

26

El turismo rural en el desarrollo local

Carlos Fernández Hernández

Introducción

La emergencia de las estrategias de desarrollo local en los años noventa produjo un impulso destacado en la consolidación de diversos sectores y subsectores de actividad económica, como resultado de una estrategia dominante de diversificación de las actividades productivas en el referente territorial local. Este fue el caso de la incorporación de las actividades del sector servicios y en particular las actividades turísticas a un amplio registro de situaciones: medianas y pequeñas ciudades, áreas de potencialidad natural, áreas de reconversión industrial, áreas en declive agrícola, etc. No obstante, el resultado de esta estrategia se hace particularmente visible en el espacio rural.

Desde otra aproximación, la transformación que en los últimos años ha experimentado la actividad turística, por razones de distinta naturaleza tanto de demanda como por cambios operados en la oferta, devienen en un factor de riesgo u oportunidad para cada territorio. Con independencia de los subsectores turísticos específicos a que hagamos referencia, factores como la calidad, autenticidad, flexibilidad, sostenibilidad, personalización, innovación, etc., son criterios considerados por la demanda ante una elección determinada de destino o producto; de ahí que también forme parte de las preocupaciones centrales de los proveedores de servicios y promotores turísticos, sean éstos del turismo masivo de sol y playa o encuadrados en los nuevos productos turísticos.

Resulta notorio que el turismo rural, en la perspectiva temporal de los últimos tres lustros, ha sido la actividad que con mayor profusión y generalidad, intensidad

financiera, diversidad de acciones y profundidad de alcance ha estado presente en las estrategias de desarrollo rural en nuestro país y de Canarias en particular.

Estos hechos nos mueven a reflexionar sobre el desarrollo e implantación de las actividades de turismo rural en el contexto canario y en el marco del desarrollo local; tanto por ser una de las facetas en que el desarrollo local ha tenido un papel protagonista; como a su vez, por ser el turismo rural un elemento coadyuvante en la estrategia de animación socioeconómica local. Por tanto, el objeto planteado en este artículo no es otro que el de establecer una visión panorámica sobre el turismo rural, que permita tanto acotarlo en sus precisiones conceptuales como analizar el curso de su evolución, interpretarlo como un instrumento y no sólo como un fin en la acción del desarrollo local, contemplarlo como un recurso reflexionando sobre las lecciones aprendidas a partir del mismo, para concluir con orientaciones posibles sobre su futuro.

Acotaciones al término turismo rural

Una mirada retrospectiva a los inicios del turismo rural pone de manifiesto el carácter impreciso del concepto y su recurrente solapamiento con el referido a turismo en espacio rural. La irrupción del turismo rural o el renacimiento experimentado a finales de los ochenta, según para qué autores, se interpreta, según los casos, como consecuencia de las circunstancias que causan una progresiva decadencia socioeconómica del medio rural o resultado de factores que tienen que ver con la evolución de la actividad turística.

Desde el primer ángulo, a los procesos de éxodo migratorio, envejecimiento demográfico, descapitalización del medio rural, pobreza de recursos materiales, inexistencia de vida asociativa, situaciones de desagrarización, predominio de actitudes defensivas y rutinarias, falta de equipamientos, se suman la dispar atención al espacio rural para el ocio y el turismo en relación al litoral, escasez de las políticas de gestión del territorio, o el efecto depresor que el propio desarrollo turístico de litoral y de carácter residencial ejerce sobre los recursos y la potencial demanda para áreas rurales (Cals, J., Capellà, J. y Vaqué E., 1995, pp 15-16).

Desde el segundo punto de vista, se pone el acento en los cambios y nuevas preferencias de la demanda turística: cambios sociodemográficos con crecimiento de población de mediana y de la tercera edad, transformaciones en la tecnología y su aplicación a la industria del viaje, carácter más experimentado de los turistas, dinamismo y expansión de la demanda, generalización de las vacaciones y días

de vacaciones en aumento, adelantos en la edad de jubilación sin menoscabo del nivel de rentas, interés creciente por otras ofertas diversas a las de sol y playa, demanda de productos turísticos que ofrezcan mayores prestaciones en relación a los de destinos tradicionales, creciente demanda de viajes especializados y temáticos, y la aparición de un turista más activo. (Aguiló Pérez, 1996, pp 55-58).

Como cualquier actividad turística que involucra diversas disciplinas la primera dificultad que nos encontramos en el caso del turismo rural es acotar los campos de desempeño de esta actividad, y tratar de limitar las divergencias conceptuales que de ello puedan surgir. En consecuencia, no resulta extraño encontrar definido el turismo rural por exclusión u oposición a otras formulaciones de la actividad turística o a otros productos turísticos. Así se ponía de manifiesto tempranamente por parte de la Comisión de las Comunidades Europeas (1990, p.6), al citar diversos estudios en los que «se destaca la necesidad de definir la oferta de turismo rural, superando el concepto de turismo de casas de labranza a fin de que Europa pueda ofrecer productos completos» y a la vez que reconocía que «teniendo en cuenta que frecuentemente los agentes y las empresas del sector están aislados, no parece que la definición de una oferta de turismo rural sea condición suficiente para fomentar su conocimiento y su demanda». La evolución seguida en los años siguientes, nos lleva a afirmar que el incuestionable grado de desarrollo de la actividad ha estado más relacionado con la evolución de la demanda y los apoyos públicos al sector que con aspectos relativos a su definición.

Bote Gómez (1988, pp 46-50) realiza en nuestro país una de las primeras aportaciones en relación al turismo rural desde la que aboga por un desarrollo basado en estrategias artesanales que impliquen una utilización responsable del espacio rural. Los objetivos allí propuestos configuran, en sí mismo, una forma de entender este turismo: compatibilizar la conservación y el desarrollo de los recursos turísticos; creación de una oferta (alojativa y recreativa) no concentrada y de pequeña escala, coordinada a nivel local, favorecedora de intercambios económicos necesarios para rentabilizar las inversiones; una oferta que estimule el contacto con la naturaleza mediante la creación y promoción de actividades al aire libre y que contribuya a un auténtico diálogo entre visitantes y visitados, favorecedor de nuevas relaciones e intercambios socioculturales auténticos y fecundos; un turismo que ha de ser organizado y gestionado por la población rural, que cuente con el consentimiento y la participación de la sociedad rural desde un verdadero enfoque de animación sociocultural.

El turismo rural puede entenderse como aquella práctica turística en el espacio rural que favorece la economía y la calidad de vida, a través de la oferta de aloja-

miento y actividades de ocio, con la presencia mediadora del habitante del medio rural, y que da a conocer al visitante una realidad viva, con toda su riqueza natural y cultural. En línea con esta síntesis, Gil Larrañaga (1992) concibe el turismo rural, además de como actividad económica, como un elemento activador de procesos de animación social, que a su vez debe mejorar la capacitación de la población local en el contexto de la profunda reconversión de conceptos, estructuras y actividades que afectan al mundo rural. Todo ello, ha de dar paso a una mayor diversificación de la economía rural, y por tanto, a una estructura productiva basada en la complementariedad de rentas y en la lógica de una autogestión asociativa local que induzca a que los beneficios repercutan directamente en la población del territorio. Conocido el riesgo de la museización del espacio rural, se aboga por autenticar esta modalidad turística a través de destacar la presencia directa del habitante rural en la prestación de servicios, en la corresponsabilización con la gestión de las operaciones turísticas locales, en el desarrollo de la oferta complementaria y en la atención al área de formación como un espacio preferente para incrementar la calidad del producto y la comprensión del sentido de lo que hace en el contexto del cambio en marcha.

La utilización de criterios diferenciadores ha sido recurrente para definir el campo propio del turismo rural. Calatrava y Ruiz (1993, p 7) señalan dos tendencias: una, cuyo criterio atiende a la parte de las ganancias provenientes del turismo, que es percibida por la comunidad rural o por los agricultores, según la cual se reconocen tres categorías, agroturismo, turismo rural y turismo en espacio rural, que a modo de círculos concéntricos cada una integra a la precedente; y una segunda, que se sustancia a partir de los elementos que componen la oferta, hablándose de turismo rural cuando la cultura rural es un elemento importante de aquélla, y aplicando denominaciones específicas (agroturismo, cultural, ecuestre, etc.) para indicar el carácter prioritario de un componente de la oferta rural.

Con carácter general, se han incluido como turismo rural todos los flujos turísticos que tienen como escenario para su desarrollo el medio no urbano, con independencia de sus motivaciones, actividades, nivel de interés por la cultura rural, vinculaciones con la población agraria y modalidades de alojamiento. Sin embargo, es más apropiado referirse a la globalidad de los movimientos turísticos que se desarrollan en el medio rural con la expresión «turismo en espacio rural», y reservar la locución de «turismo rural» para aquellas manifestaciones que en mayor medida se identifican con las especificaciones de la vida rural, su hábitat, su economía y su cultura. (Cals, J., Capellà, J. y Vaqué E., 1995, p 22).

De lo manifestado hasta ahora, deducimos la complejidad del producto y la simplificación conceptual y operativa de la que es objeto. Si en sus orígenes el

turismo rural se basó en la idea de complementar rentas agrícolas y fomentar el desarrollo local, por lo que se presentaba vinculado a la participación del turista en la actividad rural, idea más próxima al concepto de agroturismo; la evolución del propio producto y de la demanda ha transcurrido por unos derroteros donde el turista disfruta del medio rural sin participar necesariamente en las labores agrícolas y en la vida comunitaria, es decir, produciendo básicamente estancias en el medio rural.

Para la Organización Mundial del Turismo (2001) se entiende por turismo rural aquella forma de turismo en la que la cultura rural es un componente esencial del producto ofrecido. Según se recoge en el Plan de Excelencia y Liderazgo del Sector Turístico de Canarias, «la característica distintiva de los productos de turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes la posibilidad de experimentar el entorno físico y humano del medio rural, y en la medida de lo posible, permitirles participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de los habitantes locales» (Consejería de Turismo y Transportes, 2003, p 307).

