemos destacar las ofertas relacionadas con la acogida y actividades gastronómicas, las relacionadas con las actividades ecuestres, o de pesca y caza, las de terapias o cursos y las más populares en Francia e Inglaterra como la recogida de fruta (pick your own) o en el caso francés y portugués con las actividades relacionadas con la cultura de vino y la vendimia. La situación en España es un tanto diversa y la podemos clasificar de incipiente. El turismo rural no ha llegado aún a la etapa de la diversificación y la mayoría de las ofertas se circunscriben al alojamiento. Aunque la situación es diversa por Comunidades Autónomas, podemos afirmar que las más avanzadas en la línea son las que empezaron antes el turismo rural, como Navarra, Asturias, Cataluña y Galicia, en donde ya podemos encontrar productos más sofisticados e intentos de segmentar la oferta. Así, ejemplos como los de Naturaleza y Arte en el Pirineo Catalán (La ruta del Románico en la Vall de Boí, recientemente declarado patrimonio de la Humanidad), en Galicia con las rutas organizadas por comarcas vitivinícolas, en las que se combina paisaje, patrimonio monumental, visita a las bodegas, a las explotaciones, degustación y compra de los productos; en algún caso combinando la oferta en España con la de Portugal (ambas riberas del Miño). En Extremadura con las rutas a caballo y senderismo por el Valle del Jerte o basado en las diferentes estaciones del año entre la España seca y la húmeda. De reciente creación, la promoción que están realizando conjuntamente comunidades que buscan un producto común para la potenciación de una zona que va más allá de la región o la Comunidad Autónoma. Es el caso de la promoción de la España Verde, que engloba desde Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco. La propaganda afirma: "Le proponemos una inmejorable manera de recorrer toda la España Verde, la que desde Galicia hasta el País Vasco se extiende paralela al mar Cantábrico en los alojamientos rurales... Disfrutará siempre de un paisaje excepcional... y todo ello en un ambiente rural con sus valores tradicionales, su estilo de vida, lugares donde el tiempo es relativo, donde el hombre está más cerca de la tierra...". El objetivo es potenciar una unidad territorial de conjunto para ofrecer una oferta amplia de casas de turismo rural.

Tabla 5. Plazas hoteleras en establecimientos de turismo rural por Comunidades Autónomas, 2003

	ETR	Hoteles %	% TR	% Hoteles
Andalucía	3.319	210.661	1,6	98,4
Aragón	5.100	31.327	14,0	86,0
Asturias (Principado de)	3.505	24.088	12,7	87,3
Baleares (Islas)	2.196	315.029	0,7	99,3
Canarias	2.819	149.588	1,8	98,2
Cantabria	4.887	21.573	18,5	81,5
Castilla y León	10.979	51.466	17,6	82,4
Castilla-La Mancha	3.830	27.817	12,1	87,9
Cataluña	6.685	255.613	2,5	97,5
Comunidad Valenciana	4.335	108.094	3,9	96,1
Extremadura	1.963	15.912	11,0	89,0
Galicia	4.810	64.895	6,9	93,1
Madrid (Comunidad de)	1.332	63.535	2,1	97,9
Murcia (Región de)	1.977	15.650	11,2	88,8
Navarra (Comunidad Foral de)	2.811	9.751	22,4	77,6
País Vasco	2.260	19.462	10,4	89,6
Rioja (La)	585	5.329	9,9	90,1
Ceuta y Melilla	0	1.579	0,0	100,0
Total	63.395	1.391.369	4,4	95,6

Fuente: Elaboración propia a partir de INE, 2005

La diferencia de la situación de las actividades vinculadas al turismo rural en Europa y España, radica en que, mientras en Francia o en Inglaterra encontramos agricultores que se han especializado como monitores de rutas a caballo, o como guías de montaña o expertos en la pesca del salmón o guías en descenso de barrancos, esquí de fondo, o ciclo-turismo, en España las actividades más allá del alojamiento en la casa de turismo rural están poco relacionadas con los mismos agricultores y son escasos los que se han especializado más allá de las actividades de alojamiento. La causas son desde la juventud de este sector en España y la madurez del mismo en el resto de Europa, hasta que estas nuevas actividades ya están plenamente asumidas por los agricultores europeos, mientras que en nuestro país continúan siendo minoritarias. El impulso hacia la diversificación de la oferta lo están dando los jóvenes que, una vez han consolidado la oferta de alojamiento, optan por actividades complementarias que permitan ofrecer un conjunto temático variado y que afiance al turista en la zona. El turismo rural en Europa es un sector consolidado, sin embargo podemos aprender de las malas prácticas de Europa y de sus buenos quehaceres. En España el sector necesita una regulación más uniforme y clara, como ya se ha hecho en Europa, con las Gites Francesas, el Irish Farm de Irlanda o los Zimer frei en Alemania. La unidad del producto en España ha de permitir una buena comercialización a nivel internacional, se deben por tanto sobrepasar y unificar las múltiples denominaciones que han desarrollado las Comunidades Autónomas. No es posible tampoco continuar sin unas claras clasificaciones de calidad y un logotipo unificado. En Europa, la clasificación por espigas francesa, o en Alemania, y en Portugal con las categorías A, B y C. Sin una clara regulación por niveles de calidad, la picaresca, las malas prácticas y la falta de garantía del producto detraen a los consumidores internacionales. Algunos puntos oscuros se ciernen también sobre el turismo rural en Europa, y a ello nos referimos en la excesiva artificialidad del producto, en parte porque los agricultores y las