Basándose en esta última consideración, y en atención a las dificultades que la diferenciación referida con anterioridad comporta, en particular cuando se pretende la medición del fenómeno y atender a sus implicaciones estadísticas, para autores como Valdés Peláez, (2004, p 299) es el «turismo en espacio rural» el que mayoritariamente se ha implantado en España, y es por lo que resulta habitual referirlo genéricamente como turismo rural. Define, así, el turismo rural como «la oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en ambientes rurales, en contacto con la naturaleza y con sus gentes» y concluye que si este sector quiere contar con un espacio propio como auténtico producto turístico, debe ofrecer un «paquete» de turismo rural, es decir, añadir a la oferta de alojamiento un conjunto de prestaciones que comprendan también una oferta de servicios de tipo social, cultural y deportiva, cuyo desarrollo se realice respetando el medio ambiente.

Por su parte Gil Larrañaga (2003), al replantear la definición de turismo rural, considera las repercusiones que el sistema comercial global genera en esferas diversas: obsolescencia en conceptos y formas operativas, escalas de rentabilidad, sometimiento a procesos de especialización de una u otra índole, etc. Estas transformaciones afectan al propio espacio de desarrollo del turismo rural, modificando sus lógicas de funcionamiento. De ahí que el turismo rural haya de ser reinterpretado, reinterpretando a su vez los propios conceptos de su definición, sin perder la perspectiva de que el valor específico del turismo rural deriva de la relación de la comunidad rural con su territorio.

Por ello, la complementariedad¹ es considerada la «condición *sine qua non* para una definición social del turismo rural», puesto que es la garantía de permanencia del habitante rural en su territorio, además de que son «esas otras actividades las que configuran la naturaleza específica de esta oferta».

Roto este principio, se observa que la expresión turismo rural cae en desuso a favor de la expresión turismo en espacio rural y pronto se reduce a turismo en la naturaleza, con lo que la presencia y participación del habitante rural ha sido desplazado en beneficio de una lógica de rentabilidad y consecuentemente su «espacio de identidad» convertido en un «espacio comercial». En consecuencia, propone redefinir la relación del rural con su entorno reinterpretando el sentido de la complementariedad y la función del habitante rural como mediador en el turismo rural, reforzado con la idea de gestión asociada local.

La complementariedad es reinterpretada a partir de una nueva idea del medio rural y de su significado como recurso. Aunque la cuestión básica sigue siendo que «la relación persona-naturaleza se establece en función de la supervivencia y el bienestar de la comunidad humana», tal cual es hoy la relación no tiene como objeto una producción en parámetros de pura subsistencia, sino que se establece en términos de pertenencia y desarrollo mutuo, por lo cual naturaleza y sociedad configuran un nuevo sistema de interdependencias. Esta específica relación comunidad-entorno adquiere, por tanto, su verdadero valor en términos de intercambio. En definitiva, cuando esa específica relación, además de fuente de bienestar para la población local, se convierte en elemento de reclamo para otros territorios y ese cambio de función social del territorio rural, siendo un valor o bien escaso para los demás, lo hace apetecible por todos. De aquí que el intercambio sea la confrontación de unos modos de vivir en unos lugares con los de otros, donde la relación entre la sociedad y la naturaleza todavía exista en forma de «tejido de encuentros» mucho más directos.

Por su lado, la mediación del rural es vista en forma de acompañamiento al visitante en la inmersión en ese tipo de relaciones con el medio y la vida que no es otra que la relación del rural con su territorio. «Es la cultura de un modo de trabajar y de estar ahí, y de vivir ahí y de ello». Lo esencial no es, por tanto, la pro-

¹ Por complementariedad entendemos la diversidad de actividades desarrolladas por los individuos y de rentas generadas a partir de aquéllas. Decimos que el turismo rural es una actividad complementaria cuando ésta se realiza sin una preeminencia absoluta sobre las otras.

ducción, la actividad misma, sino la actitud de responsabilidad que animaba esa producción para convertirla en otros recursos que el rural necesitaba. Esta actitud de responsabilidad y autoempresa debe ser el soporte que impulse un tercer principio del turismo rural, la gestión asociada. Favorecer que la «comunidad rural se implique en un modelo propio y responsable de desarrollo local» supone aceptar que lo importante no radica tanto en el desarrollo mismo, sino en su protagonismo; por tanto, atender la necesidad de privilegiar la propiedad de la gestión de las operaciones de desarrollo de turismo rural.

Como se ha puesto de manifiesto a lo largo de esta presentación, el concepto de turismo rural se vincula a la esencia misma de las relaciones en el medio rural, a sus actividades productivas y su base cultural, siendo la oferta de alojamiento, actividades recreativas y servicios afines elementos por los que acceder al conocimiento y contacto con aquéllas. Razones de diversa índole, y en particular la disponibilidad de fuentes estadísticas, a menudo conducen a simplificar el estudio del turismo rural en referencia casi exclusiva al análisis de la oferta alojativa y a la evolución de su demanda.

A estos efectos, para el Instituto Nacional de Estadística² «se consideran alojamientos de turismo rural, aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico mediante precio, con o sin otros servicios complementarios y que estén inscritos en el correspondiente Registro de Alojamientos Turísticos de cada Comunidad Autónoma. Estos establecimientos suelen presentar unas características determinadas: a) están situados en un medio rural; b) son edificaciones con una tipología arquitectónica propia de la zona o están situados en fincas que mantienen activas explotaciones agropecuarias (agroturismo); y c) ofrecen un número de plazas y habitaciones para el alojamiento de huéspedes limitado, además de reunir ciertos requisitos de infraestructura y dotaciones básicas».

A estos efectos, los alojamientos de turismo rural pueden adoptar una de estas dos modalidades de alquiler o ambas: a) alquiler de uso completo, para el caso de la contratación íntegra del inmueble para uso exclusivo del contratante; y b) alquiler de uso compartido, si se trata de la contratación individualizada de habitaciones dentro de la propia vivienda familiar.

² Ésta es la definición utilizada para considerar las unidades de análisis seguidas en la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural 2004 por el INE, y a la que se refiere como última nota metodológica, recogida en www.ine.es/daco/daco42/ocup-tr/notaetotr.htm, a fecha de 4 de febrero de 2006.

Una aproximación a las características de turismo rural

Como hemos visto, no resulta tarea fácil acotar una definición precisa del turismo rural. No obstante, puede resultar más sencillo y práctico tomar en consideración sus elementos básicos. En primer lugar, hemos de señalar que al turismo rural se le ha venido considerando un nuevo producto turístico, que de forma habitual se presenta como complementario o aglutinador de terminologías asociadas³: agroturismo, turismo verde, turismo cultural, turismo activo, turismo de aventura, ecoturismo, etc. En su propia esencia, podemos caracterizar el turismo rural como sigue:

- a. Se desarrolla en el espacio rural o natural.
- b. Su actividad viene marcada por un modo de implantación sostenible, entendido por su carácter duradero. Por tanto, soportable ambientalmente para el medio en que se implanta, viable económicamente y socialmente equitativo para la población local.
- c. Tiene un desarrollo de baja intensidad y densidad, basado en una estrategia de componente artesanal, de bajo impacto y no masificación. Se ha de tratar de un desarrollo planificado, pautado y controlado que privilegia los aspectos cualitativos frente a los cuantitativos.
- d. Se asienta sin alterar las formas de vida local, la cultura rural le sirve de soporte y está abierto al contacto e integración de la comunidad local. La presencia del habitante rural es propiciada como cauce de interpretación de esas formas de vida y cultura.
- e. Genera un efecto revitalizador en las economías locales, con atracción de renta y creación de empleo, basada en explotaciones individuales de pequeña escala y preferentemente concebido como actividad complementaria a otras principales del medio rural. En consecuencia, provoca un efecto redistributivo en el desarrollo.
- f. Aprovecha de forma prioritaria el patrimonio edificacional y arquitectónico tradicional para la creación de una nueva oferta alojativa, de restauración y complementaria, priorizando los estilos y materiales constructivos locales.
- g. Está basado en el conocimiento de los recursos endógenos (cultura, formas de vida y relación, patrimonio, etc.) con vocación de recrear nuevos recursos, no sólo nuevas actividades productivas, para favorecer una oferta integral de alojamientos, ocio y servicios, que a su vez aporta mejoras en la calidad de vida a la población local.

³ Véase CEFAT, 1993, pp 33-38.

- h.** Cuenta con una base asociativa local que permite la integración de los componentes del producto turístico, sirve de soporte a la cualificación de las ofertas y procura el control de la gestión del proceso (límites del crecimiento, atención a nuevos requerimientos formativos, promoción del destino, creación de marcas, comercialización, introducción de tecnologías, etc.).

El papel de las políticas públicas en la implantación del turismo rural

El desarrollo del fenómeno turístico en el medio rural no es, ciertamente, un hecho reciente. Aunque por razones de distinta naturaleza, según países y regiones, la existencia de flujos turísticos de la ciudad al campo es constatable desde la segunda mitad del pasado siglo e incluso antes. Podemos observar, desde aquellos viajes a determinadas áreas naturales en búsqueda de tratamientos curativos en instalaciones balnearias y de aguas termales; pasando por el retorno a los pueblos y lugares integrantes de la memoria de combatientes y familiares una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial en Europa; hasta el retorno, en España, a los pueblos de origen de emigrantes rurales y sus hijos en temporada estival, los llamados «veraneantes».

Como forma de hacer turismo, los desplazamientos al medio rural tuvieron sus inicios según diversos autores en Gran Bretaña, Francia o incluso Irlanda, fundamentalmente a través del alojamiento en casas de agricultores y ganaderos. En España, una iniciativa pionera de turismo en «casas de labranza» comenzó en el año 1968 por una iniciativa del Ministerio de Información y Turismo en colaboración con las Agencias de Extensión Agraria. El objetivo consistía en favorecer la recuperación de las viviendas en algunos núcleos de población para dar cabida a una demanda cada vez más frecuente. A través de la red de agentes se proponían solicitudes de crédito para la reforma y acondicionamiento de habitaciones en casas de residentes en el medio rural y por su parte el Ministerio editaba una guía que daba a conocer estos establecimientos y las condiciones para su utilización.

Posteriormente, durante los años 1984 y 1985 la Secretaria General de Turismo de Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones publicó dos órdenes para apoyar, a través de subvención, a asociaciones, cooperativas, empresas y agrupaciones empresariales que tuviera como finalidad la promoción y comercialización del turismo rural, a su vez relacionándolo con la generación de empleo y la diversificación de la tradicional oferta en la costa. Las ayudas se destinaron a media docena de proyectos de oferta conjunta de alojamientos, acompañados de

programas de animación turística que contaran con un diseño de comercialización propio. De los proyectos aprobados, la iniciativa más conocida, la propuesta por la Sociedad de Desarrollo Integral Taramundi, en Asturias, muy pronto se convirtió en un referente de las iniciativas de turismo rural.

La crisis de la agricultura, el éxodo de población sufrido, las limitadas oportunidades para combatir el desempleo y arraigar la población más joven en el medio rural español, hacen que a finales de los años ochenta y muy a principios de los noventa, a pesar de la inexistencia de una política turística de alcance nacional en estos espacios, se produzca un surgimiento de experiencias dirigidas al aprovechamiento de recursos y al impulso de los alojamientos turísticos en el medio rural. Lo que empieza por ser la respuesta a un estado de necesidad, pronto toma forma de planificación para la conservación y desarrollo de los recursos turísticos y provoca que comiencen a aparecer algunas normativas que suponen el inicio de la regulación de estas actividades en algunas Comunidades Autónomas⁴.

En adelante el turismo se verá beneficiado del incremento de una demanda específica, motivada por dos elementos principales: de un lado, el contacto con la naturaleza y la tranquilidad de los espacios rurales; de otro, diversos motivos que se consideran la causa de pasar su tiempo de ocio en los espacios rurales como son la curiosidad por conocer determinados destinos y los atractivos turísticos presentes en el medio rural (Fuentes García, 1995, pp 565-566).

En paralelo a estas nuevas motivaciones de los turistas, un estímulo de igual intensidad supone para el turismo rural la nueva orientación de la política regional y de desarrollo rural promovida por las Comunidades Europeas como consecuencia de la crisis de la agricultura y el retroceso social y económico del medio rural. Como consecuencia de este proceso de reflexión y revisión, la Comisión de las Comunidades Europeas (1990, p 3) propone el impulso de un conjunto de medidas que «deben tener por objeto la creación de productos de ‘turismo rural’, cuya comercialización suscite la formación de empresas que los concreten y los gestionen». Por otra parte, reconoce que «el desarrollo rural no depende sólo del sector agrario», por lo que propone fomentar «otras formas de actividad económica que contribuyan a mantener la población rural y consolidar la economía de las regiones rurales» (Comisión de las Comunidades Europeas, 1991, p10).

⁴ Véase CORRALES BERMEJO y RIVAS ZURDO (1994). Obsérvese que las primeras comunidades en regular las ofertas alojativas de turismo rural y de agroturismo han sido Cataluña (1983), Aragón (1986), País Vasco (1988), Castilla y León (1989), Principado de Asturias (1991), Islas Baleares (1991) y Navarra (1991), aunque la práctica totalidad de las comunidades autónomas españolas hayan publicado, previo a sus reglamentaciones de ordenación, disposiciones para regular ayudas y subvenciones al sector.

Por su parte, la preocupación de que el turismo conecte con una dinámica que incentive el desarrollo económico local es también patente. El Parlamento Europeo (1991, p 90), en la resolución sobre una política de turismo comunitaria, expresa la necesidad de impulsar la actividad turística «fomentando inversiones públicas y privadas en proyectos para las regiones incluidas en el Objetivo 1 que realcen y protejan sus atractivos culturales y ambientales, y que fomenten el desarrollo económico local», enumerando, para ello, un conjunto de líneas prioritarias. Se refiere también, con carácter particular, a «la promoción del turismo rural basada en el acercamiento entre los países, el conocimiento de los patrimonios culturales, el descubrimiento de las culturas locales, la atención prestada al marco natural y a las formas de vida de las poblaciones de que se trate» (Parlamento Europeo, 1991, p 91), por lo que acoge con satisfacción las nuevas iniciativas comunitarias como LEADER y las propuestas sobre las acciones comunitarias a favor del turismo rural.

En este marco se produce la publicación de la iniciativa LEADER I⁵, en 1991, y de las siguientes ediciones de la misma: LEADER II, en 1994⁶, y LEADER +7, en 2000, que llegó hasta finales de 2006. La iniciativa LEADER (relaciones entre actividades de la economía rural), del que sólo son beneficiarios aquellos territorios que con sus proyectos de desarrollo hayan sido seleccionados por concretar un programa de acciones innovadoras, viables y con un enfoque participativo, supuso un auténtico espaldarazo para la creación de una amplia y diversa oferta de turismo rural a escala europea y nacional. En el LEADER I, se conciben los objetivos básicos que el turismo rural precisaba, dado su desordenado nacimiento: conocer mejor la demanda de ocio del espacio rural, desarrollar la oferta, organizar mejor la oferta turística y su vinculación con la demanda, estimular la creación de polos turísticos rurales que dispongan de equipos básicos, ofrezcan actividades culturales, y al mismo tiempo, fomente un turismo descentralizado y apoyado en inversiones individuales.

En LEADER II se favorecía la creación de inversiones individuales y colectivas novedosas, inversiones en pequeñas infraestructuras públicas vinculadas a la nuevas necesidades de la oferta turística, inventario, restauración y revalorización de

⁵ Comisión de las Comunidades Europeas (1991): Comunicación a los Estados miembros por la que se fijan las directrices de unas subvenciones globales integradas para las que se invita a los Estados miembros a presentar propuestas que respondan a una iniciativa comunitaria de desarrollo rural. (91/C 73/14), de 15 de marzo de 1991.

⁶ Comisión de las Comunidades Europeas (1994): Comunicación a los Estados miembros por la que se fijan las orientaciones para las subvenciones globales o los programas operativos integrados para los cuales se pide a los Estados miembros que presenten solicitudes de ayuda dentro de una iniciativa comunitaria de desarrollo rural. (94/C 180/12), de 15 de junio de 1994.

⁷ Comisión de las Comunidades Europeas (2000): Comunicación de la Comisión a los Estados miembros de 14 de abril de 2000 por la que se fijan orientaciones sobre la iniciativa comunitaria de desarrollo rural (LEADER+) (2000/C 139/05).

edificios de carácter histórico y parajes rurales de interés turístico, actividades de promoción, estudios de mercado y creación de sistemas de reservas, concepción y puesta en marcha de nuevos productos de turismo rural, etc. LEADER +, por su parte, ha pretendido que se articulen propuestas basadas en: 1) estrategias territoriales de desarrollo rural, integradas, de carácter piloto; 2) apoyo a la cooperación entre territorios rurales; y 3) integración en una red. Bajo este enfoque ha extendido su mirada más allá de una actividad concreta, pretendiendo ayudar a los agentes del mundo rural a reflexionar sobre el potencial de su territorio en una perspectiva a más largo plazo. Con ello se ha intentado fomentar la aplicación de estrategias originales de desarrollo sostenible integradas, de calidad y destinadas a la experimentación de nuevas formas de valorización del patrimonio natural y cultural, de mejora del entorno económica a fin de contribuir a la creación de empleo y por último, de mejora de la capacidad de organización de las respectivas comunidades.

A la misma necesidad y en la misma dirección de apoyo al turismo rural ha venido respondiendo el Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de Zonas Rurales en las Regiones de Objetivo 1 (PRODER). Esta actuación exclusiva del Estado español, en su primera edición (1996-1999) se dirigía a zonas de las regiones españolas de Objetivo 1 que no eran beneficiarias de la medida de innovación del LEADER II. El PRODER 2 (2000-2006), con su metodología específica, se ha aplicado a todo el territorio nacional, para lo que se contempla una división operativa y de programación entre regiones de Objetivo 1 y de fuera de Objetivo 1. Se trata de un conjunto de medidas de desarrollo endógeno de las comarcas rurales que forman parte de la programación de desarrollo rural de ámbito regional, entre cuyos objetivos se encuentra el fortalecimiento y diversificación de su economía, el mantenimiento de su población, la elevación de las rentas, el bienestar social de sus habitantes, y la conservación del espacio y de los recursos naturales. Una de las acciones impulsada por el PRODER 2 ha sido el fomento del turismo y el artesanado, pero dado que se favorece que tengan entre sí un desarrollo sinérgico, al igual que en LEADER, la relación de cualquier actividad con la creación de oferta complementaria o mejora de recursos para el turismo rural es múltiple y diversa.

En nuestro país, la elaboración del Libro Blanco sobre el Turismo Español, en 1992 y del Plan Marco de Competitividad del Turismo Español⁸ (FUTURES) (1992-

⁸ Orden de 19 de agosto de 1992, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, por la que se conceden incentivos a las pequeñas y medianas Empresas y Entidades turísticas para la realización de acciones de promoción de la oferta turística española, de acuerdo con el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES).

1995), pretendían reorientar el modelo turístico español, para lo que contemplaba la diversificación y especialización de la oferta, la conservación de los entornos naturales para compatibilizarlos con la actividad turística, la recuperación de tradiciones y raíces culturales o la preservación de la arquitectura autóctona, entre otras líneas.

El FUTURES, como instrumento, supuso un cambio importante al pasar a considerarse el turismo rural como un sector relevante en el concierto de la actividad turística del país. Un segundo Plan Marco de Competitividad del Turismo Español⁹ sigue al primero durante el período 1996-1999, y sugiere en su plan de nuevos productos acciones por las que «podrán subvencionarse el diseño, puesta en marcha, gestión y márketing, de oferta turística singular que suponga, bien elevar la adecuación de productos turísticos tradicionales a las tendencias de la demanda, promoviendo la aparición de oferta complementaria, la segmentación de la oferta y el desarrollo de productos específicos; bien apoyar nuevos productos turísticos, como el turismo de salud, de montaña, deportivo y de aventura, ecoturismo y agroturismo, turismo cultural, de congresos, etc.».

La conjunción de los factores descritos hace que a lo largo de la década de los noventa el turismo rural observe un espectacular crecimiento de la oferta en toda la geografía española y asimismo, presente los datos de crecimiento relativo más destacados desde el punto de vista de la demanda. Esta evolución ha ido pareja a un importante esfuerzo de vertebración asociativa regional y estatal de la oferta alojativa rural, inicialmente atomizada en explotaciones individuales o en expresiones asociativas de carácter local o comarcal. No ha ocurrido lo mismo en lo que a oferta complementaria se refiere, que en el mejor de los casos ha estado asociada a entidades de ámbito local y comarcal. De igual forma, el rápido proceso de crecimiento y la necesidad de ir adaptando las regulaciones por parte de las comunidades autónomas a la nueva realidad, da como resultado que a finales de los noventa la práctica totalidad de comunidades disponga de normativa propia sobre las tipologías de alojamiento turístico en el espacio rural y en algunos casos haberla revisado para adaptarla¹⁰.