poblaciones de acogida están ya muy alejadas de la vida rural. El binomio agricultura-turismo, es decisivo para seguir manteniendo un buen producto de turismo rural. En España tenemos mucho de ello, pero hay que estar atento a las futuras diversificaciones del producto, la autenticidad, la buena relación calidad y precio y a la conservación social y ambiental de los espacios rurales, que no pueden ser mero soporte del turismo rural sino que son los verdaderos activos y protagonistas del turismo rural. En este sentido, la protección de la agricultura y de los habitantes de los espacios rurales son la esencia de este pequeño, pero activo, motor de desarrollo rural que ha venido siendo el turismo rural, tanto en Europa como, más recientemente, en nuestro país.

#### CONCLUSIONES

El turismo rural en España es joven si lo comparamos con la evolución europea, donde está ya en la fase de diversificación y madurez. Esta situación enmarca a España en una posición de ventaja. El turismo rural es aún en nuestro país un producto auténtico y vinculado a una agricultura existente, las casas están dando una buena acogida y la relación calidad precio es, en general, correcta. No obstante, en el futuro el turismo rural en España ha de comercializarse con unos distintivos de calidad unificados y organizados de forma homogénea para las Comunidades Autónomas. La falta de clientes extranjeros responde, en parte, a las dificultades de comercializar un producto único y claro. No se puede continuar con la diversidad de denominaciones que existen en la actualidad y que dificultan la promoción del producto. Si bien, el turismo rural ha de seguir apostando por la diversificación y la complementariedad territorial de los productos. Las particularidades regionales, las tematizaciones de los territorios, y de los productos, una gastronomía y productos con denominación de origen, son una buena garantía para la creación de un turismo rural afianzado y reconocido en nuestro país y en Europa. El turismo rural no es una competencia al turismo de sol y playa, que continúa siendo protagonista en España, pero sí es un buen complemento y diversificador de las economías locales de los territorios interiores. Estas nuevas actividades turísticas han ayudado a ralentizar la despoblación y a revitalizar zonas abandonadas o aisladas. Sin embargo, sin la decidida apuesta de la administración, de la comunidad local y de los habitantes de los espacios rurales el turismo rural no puede continuar avanzando. Las nuevas dinámicas de turismo rural en Europa se orientan hacia la sostenibilidad social y mediambiental, la cohesión local y regional del desarrollo del turismo, la implicación local en la toma de decisiones, la calidad de los productos y una tematización que permita la desestacionalización y la diversificación de las ofertas y los usuarios. En estos espejos debe mirarse el turismo español, que tiene la oportunidad de aprender de los errores y aciertos de los vecinos europeos.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ARDILLIER-CARRAS, F. (1999): Espace rural et tourisme: mirage ou opportunité? Reflexion autour d'une ensemble regional entre Poitou et Limousin en VIOLIER, P. (ed) *L'espace local et les acteurs du tourisme*. Presses Universitaires de Rennes, Rennes.
- BÉTEILLE, R. (1996a): L'agrotourisme dans les espaces ruraux européens. *Annales de Geography*, 529