La situación resultante de los años noventa es analizada por el Plan PICTE, Plan Integral de Calidad del Turismo Español, 2000-2006, plan que a la vez que

⁹ Real Decreto 2346/96, de 8 de noviembre, del Ministerio de Economía y Hacienda, por el que se establece un régimen de ayudas y se regula su sistema de gestión, en aplicación del Plan Marco de Competitividad del Turismo Español 1996-1999.

¹⁰ Véase VALDÉS PELÁEZ y VALLE TUERO (2000).

sustituye, da continuidad a los Planes Marco de Competitividad, basándose en que como concepto básico calidad sustituye al de competitividad. Contempla dar continuidad a la estrategia de liderazgo turístico español por la vía del esfuerzo de adaptación a la demanda y al seguimiento de la evolución de los mercados, y responder así a la diversificación de las motivaciones con una clara estrategia de desarrollo de nuevos productos turísticos.

A juicio del Plan PICTE, el turismo rural constituye uno de los sectores con mayor auge reciente y evidencia que el «volumen importante de inversión, así como la disparidad tipológica y normativa, ha propiciado la puesta en el mercado de una oferta heterogénea, sin criterios comunes de desarrollo, con grandes dificultades en rentabilidad y problemas en su comercialización. Por ello, se considera necesario profundizar en la coordinación entre las Comunidades Autónomas hacia la homogeneización de la oferta, en lo que respecta al servicio ofertado, estrechar las líneas de colaboración con los organismos estatales y autonómicos que apoyan este tipo de productos y, cuyos objetivos, dirigidos al mundo agrario, deben coincidir y orientarse desde el conocimiento del mercado turístico» (Ministerio de Economía y Hacienda, 1999, p 40).

La implantación del turismo rural en Canarias

La realidad descrita ha marcado la pauta, en gran medida, de la evolución del turismo rural en Canarias. LEADER y PRODER han estado presentes, y a su vez lo ha hecho también el Programa Operativo de la Iniciativa Comunitaria REGIS I y REGIS II, iniciativa propia de las regiones ultraperiféricas. Esta financiación comunitaria, específica del Archipiélago canario, ha contado entre sus diversas acciones con líneas para la mejora de pequeñas infraestructuras locales de apoyo al turismo, debiendo ser aquí destacada la línea de rehabilitación de inmuebles en el medio rural para ser destinados a alojamientos turísticos o de turismo rural, como se le denominó en el REGIS II. Estas acciones del REGIS han sido un soporte financiero básico en las diversas convocatorias de subvención para la rehabilitación y acondicionamiento de inmuebles, cuya finalidad ha sido la creación de oferta alojativa de turismo rural en la comunidad canaria desde 1992.

El primer impulso que en Canarias recibe el turismo rural viene de la mano de la Orden de 19 de diciembre de 1990 de la Consejería de Turismo y Transportes⁹, sobre concesión de subvenciones para la mejora y acondicionamiento de casas de

⁹ Boletín Oficial de Canarias de 31 de diciembre de 1990.

campo como alojamientos turísticos. A través de la misma, la Consejería manifiesta la necesidad de abrir nuevas posibilidades a través de esta oferta turística, y al propio tiempo, el deseo de activar el sector servicios en el medio rural.

Hasta la aparición del decreto regulador de los alojamientos de turismo rural en el Archipiélago, en 1998, las disposiciones referidas a turismo rural se orientaron en su totalidad al fomento de la oferta alojativa. La necesidad de responder a circunstancias específicas, de diverso origen y naturaleza, supuso en ocasiones, la necesidad de adaptar el objeto e incluso llegar al cambio de criterios en las regulaciones de la subvención. Además de la convocatoria sobre concesión de subvención de 1990, se produjeron también otras en los años 1992¹², 1995¹³, 1996¹⁴, 1998¹⁵, 2000¹⁶, 2001¹⁷ y 2002¹⁸. La importancia de cada convocatoria ha derivado de la progresiva concreción que se ha dado a las características y emplazamiento del inmueble a rehabilitar como objeto de la subvención, de los criterios esgrimidos para la priorización de los proyectos, y en cualquier caso, cada convocatoria ha estado determinada por la distinta intensidad financiera con que se ha visto dotada.

La primera concesión de subvenciones, de 1990, consideraba beneficiarios a los particulares y empresas turísticas propietarios de inmuebles situados en poblaciones con un número no superior a dos mil habitantes, o bien que estuvieran fuera de los núcleos urbanos de población. Se orientaba al acondicionamiento de las instalaciones y servicios necesarios para el acomodo de clientes, incluyendo su amueblamiento, según lo dispuesto en la normativa específica de la modalidad de explotación turística a la que fuera a acogerse. Debido a la no existencia de normativa reguladora del turismo rural, este encaje se encontró en la figura de vivienda turística¹⁹.

¹² Orden de 7 de agosto de 1992 de la Consejería de Turismo. *Boletín Oficial de Canarias* de 19 de agosto de 1992.

¹³ Orden de 4 de julio de 1995 de la Consejería de Presidencia y Turismo. *Boletín Oficial de Canarias* de 15 de julio de 1995.

¹⁴ Orden de 4 de junio de 1996 de la Consejería de Turismo y Transportes. *Boletín Oficial de Canarias* de 17 de junio de 1996.

¹⁵ Anuncio de 22 de mayo de 1998 de la Dirección General de Ordenación e Infraestructura Turística. *Boletín Oficial de Canarias* de 27 de mayo de 1998.

¹⁶ Anuncio de 25 de febrero de 2000 de la Dirección General de Ordenación e Infraestructura Turística. *Boletín Oficial de Canarias* de 15 de marzo de 2000.

¹⁷ Resolución de 3 de abril de 2001 de la Dirección General de Ordenación e Infraestructura Turística. *Boletín Oficial de Canarias* de 25 de abril de 2001.

¹⁸ Anuncio de 10 de abril de 2002 de la Dirección General de Ordenación e Infraestructura Turística. *Boletín Oficial de Canarias* de 29 de abril de 2002.

¹⁹ El Decreto 23/1989, de 15 de febrero, sobre ordenación de apartamentos turísticos, en su artículo 38 dispone que «en el ámbito territorial de Canarias no tendrá consideración de "apartamento turístico", sino de "vivienda turística", la unidad de alojamiento, completamente aislada, que se ofrezca en explotación turística».

Resulta significativo el giro experimentado en la convocatoria de 1992. La administración turística opta por el apoyo en exclusiva a la rehabilitación de inmuebles ya construidos para su destino como establecimientos alojativos, impulsando con ello la recuperación del patrimonio arquitectónico rural en las islas. A su vez, esta nueva regulación acoge y fomenta la creación de organizaciones estables que coordinen esfuerzos con miras a estructurar y comercializar este paquete específico de turismo rural que comenzaba a configurarse. Se amplía, por tanto, el campo de beneficiarios a empresas, asociaciones, cooperativas y agrupaciones empresariales, cuyo objeto social sea el desarrollo del turismo en el medio rural. Este cambio de orientación supone un primer acicate de lo que en el futuro sería un vasto proceso de conformación asociativa de las ofertas de turismo rural con base local, comarcal e insular.

Pero, si la nueva disposición es importante en términos cualitativos no lo es menos en cuanto a dotación económica. La subvención, dirigida a la realización de obras de inversión real o a la adquisición de bienes de equipo, alcanza un importe total de cuatrocientos noventa millones de pesetas, casi veinticinco veces superior a la consignada tan solo un año y medio antes. Por su parte, los beneficiarios de esta convocatoria podrían obtener una subvención que no podría sobrepasar el 50 por ciento del coste de la inversión.

Esta línea se mantiene hasta el nuevo giro que experimenta la convocatoria de 1996, que explícitamente integra financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, como ya hemos señalado por la Iniciativa Comunitaria REGIS. Esta convocatoria se concibe con el objetivo de fomentar un turismo alternativo, fuera de las zonas típicamente turísticas, basado en la extraordinaria singularidad del medio natural en Canarias y que permita una reorientación hacia el turismo sustentado en el medio rural.

En correspondencia con las anteriores convocatorias, la mejora de la calidad de los establecimientos acondicionados como casas rurales es el principio inspirador de la nueva orden. No obstante, a partir de este momento los beneficiarios de la acción de fomento han de ostentar la condición de empresarios conforme las determinaciones del artículo 2 de la Ley 7/1995²⁰. O sea que, podrán acogerse las sociedades mercantiles o empresarios individuales que desarrollen actividades u ofrezcan servicios de alojamiento turístico, incluidos en el ámbito normativo²¹ por

²⁰ Ley de Ordenación del Turismo de Canarias, de 6 de abril. *Boletín Oficial de Canarias* de 23 de mayo de 1995

²¹ Decreto 231/1993, de 29 de junio.

el que se establece el régimen de subvenciones a la pequeña y mediana empresa. Éstas deben ser empresas independientes, entendiendo por tales, aquéllas en las que el 25 por ciento o más de su capital o de sus derechos de voto no pertenezcan a otra empresa o conjunto de empresas que no respondan a la definición de pequeña y mediana empresa. Esta orientación pretende propiciar el vínculo e interés hacia lo local por estos operadores en dicho desarrollo turístico.

El nuevo régimen excluye la posibilidad de presentación a la convocatoria de subvención a las asociaciones de promoción de turismo rural, integradas por lo general por propietarios individuales, al señalar que se entenderán expresamente excluidas las comunidades de bienes y cualquier otra fórmula de sociedad civil.

Hemos de hacer notar que a lo largo del lustro anterior han sido estas asociaciones y el movimiento por ellas impulsado, en gran medida apoyadas y soportadas por las instancias del desarrollo local, quienes sirvieron de catalizador principal de proyectos de desarrollo del turismo rural, basado en un enfoque decididamente abierto y participativo, dinamizador de los recursos locales y cohesionador de distintas visiones e inquietudes. Con ello se distingue la capacidad de provocar el más notorio efecto expansivo y difusor de la nueva modalidad alojativa turística en el medio rural canario. Estas estructuras dieron respuesta al efecto aglutinante preciso, como hemos visto en la orden de 1992. Constituyeron elementos de vertebración de ofertas desde los niveles local a insular, sirvieron de cauces para la interlocución con la administración local y ejercieron el papel de proveedoras de apoyo y orientación a los propietarios de menos recursos económicos, culturales y experiencia administrativa, para todo el proceso de trámite y rehabilitación de proyectos de subvención.

Finalmente, en marzo de 1998, transcurridos ocho años desde la primera disposición reguladora de subvención para esta modalidad alojativa, se promulga el Decreto²² 18/1998, de 5 de marzo, de Regulación y Ordenación de los Establecimientos de Alojamiento de Turismo Rural en Canarias, catalogados como modalidad alojativa por el artículo 32.1.f de la Ley de Ordenación del Turismo de Canarias. Este Decreto responde a la necesidad de potenciar los recursos naturales y socioculturales del medio rural canario, no promocionados en la justa medida, pero demandados, en un porcentaje creciente, como alternativa a las ofertas turísticas y de ocio basadas en el aprovechamiento de los recursos de sol y playa.

²² *Boletín Oficial de Canarias* de 13 de abril de 1998. Este Decreto fue posteriormente modificado por el Decreto 39/2000, de 15 de marzo.

La determinación del régimen jurídico aplicable a los establecimientos de turismo rural se ha realizado desde la perspectiva de orientar el servicio de alojamiento y los complementarios del mismo hacia el cumplimiento de unas normas básicas de calidad que aseguren la correcta prestación de aquéllos, persiguiéndose, al mismo tiempo y de forma directa, la rehabilitación y reutilización de inmuebles de especiales características, contribuyendo de esta forma al mantenimiento y conservación del patrimonio arquitectónico de las distintas zonas rurales canarias y, excepcionalmente, de los núcleos urbanos de valor histórico-artístico.

La norma cuida la defensa de unos parámetros de calidad para las distintas modalidades alojativas contempladas, casa rural de uso exclusivo, casa rural de uso compartido y hotel rural, y también guía la intervención posible a realizar en el patrimonio edificacional.

Dado que hasta el momento todas las edificaciones objeto de rehabilitación como casa rural, apoyadas por las anteriores convocatorias de subvención, se habían acogido a la modalidad de explotación de vivienda turística, vigente entonces en la legislación canaria, el propio Decreto regulador produce la derogación de esta figura para salvaguardar y dar preeminencia a la orientación propuesta por el nuevo enfoque de turismo rural. Se evita así una figura que podría también encuadrarse en el espacio rural sorteando las disposiciones más restrictivas de la nueva regulación.

El Decreto de 1998 reconoce que el turismo rural no se circunscribe exclusivamente a la actividad alojativa, sino que es un sector turístico que alcanza también una serie de servicios y actividades conexas o complementarias, especialmente relacionados con el entorno natural; por lo que especifica que éstos servicios deben ser objeto de desarrollo posterior hasta conformar la completa ordenación de dicho sector.

Especifica el citado Decreto que «tendrán la consideración de casas rurales aquellas edificaciones de arquitectura tradicional canaria, definida conforme a las correspondientes normas de planeamiento, o de excepcional valor arquitectónico, normalmente aisladas, y en general, las vinculadas a explotaciones agrícolas, ganaderas o forestales, localizadas preferentemente en suelo rústico o, excepcionalmente, en cascos urbanos de valor histórico-artístico, delimitados en los respectivos planes de ordenación o por la normativa sectorial, siempre que se hallen enclavados en un entorno rural y no estén integrados en suelo declarado de uso turístico» (artículo 3.1). Estas casas rurales «podrán ser ofertadas como alojamiento de uso exclusivo o utilizadas conjuntamente con propietarios u ocupantes con legítimo título que residan en el citado inmueble o con otros usuarios turísticos» (artículo 3.3).

Por su parte, «tendrán la consideración de hoteles rurales aquellos inmuebles constituidos por una sola edificación, aunque puedan contar con unidades anejas interdependientes, que reúnan las condiciones tipológicas o histórico-artísticas definidas en el artículo 3.1, cuya capacidad alojativa no supere veinte habitaciones dobles o individuales y que presten los servicios previstos en el anexo I de este Decreto» (artículo 4). Se consideran inmuebles no aptos para el desarrollo del turismo rural los siguientes:

- a. Edificaciones que no reúnan las características tipológicas o histórico-artísticas a que hace referencia el artículo 3.1.
- b. Los construidos con posterioridad al año 1950.
- c. Los integrados en suelo urbano o urbanizable declarado específicamente de uso turístico.
- d. Aquéllos en los que se hubiera realizado obra nueva que supere el veinticinco por ciento de la superficie ya construida.
- e. Los inmuebles que aún respondiendo a alguno de los tipos señalados en los artículos 3.1 y 4, hubiesen sido objeto de ampliaciones o modificaciones que no respondan a la tipología arquitectónica tradicional originaria, así como aquéllos cuyo entorno haya sido desvirtuado por la realización de edificaciones adyacentes u obras que no respondan a dicha tipología.
- f. Los inmuebles que no se ajusten al principio de unidad de explotación entendida como la exigencia de sometimiento a una única titularidad empresarial de la actividad de explotación turística alojativa.
- g. Las instalaciones móviles y estacionales de acampada, los campamentos, albergues, refugios o análogos.

A partir de la promulgación del Decreto de 1998, las sucesivas convocatorias de subvenciones para esta modalidad turística tienen por objeto la rehabilitación y acondicionamiento de inmuebles destinados a casas rurales u hoteles rurales, atendiendo básicamente a lo considerado por el mismo.

Situación del turismo rural en Canarias

Configurar el marco en que se desenvuelve una actividad como el turismo rural requiere profundizar y confrontar un análisis de la demanda, la oferta, las tendencias subyacentes y de las acciones y reacciones de la competencia. Nos referiremos sucintamente a la evolución de los dos primeros elementos y concluiremos con la elaboración de una matriz DAFO en la que se refleje la situación de la actividad en Canarias.

Cuadro 1. Número de viajeros, pernoctaciones y estancia media en los alojamientos de turismo rural de Canarias. Años 2001-2005

Año	Número de viajeros			Número de pernoctaciones			Estancia media en días
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
2001	24.100	8.126	15.974	198.309	46.501	151.807	8,23
2002	20.548	8.644	11.905	147.293	35.983	111.310	7,17
2003	23.667	8.968	14.699	218.499	61.211	157.289	9,23
2004	31.665	12.071	19.595	268.241	68.829	199.412	8,47
2005 (*)	39.224	15.375	23.847	348.624	93.150	255.474	8,89

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE. *Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos* (Alojamientos de Turismo Rural). (*) Datos provisionales.

La demanda de turismo rural en Canarias

Uno de los aspectos fundamentales para la planificación del turismo rural es, precisamente, el conocimiento de la demanda (volumen, gasto turístico, motivaciones, etc.). La cierta indefinición del concepto, y sus implicaciones estadísticas, dificultan en parte un conocimiento puntual de esta realidad. Un ejemplo evidente es el derivado de la dispersión de tipologías alojativas consideradas como propias del turismo rural en las normativas de las comunidades autónomas, por lo que, como hemos señalado anteriormente, el INE ha de precisar a que tipos de alojamientos refiere el ámbito de su encuesta.

Siguiendo datos del propio INE, el número de viajeros registrados en los alojamientos de turismo rural en 2005 alcanzó en España 1.985.041 efectivos (datos provisionales), de los cuales un 89,3 por ciento eran residentes en España y un 10,7 por ciento residían en el extranjero. En Canarias, la cifra es de 39.224 viajeros, que representa un 1,97 por ciento de los viajeros contabilizados en todo el Estado, de los cuales, respectivamente, el 39,2 por ciento y el 60,8 por ciento residían en territorio nacional y en el extranjero, respectivamente.

Si atendemos al número de pernoctaciones, en España se recibieron en 2005 un total de 6.314.444, de las cuales el 80,6 por ciento eran de residentes nacionales y un 19,4 por ciento de residentes extranjeros. Canarias, por su parte, recibió 348.624 pernoctaciones, que representan un 5,52 por ciento del total, siendo el 26,7 por ciento de residentes nacionales y un 73,3 por ciento de residentes en el extranjero.

En efecto, si en 2005, los viajeros que se reciben en alojamientos de turismo rural en Canarias son en número menor que para cualquier comunidad del conjunto de España, esta circunstancia se ve compensada con un mayor número de pernoctaciones recibidas. La razón deriva de la estancia media por turista, en la que Canarias alcanza 8,89 días, mientras para la media en el conjunto de regiones de España sólo alcanza 3,18 días, 2,8 veces menor.

En relación a la evolución cuantitativa, si atendemos al Cuadro 1 observamos que en el intervalo de 2001 a 2005, el número de viajeros se multiplicó por 1,63 y las pernoctaciones lo hicieron por 1,76. Conforme los datos de la Consejería de Turismo y Transportes (2003, p 310) el cliente medio de turismo rural es «de origen alemán (72 por ciento), aunque aumentan ligeramente los de origen británico (12,1 por ciento) y español (8,4 por ciento) y la estancia media es de 12,23 días. (...) Este cliente trabaja como empleado o funcionario de nivel técnico (27,9 por ciento) o profesional liberal (16,4 por ciento) y es más joven, puesto que el 42,99 por ciento tienen entre 31 y 45 años y el 27,10 por ciento tiene entre 46 y 60 años. Los mayores de 60 años sólo representan el 11,21 por ciento de los clientes». En otro orden de cosas, las principales expectativas del turista rural son las siguientes:

- a. Viajar individualmente. Independencia y autonomía en la organización y desarrollo del viaje, alojamiento preferiblemente pequeño, de uso exclusivo, y utilizar para el transporte un coche de alquiler.
- b. Autenticidad. Encontrar un mundo genuino, no manipulado, con pervivencia de las formas de vida tradicionales.
- c. Contacto con la naturaleza. Deseo de disfrutar de paisajes inalterados, de contacto y armonizar con la naturaleza a través del senderismo o desarrollando alguna actividad.
- d. Tranquilidad. Huida de la masificación, de los sistemas de relación estandarizados, búsqueda de experiencias de armonía y paz.
- e. Conocimiento. Deseo de enriquecerse culturalmente, con conocimientos sobre el destino, las formas de vida y la cultura local.