- BÉTEILLE, R. (1996b): *Le tourisme Vert*. PUF, Paris.
- BONIFACE, P. (2003): *Tasting Tourism: Travelling for Food and Drink*, Ashgate, Aldershot
- BUTLER, R., HALL, C.M., JENKINS, J. (1998): *Tourism and recreation in rural areas*, Wiley, Londres.
- CÁNOVES, G. y VILLARINO, M. (1997): El turismo rural en Cataluña y Galicia, una alternativa o complemento de la actividad agraria familiar: las mujeres sus nuevas protagonistas en Valenzuela, M. (coord.) *Los Turismo de Interior: El retorno de la tradición viajera*, UAM Ediciones, AGE y Obra social y cultural de Castilla la Mancha, Madrid.
- CÁNOVES, G. y VILLARINO, M. (2000): Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37 pp. 51-77
- CÁNOVES, G. *et al.*, (2003): Turismo rural y desarrollo rural: perspectivas y futuro en Cataluña, Baleares y Galicia. *Serie Geográfica*, nº 11, págs. 117-140.
- CÁNOVES, G.; VILLARINO, M.; HERRERA, L. y CUESTA, L. (2004): (a) Turismo rural en Cataluña: Algunos problemas sin resolver *Cuadernos Geográficos*, 34, pp.111-128
- CÁNOVES, G.; VILLARINO, M.; PRIESTLEY, G. y BLANCO, A.(b) (2004): Rural tourism in Spain:an analysis of recent evolution *Geoforum* ,35 pp.755-769
- CÁNOVES, G.; VILLARINO, M. y HERRERA, L (2006): Políticas públicas,turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41 pp. 199-217
- GÓMEZ MARTÍN, B. y ARMESTO LÓPEZ, X.A. (2002): Turismo, gastronomía y territorio. En *Los espacios rurales entre el hoy y el mañana*. Actas del XI Coloquio de Geografía Rural. pp.139-147
- HALL, D. (2004): Rural Tourism Development in Southeastern Europe: Transition and the Search of Sustainability *International Journal of Tourism Research*, 6, pp.165-176
- HALL, D.; MITCHELL, M. y ROBERTS, L. (2003): Tourism and the countryside: Dynamic Relationships, en HALL, D.; MITCHELL, M. y ROBERTS, L. *New Directions in Rural Tourism* Ashgate, Aldershot.
- HALL, D.; MITCHELL, M.; y ROBERTS, L. (2003): (a) *New Directions in Rural Tourism* Ashgate, Aldershot.
- HALL, D.; ROBERTS, L.; WEMELSFELDER, F. y FARISH, M. (2003): Animal Attractions, welfare and the Rural Experience Economy en HALL, D.; MITCHELL, M. y ROBERTS, L. (2003) *New Directions in Rural Tourism* Ashgate, Aldershot.
- HALL, D.; KIRKPATRICK, I. y MITCHELL, M. (2005): *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications, Clevedon.
- HALL, M. (2005): Rural wine and food tourism Cluster and Network Development en HALL, D.; KIRKPATRICK, I. y MITCHELL, M. (2005): *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications, Clevedon.
- HEGARTY, C.; y PRZEZBORSKA, L. (2005): Rural and Agri-Tourism as a Tool for Reorganising Rural Areas in Old and New Members States. A Comparison Study of Ireland and Poland *International Journal of Tourism Research*, 7, pp.63-77
- LACOSTA, A. y CÁNOVES, G. (2003): The recent development of active and adventure tourism in Spain, Comunicación presentada a la *20th Biental Conference of European Society for Rural Sociology (ESRS)*. Sligo (Irlanda).
- MORAG, M. y HALL, D. (2005): Rural tourism as Sustainable Business: Key Themes and Issues en HALL, D.; KIRKPATRICK, I. y MITCHELL, M. (2005): *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications, Clevedon.
- MARTIN-CRUZ, J.A. (1991): L'agroturisme dans la CEE: utopie et réalité. *Bureau européen du tourisme*.

- MEYER-CECH, K. (2005): Regional Cooperation in Rural theme Trails en Hall, D.; KIRKPATRICK, I y MITCHELL, M. (2005): *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications, Clevedon England.
- MOINET, F. (1996): *Le tourisme rural en France*. Agricole France.
- NASH, R. y MARTIN, A. (2004): Tourism in Peripheral Areas-The Challenges for Northeast Scotland *International Journal of Tourism Research*, 6, pp.161-181
- NYLANDER, M. y HALL, D. (2005): Rural tourism Policy: European Perspectives en Hall, D.; KIRKPATRICK, I y MITCHELL, M. (2005): *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View Publications, Clevedon.
- PANIAGUA, A. (2002): Urban-rural migration, tourism entrepreneurs and rural restructuring in Spain. *Tourism Geographies*, 4 (4) pp.349-371
- PIGRAM, J. (1983): *Outdoor recreation and resource management*. Croom Helm, Londres.
- POON, A. (2003): El comportament dels turistes Estrategias competitives per a un nou turisme *Estudis de Turisme de Catalunya*, 12, pp.4-10
- RAMOS, A. y MARENGO, R. (1999): Le rôle des acteurs locaux dans le developpement touristique: Une approche du tourisme intérieur au Portugal. En: VIOLIER, P. (Ed) (1999) *L'espace local et les acteurs du tourisme*. Presses Universitaires de Rennes. Rennes.
- SHARPLEY, R. y ROBERTS, L. (2004): Rural Tourism-10 Years On *International Journal of Tourism Research*, 6, pp.119-124
- SHAW, G. y WILLIAMS, A. (1994): *Critical Issues in Tourism* Blackwell, Londres.
- SEGUI, M., CÁNOVES, G., VILLARINO, M., ARMAS, P., PRIESTLEY, G. y GARAY, L. (2002): Tourisme Rural en Espagne. Analyse de l'offre des Baléares, de la Galice et de la Catalogne. *Espaces*, 194, pp.51-55
- SUVANTOLA, J. (2002): *Tourists' Experience of Place* Ashgate Publishing, Londres.
- URRY, J. (1990): *The tourist gaze: Leisure and Travel in Contemporary societies*. Sage Publications, Londres.
- VILLARINO, M. y CÁNOVES, G. (2000): Turismo rural en Galicia: sin mujeres imposible en GARCIA RAMON, M.D. y BAYLINA, M. (Eds.) *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Oikos-Tau Vilasar de Mar.
- VIOLIER, P. (ed.): *L'espace local et les acteurs du tourisme*. Presses Universitaires de Rennes, Rennes.
- YAGÜE, R.M. (2002): Rural Tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*, 4 (29), pp 1.101-1.110