La oferta de turismo rural en Canarias

Resulta complejo estudiar el conjunto de la oferta de turismo rural por las particularidades que la oferta no alojativa rural, (restauración, actividades deportivas, manifestaciones culturales, etc.) presenta para su análisis. De ahí, que al referirnos a este apartado lo hagamos considerando la oferta de alojamientos de turismo rural. Como se ha descrito en el apartado anterior, la oferta alojativa de turismo rural en Canarias está integrada por casas rurales y hoteles rurales. En el Cuadro 2 se presentan las casas rurales, registradas conforme al Decreto Regulador 18/1998,

diferenciando para cada una de las islas, a lo largo del periodo 2001-2005. Dado que de lo que se trata de analizar es la evolución que ha experimentado la oferta, observamos que para el conjunto de Canarias y en el intervalo 2001-2005, el número de casas rurales se multiplicó por 2,17, al pasar de 240 a 522; y las plazas ofertadas lo hicieron por 2,14, pasando de 1.122 a 2.485. Hay que considerar, por otro lado, los hoteles rurales de los cuales se contabilizaban en 2002 un total de 18 establecimientos, que suponían 443 plazas, según datos de la Consejería de Turismo y Transportes (2003, p 311).

Cuadro 2. Casas Rurales en la Comunidad Autónoma de Canarias. Años 2001-2005

Islas	2001		2002		2003		2004		2005	
	Casas	Plazas	Casas	Plazas	Casas	Plazas	Casas	Plazas	Casas	Plazas
Gran Canaria	53	259	63	305	72	355	87	437	93	453
Lanzarote	0	0	18	149	9	84	10	96	10	92
Fuerteventura	2	12	4	34	5	40	7	47	7	47
Tenerife	45	282	74	391	78	467	87	528	90	563
La Palma	86	354	108	460	139	588	158	667	175	753
La Gomera	35	151	47	245	558	296	94	363	101	396
El Hierro	19	64	30	99	36	124	40	143	46	181
Totales:	240	1122	344	1683	397	1954	483	2281	522	2485

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Servicio de Ordenación Turística. Consejería de Turismo y Transportes. Gobierno de Canarias (www.gobcan.es/turismo/estad/rural/rural/rural.htm).

No se han incluido en este cómputo las viviendas turísticas, a pesar de que los alojamientos para turismo rural, subvencionados y autorizados con tal fin, fueron autorizados bajo esta modalidad con anterioridad a la existencia del Decreto Regulador de 1998. Esto parece razonable, toda vez que al entrar el Decreto en vigor, quedó arbitrado un proceso para la regularización de aquellos alojamientos autorizados para turismo rural, los cuales pudieron acogerse a la nueva figura de casa rural, siempre que se ajustaran a los postulados del Decreto y en todo caso cuando hubieran recibido subvenciones por parte del Gobierno de Canarias para tal finalidad. Además, como se ha señalado, la figura de vivienda turística quedó finalmente suprimida.

Para concluir, si comparamos los datos de crecimiento en el número de pernoctaciones para el periodo considerado, 2001-2005, que incrementan el 76 por ciento, con el crecimiento en el número de casas rurales²³, que ha experimentado

²³ Consideramos el número de casas rurales y lo comparamos con al evolución de la demanda sin considerar las unidades ni las plazas referidas a hotel rural.

un incremento del 117 por ciento, observamos un desajuste que ha de repercutir en el nivel de ocupación, que alcanzaba el 36,64 por ciento²⁴ en 2004.

Cuadro 3. DAFO de interrelaciones turismo rural y desarrollo local en Canarias

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> a) Existencia de propuestas piloto de acción integral en materia de desarrollo rural (LEADER, PRODER,...). b) Implicación del desarrollo local en la consolidación de un tejido asociativo específico de fomento del turismo rural. c) Efecto ejemplificador de la rehabilitación de inmuebles para el turismo rural sobre la puesta en valor de los recursos. d) El turismo rural tiene un aceptable efecto de generación de renta local complementaria y con posibles vías de crecimiento. e) Desempeño del turismo rural como «escuela de emprendedores» de promotores, que mejora la profesionalización y provoca otros itinerarios. f) La imagen positiva y exitosa del turismo rural ha dado visibilidad al desarrollo local, mejorando la confianza y seguridad local sobre las propias capacidades. g) El turismo rural es aceptado por la población local como «turismo responsable», implicándose en su acogida. h) El turismo rural se ha beneficiado y ha posibilitado contrastar enfoques novedosos de formación y prácticas formativas adaptadas. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Carencia de un plan integral de desarrollo del turismo rural en Canarias con orientación de producto. b) Dificultades para mantener el tejido asociativo del turismo rural vivo para dinamizar la oferta complementaria. c) Modelo de implantación muy disperso y atomizado, sin capacidad para dinamizar polos turísticos rurales. d) Deficiencias metodológicas para aprovechar el turismo rural como recurso para generar «arrastres» en sectores no turísticos (agroalimentario, artesanal, etc.) y aumentar el gasto de aquél. e) Falta de conexiones intersectoriales maduras para construir un «producto rural integral». f) Inadecuada orientación en inversiones críticas locales para el turismo rural, tanto públicas como privadas (centros multiservicio, etc.). g) Desaprovechamiento de fondos de formación y desarrollo local para recualificación y actualización de los promotores de turismo rural. h) Dificultad de activar propuestas estables generadoras de empleo vinculadas al turismo rural
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> a) Implantación de Agendas 21 Local. b) Propuestas diversas de fomento de la emprendeduría en el ámbito rural. c) El turismo rural es reconocido como un terreno en que el desarrollo local dispone de un <i>know how</i> operativo útil para implementar en otros sectores. d) Propiciar efectos de arrastre sobre otros servicios y producciones locales, con valor de imagen y efectividad comercial. e) Existencia de un amplio catálogo de experiencias y cuadro de «buenas prácticas» de turismo rural, útiles para el desarrollo local 	<ul style="list-style-type: none"> a) Escasa implicación de los agentes del turismo rural en las propuestas territoriales (PGOU, PTE, PIO). b) Escasa participación de los agricultores en los asuntos del turismo rural. c) Pérdida de influencia local en las tendencias del desarrollo de la operación de turismo rural para el municipio-comarca-isla. d) Visión de crecimiento cuantitativo y no tanto cualitativo desde los poderes públicos e) Políticas urbanísticas indiferentes a la estética. f) El turismo residencial en vivienda vacacional, en el ámbito local, pone en riesgo el turismo rural.

El DAFO del turismo rural en Canarias

La matriz DAFO²⁵, es un instrumento ampliamente utilizado para diagnosticar situaciones, productos y servicios. Se opera identificando las debilidades y for-

²⁴ Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos (Alojamientos de Turismo Rural). Instituto Nacional de Estadística (INE).

²⁵ Para la elaboración de este DAFO se han utilizado diversos estudios y artículos, en particular, Atlántida International Consultants (1997), Cabildo Insular de Tenerife (2005), Conserjería de Turismo y Transportes (2003), Ecorural Gomera (2005), Fernández Hernández (1996) y Gerhardtts (2005).

tales, de carácter interno, y se confrontan con las amenazas y oportunidades que afectan a su desarrollo y cuyo origen resulta de aspectos relativos a la evolución del entorno, el cual condiciona de alguna forma la viabilidad de la actividad, mostrándose como tendencia a un futuro posible. En el Cuadro 3 se refleja el resultado de las interrelaciones entre turismo rural y el desarrollo local en Canarias. Por su parte, los Cuadros 4.1. y 4.2. están dedicados a analizar fortalezas y debilidades, el primero, y oportunidades y amenazas, el segundo, del turismo rural en relación a diversos componentes de interés sectorial: marco institucional, recursos naturales, culturales y sociales, infraestructuras, oferta alojativa, oferta complementaria, demanda y promoción y comercialización.

Cuadro 4.1 Daño turismo rural en Canarias

Fortalezas	Debilidades
Marco Institucional	
a) Norma reguladora de turismo rural basada en la rehabilitación de inmuebles tradicionales y de tipología canaria. b) Existencia de un tejido de asociaciones de turismo rural en las islas federado a nivel regional y estatal. c) Refuerzo desde el sector público a estrategias de cualificación del turismo rural: Q, EMAS, etc.	a) Imprecisión legal debido a la ausencia de una conceptualización clara del turismo rural en Canarias y de las actividades que comporta. b) Carencia de planificación de producto, tanto en la oferta alojativa como en la no alojativa. c) Complejidad burocrática en la tramitación de las autorizaciones para rehabilitar.
Recursos naturales, culturales y sociales	
a) Entorno natural de gran valor, proporción de espacios naturales protegidos, diversidad y calidad de paisaje b) Etiquetas de Parque Nacional, Reservas de la Biosfera, Patrimonio Mundial, LICs, etc. c) Clima favorable con temperaturas moderadas.	a) Abandono de la actividad agrícola y ganadera perjudicando la complementariedad. b) Carencia de estrategias operativas para aprovechar todo el potencial de los recursos del medio rural. c) Envejecimiento poblacional en el medio rural.
Infraestructuras	
1) Redes de senderos en la naturaleza. 1) Conexiones desde el exterior a Canarias.	a) Escaso sistema de transporte público rural. b) Escasez de infraestructuras turísticas rurales
Oferta alojativa	
a) Muy buena integración paisajística. b) Calidad básica en los estándares del Decreto. c) Localización del turismo rural en toda la geografía del archipiélago da variedad y complementariedad. d) Establecimientos, de referencia, con sistemas implantados de Q de calidad. e) Gestión personal del alojamiento por el promotor y alto grado de estima por su establecimiento.	a) Crecimiento de oferta superior a la demanda. b) Elevado volumen de oferta irregular que desequilibra los niveles de ocupación y la conformación de los precios. c) Carencia de medios para animar una oferta de producto turístico rural integral. d) Costes unitarios excesivos para implantar sistemas de calidad y de gestión ambiental. e) Escala reducida para servicios comunes.
Oferta complementaria	
a) Variado y abundante programa de actividades culturales y festivas por los pueblos con rica creación local sobre todo en temporada estival. b) Artesanalidad local: repostería, gastronomía,..	a) Viabilidades críticas para la consolidación de empresas de oferta complementaria. b) Escasas acciones de tematización de oferta rural que impliquen a los alojamientos

Fortalezas	Debilidades
Demanda	
<ul style="list-style-type: none"> a) Nivel alto de satisfacción con el alojamiento y el destino y mayor índice de gasto en destino. b) Configuración de un nuevo tipo de vacaciones más frecuentes, reducidas, y en distintas épocas del año. Popularización de «escapadas». 	<ul style="list-style-type: none"> a) Insuficiente información sobre las características de la demanda actual y potencial. b) Debilitamiento del poder adquisitivo en clases medias de determinados países emisores.
Promoción y comercialización	
<ul style="list-style-type: none"> a) Canarias, imagen de destino turístico consolidada. b) Canarias como un destino de naturaleza idóneo para integrar una oferta de turismo rural. c) El alto nivel de usuarios de internet y los sistemas de banda ancha en los hogares facilita y mejora la promoción directa. d) Creciente red de distribuidores a través de internet que incluyen sistemas de reservas. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Mercado canario desconocido para el turismo rural. b) Imagen de Canarias como destino convencional de masas e indefinición del producto rural canario. c) Promociones genéricas, sin especificación por segmentos. d) Ausencia de adecuada relación calidad-precio. e) Ausencia de interés por el genuino turismo rural por parte de los grandes tour-operadores

Cuadro 4.2 DAfo turismo rural en Canarias

Fortalezas	Debilidades
Marco Institucional	
<ul style="list-style-type: none"> a) Existencia de fondos públicos para cualificación y consolidación del producto turismo rural (LEADER, PRODER). b) Ley 6/2002 sobre medidas de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma habilita un marco para un modelo turístico diferenciado, basado en el uso turístico del suelo rústico. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Crecimiento sin pautar cantidad y calidad a la vista del desajuste de oferta y demanda. b) Ley 6/2002, por el que el nuevo sistema de implantación, introduce alojamientos «asimilados» a turismo rural, de pequeña dimensión y nueva planta, que compiten con el objetivo de preservación del patrimonio; alcanzando las dudas a la viabilidad económica del modelo.
Recursos naturales, culturales y sociales	
<ul style="list-style-type: none"> a) Entorno natural de alto valor apreciados por la sociedad y los turistas. b) Demanda social de un nuevo desarrollo más responsable ambientalmente, respetuoso con los recursos, como fuente de competitividad de los territorios turísticos y de calidad de vida. c) La cooperación en red entre territorios a través de proyectos concernientes a sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Pérdida del valor y las relaciones de reciprocidad e interdependencia que regían la actividad humana en el medio rural y natural. b) Regresión de la actividad del sector primario y su contribución al mantenimiento del paisaje. c) Presión demográfica y urbana sobre amplias zonas de las medianías, deterioro ambiental, y presión turística en algunos recursos.
Infraestructuras	
<ul style="list-style-type: none"> a) Abaratamiento de los transportes interinsulares y de operadores de bajo coste desde el exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Costoso mantenimiento de las infraestructuras rurales en relación al nivel de utilización.
Oferta alojativa	
<ul style="list-style-type: none"> a) Implantación de sistemas de calidad en alojamientos: Q, Biosphere House, EMAS, ... b) Nuevos promotores con mayor capacitación en uso de TIC y mayor formación en gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Crecimiento no escalado de la oferta alojativa. b) Promotores de edad avanzada y sin relevo. c) Sistema de gestión por prestación de servicios con escasa cualificación e implicación.

Fortalezas	Debilidades
Oferta complementaria	
a) Creciente volumen de oferta complementaria (museos locales, centros de interpretación, empresas de actividades de turismo activo, etc.). b) Mejoría en la estructura de sectores del medio rural que implica nuevas oportunidades: rutas de vino, agricultura ecológica, artesanías, etc. c) Las empresas de actividades complementarias van generando su propia demanda de equilibrio y se incorporan como oferta del turismo rural.	a) Se desvirtúa el concepto del turismo rural sin esta oferta. b) Descuidar en la oferta de turismo rural la capacidad y actitud de propiciar ocasiones para «vivencias singulares y auténticas», más que proveer de servicios estandarizados. c) Museización del medio rural con propuestas ajenas a los habitantes rurales. d) Reglamentación problemática: normativa de actividades molestas en zona rural (quads,...).
Demanda	
a) Crecimiento del segmento turismo individual. b) Segmentos de tercera edad y <i>empty nesters</i> . c) Receptividad a productos con mejoras de valor: ecoturismo, enoturismo, itinerarios, etc.	a) Mejores alternativas basadas en los vuelos de bajo coste, destinos novedosos y económicos. b) Carencia de estudios que permitan determinar tendencias de la demanda y anticiparse.
Promoción y comercialización	
a) Política de difusión de productos turísticos en la promoción de Canarias como destino. b) Desarrollo de marketing en el destino canario dado su condición de mercado receptor. c) Mejoras de sistemas en la red para reservas, información, interactividad, fidelización, etc. d) Promoción en portales institucionales. e) Creación de sinergias en la comercialización de productos rurales de calidad: DDOO, producciones ecológicas, etc.	a) Las ventas en «paquetes turísticos» provocan una inalcanzable competencia en precios. b) Brecha digital en el uso de telemarketing y sistemas integrados en la red. c) Encarecimiento de los accesos a las islas por incremento del precio del combustible. d) Inadecuado dimensionamiento de las estructuras de central del reservas de turismo rural. e) Carencia de escalas de diferenciación de calidades en turismo rural, propias o institucionales.

Del resultado de este análisis se aprecia el amplio número de variables que influye en la conformación de este producto turístico, alguna de las cuales se muestra determinante para el presente y futuro de la actividad. Todo ello, pone de manifiesto la compleja interrelación de elementos que han afectado al nacimiento, desarrollo y maduración de este sector, enmarcado en una de las estrategias centrales del desarrollo local y rural. A partir de la información expuesta, al menos tres constataciones se ponen de manifiesto:

1. El turismo rural ha sido un «campo de ensayo» en el que el desarrollo local ha desplegado estrategias integrales con utilización de diversos instrumentos (dinamización, formación, consultoría, uso de nuevas tecnologías, etc.) con un resultado positivo.
2. El desarrollo futuro del turismo rural tiene condicionantes internos (crecimiento excesivo, carencia de un producto integral, potencial de los recursos naturales, etc.), pero de igual manera el contexto cambiante de la actividad

turística provoca incertidumbres y expectativas (cambios en el escenario internacional o mayor conciencia ambiental y de un turismo responsable).

3. Mantenerse en niveles de competitividad implica definir estrategias de creación de valor y orientación por criterios de liderazgo de producto: posicionar el producto en estrategias de sostenibilidad, definir estrategias de implantación de calidad y de creación de marca, alcanzar a otros sectores del medio rural en una estrategia envolvente de creación de producto, asegurar el nivel de participación e implicación de la población local, garantizar un nivel adecuado de formación de los promotores, consolidar un eficiente asociacionismo, incorporar masivamente el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el sector, etc.

En última instancia, parece concluyente que el nivel de interés de los recursos existentes y el contexto agroambiental de algunas comarcas e islas del Archipiélago mantiene suficiencia, por sí misma, para posicionar y dar potencialidad a este sector con la utilización de adecuadas políticas orientadas al producto y a los destinos.

Turismo rural y desarrollo local en Canarias: reflexiones sobre el pasado, el presente y el futuro.

El desarrollo local ha dispuesto, a través de las acciones de implantación del turismo rural, de uno de los campos más significativos en los que se haya dado una actuación integral: actuaciones de planificación territorial, inventario y catalogación, estudio y asistencias técnicas, discusión de normativas, interlocución interinstitucional, participación de la población, formación, intercambio y viaje de promotores, estructuración asociativa, promoción de destino y productos, promoción de productos locales, inserción en actividades vinculadas a nuevos yacimientos de empleo, pequeñas infraestructuras públicas turísticas, jornadas y congresos, comercialización, incorporación de nuevas tecnologías, etc.

Sin duda, puede ser considerado uno de los arietes en el desarrollo local en muchos municipios rurales, cuyo sentido ha podido estar en la vocación e implicación de los propios agentes de desarrollo local. En un principio, muchos de éstos impulsores comprometidos de esos proyectos, o incluso animadores y dirigentes de las asociaciones locales de turismo rural, en la función de mano extendida de la administración local. Así, al menos, ha ocurrido en Canarias.

El turismo rural como herramienta de desarrollo

El turismo rural ha servido de herramienta al desarrollo local como elemento de concienciación, dinamización comunitaria y fomento de la emprendeduría. «Ha sido y es motivo para la movilización de la población, para encaminarse a propósitos comunes, para ayudar a conocer mejor el andamiaje de la Administración, los protocolos de ordenación territorial, incluso conocerse mejor a sí mismos, el municipio y sus gentes, sus recursos, salir fuera y ver, conocer otros territorios, sus proyectos, obligarse a superar la barrera individual, convocarse, asociarse y cooperar, ver qué hacer, decidir conjuntamente, principalmente ellas, echar la vista a un ordenador, perderle el miedo a Internet, ver que son importantes las páginas web, enviar un e-mail, encargar un folleto, ir a una feria, comprometerse financieramente, recibir a un turista, presentarle su casa, su pueblo, responderle de qué se vive aquí y por el futuro, preguntarse por el propio futuro, ir pagando el préstamo, y quién seguirá esta actividad, preguntarse acerca de los recursos, descubrir los que ya no están, los que son posibles de recuperar, aquella fiesta, los que hay que recrear, ver cómo cambia el propio medio, mejorar la conciencia de lo propio, o empeorarla, tomar conciencia de la mala conciencia, sobre lo insostenible, la preservación que hay que empezar, la sostenibilidad ¡qué palabra más complicada!, llegar a observar el medio con una nueva mirada, atender el paisaje, entenderlo, quererlo, volver al paisaje, a la naturaleza, al medio, a la huerta, ¿a la complementariedad? ¿Qué complementariedad será esa? Ir a la reunión con el de desarrollo local, ¿qué será eso del desarrollo local,..., hablaron de competitividad, ¡que cosas!, ¡dicen qué tendríamos que volver a empezar!, ahora a hacer rutas y senderos para hacer más atractivo el municipio,...». En definitiva, el turismo rural puede ser analizado tanto como un fin, objetivo de desarrollo, o como un instrumento; es decir, un medio o recurso del mismo desarrollo. Como se ha señalado, una herramienta para la cualificación de los procesos, escuela de empresarios, caldo de cultivo para el aprendizaje asociativo, laboratorio para la innovación.

Las asociaciones de turismo rural en Canarias

Las asociaciones de turismo rural han jugado un destacado papel en la implantación de esta actividad, determinante en el momento de «arranque». Dos situaciones de partida marcaron la importancia de este concurso. De un lado, la carencia de un tejido empresarial mínimo en el impulso del turismo rural. De otro, un patrimonio edificacional en disposición de rehabilitar, que se encontraba en manos de propietarios, sin otra condición que la de ser titulares de sus inmuebles. La inicial ausencia de interés de los primeros y la resistencia de los segundos a en-

jenar o derivar la gestión de su propiedad a un tercero, tanto como la aversión a iniciar una incierta actividad empresarial, dificultaron aquellos primeros inicios. Por consiguiente, y en retrospectiva, esta nueva actividad turística en el medio rural canario se hubiera conformado aún con mayores dificultades o concluido con otra fisonomía, si tal como se contempla en las políticas de fomento más recientes, los promotores hubieran de cumplir con la condición y requisitos de los empresarios individuales o sociedades mercantiles.

Aquella realidad reflejaba uno de los trascendentales obstáculos a remover en las estrategias de desarrollo rural promovidas en la primera edición de los programas LEADER canarios. A ello se sumaba la perspectiva de la problemática situación que generaría el carácter atomizado y la desconexión entre sí de la oferta que se iba a crear; todo lo cual provocaría un intenso debate propositivo en busca de una alternativa viable de la cual participaría, además de las asociaciones promotoras de los LEADER canarios, la Administración canaria competente en turismo.

Finalmente, la conexión de aquellas contrapuestas realidades, carácter empresarial de la actividad y titularidad de los inmuebles, por un lado, y dispersión de la futura oferta, por otro, felizmente se vino a resolver con la constitución de asociaciones sin ánimo de lucro para el fomento del turismo rural. Estas estarían integradas, principalmente, por los promotores individuales interesados en la rehabilitación de sus inmuebles para ser destinados a alojamiento rural y pasarían a formar parte, en calidad de socios, conjuntamente con empresas de servicios complementarios, entre otros, y en algunos casos artesanos y la propia Administración local.

La solución adoptada servía a los intereses de las asociaciones de desarrollo rural, responsables de la ejecución del programa LEADER, mientras que, por su parte, la Administración canaria, en sintonía con lo anterior, al regular las ayudas en la segunda orden de subvención, en 1992, da carta de naturaleza a estas asociaciones en pie de igualdad con empresas, cooperativas y agrupaciones empresariales.

El resultado fue un intenso esfuerzo de articulación asociativa en el conjunto del Archipiélago, que se pone de manifiesto en la orden que resuelve la convocatoria de subvenciones para la rehabilitación de casas rurales efectuada en 1995²⁶, a la que concursan un total de 15 asociaciones de 4 islas, agrupando para esta convocatoria a un total de 135 promotores individuales. Extensión mayor tendría este supuesto incluyendo, desde un punto de vista de desarrollo local, a las em-

²⁶ Orden de 20 de diciembre de 1995 de la Consejería de Turismo y Transportes, por la que se resuelve la convocatoria de subvenciones para la rehabilitación de casas rurales para su posterior destino turístico, conforme a la Orden de 4 de julio de 1995. *Boletín Oficial de Canarias* de 27 de diciembre de 1995.

presas públicas constituidas para dinamizar el turismo rural en sus municipios y los propietarios que han canalizado su inversión a través de las mismas.

Consecuencia de este movimiento fue la creación de organizaciones de implantación insular, por lo general en forma de asociación, integradas por otras entidades de ese ámbito insular, cuando no por participación directa de propietarios-promotores. En este sentido, la Asociación Insular de Turismo Rural Isla Bonita, en La Palma, constituida en 1992, es la primera de esas asociaciones a la que seguirán otras en el resto de las islas. El proceso tiene un eslabón más, al constituirse en 1994 la Asociación Canaria de Turismo Rural (ACANTUR), que integraba en el momento de su fundación a un total de catorce organizaciones pertenecientes a cinco islas. El objetivo pretendido era estructurar el naciente producto turístico, unificar la representación del sector ante la Administración, aunar criterios ante la elaboración de la normativa de turismo rural en Canarias y promocionar esta nueva oferta. En la actualidad ACANTUR, actúa como federación canaria de seis organizaciones insulares implantadas en sus respectivas islas con un número superior a 320 unidades alojativas de turismo rural y confederada a nivel nacional en la Asociación Española de Turismo Rural, ASETUR.

Este proceso de vertebración asociativa en Canarias es uno de los más claros exponentes de la dimensión social que el turismo rural adquiere, y que no podría ser entendido sin el soporte de las estructuras de desarrollo local. Ello ha sido posible por el carácter audaz, comprometido y la visión de futuro de un grupo significativo de agentes de desarrollo local. Pero no en menor medida, estimulado por el liderazgo de nuevos emprendedores de turismo rural, los prodigados encuentros de formación e intercambio de experiencias, el apoyo y la orientación, crítica y profesional, de animadores externos y la contribución versátil de los fondos LEADER, que, una vez más, permitiría la interpretación flexible de las normas en beneficio de la innovación y de que los recursos financieros para el desarrollo rural se condujeran a los verdaderos actores del proceso de desarrollo.

Gasto turístico y empleo en turismo rural

Esa importante dimensión social, individual y colectiva, que ha contribuido a impulsar el turismo rural entre quienes son sus agentes promotores y en los entornos donde se han desarrollado operaciones de más o menos alcance, no es sino otra dimensión que acompaña sus efectos económicos. Ambas dimensiones deben ser de igual manera consideradas en esta actividad.

En efecto, como hemos visto, 348.624 pernотaciones se contabilizaron en alojamientos rurales en Canarias en 2005. Considerando que el gasto medio por persona y día para el 2005 para el tipo de alojamiento casa y hotel rural²⁷ se eleva a 102,50, correspondiendo a gasto en origen 58,12 y a gasto en destino 44,38 €, se contabiliza un gasto total realizado por el turismo rural de 35.733.960 €. Este dato refleja una estimación aproximada, que ayuda a comprender el alcance del fenómeno. Resulta significativo, por otro lado, que el gasto en destino se trate del mayor gasto en relación al conjunto de tipos de alojamiento, situándose la media de estos en 40,09 €. En atención a este importe, el volumen total gastado en el destino canario asciende a 15.471.933 €. El gasto medio por persona y día para el total de alojamientos se eleva a 101,96 €, lo que deja el gasto en alojamiento rural por encima de esta cantidad.

Mayor es el significado que adquieren estos datos si se tiene en cuenta que de los 87 municipios canarios, en 22 de ellos se concentran 356 casas y 1.499 plazas de un total de 522 y 2.485, respectivamente²⁸. Ello muestra que el 68,2 por ciento de las casas se localizan en el 25,3 por ciento de los municipios. Este hecho propicia, por su propia naturaleza, que estos municipios que han desarrollado más intensamente la modalidad de turismo rural, entre los que hay que citar el municipio de Villa de Mazo en La Palma y el municipio de Hermigua en La Gomera, con 40 casas rurales en cada caso, acaparen una mayor proporción del gasto en destino efectuado por los turistas.

Por último, en relación a la generación de empleo, los datos del INE²⁹ para Canarias en 2005 arrojan una media anual de 1.197 empleos, con una evolución creciente en los últimos años, que llega a representar un 163 por ciento de incremento respecto a 2001. Estos empleos, en comparación a la oferta, se pueden considerar elevados, toda vez que el efecto principal que se percibe de esta actividad se asocia en mayor medida a la creación de renta complementaria que a la generadora de empleo directo.

La sostenibilidad en turismo rural

El turismo rural representa un enfoque sostenible del desarrollo económico. Como se ha puesto de manifiesto, además, desempeña un papel importante en el desarrollo espacial de los territorios rurales. El equilibrio y respeto ambiental ha de

²⁷ Encuesta sobre el Gasto Turístico 2005. ISTAC. www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/turismo/2005_total

²⁸ Datos calculados a partir de información del Servicio de Ordenación Turística. Consejería de Turismo y Transportes. Gobierno de Canarias (www.gobcan.es/turismo/estad/rural/rural/rural.htm).

²⁹ Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos (Alojamientos de Turismo Rural). Instituto Nacional de Estadística, INE.

ser, por tanto, la tercera dimensión a considerar en el desarrollo del turismo rural. La preservación del medio ambiente, la arquitectura tradicional de los pueblos, las culturas y tradiciones y la ocupación armónica del espacio toman aquí un papel relevante. Por ello, en coherencia con el Programa de Acción en Materia de Medio Ambiente, más conocido como Agenda 21, este turismo ha de responder al compromiso de minimización de los residuos, conservación y gestión de la energía, gestión de los recursos del agua, gestión de las aguas residuales, gestión y uso responsable del suelo y de implicación de los responsables y comunidades en las cuestiones ambientales, entre otros. A este fin se suman acciones dirigidas a implantar buenas prácticas ambientales³⁰, al tiempo que distintas propuestas que van desde los códigos éticos hasta sofisticados sistemas de certificación y acreditación se encargan de validar estas prácticas.

Inventariando las acciones en turismo rural

Como se ha visto, desde principios de los noventa, el turismo rural ha estado impulsado por un conjunto de programas y proyectos financiados a través de distintos iniciativas y fondos. Estos recursos finalistas, en última instancia, se han dirigido a los promotores privados, planificadores locales, asociaciones y a la propia Administración local. El elenco de acciones desplegado ha variado dependiendo del ciclo de vida del turismo rural. En la actualidad, puede considerarse como un producto que bajo el punto de vista del mercado se encuentra próximo a su fase de madurez; de ahí la necesidad de adaptar, diferenciar e innovar que el mismo requiere.

Entre las acciones, que con carácter más general, han estado presentes en este proceso se pueden destacar: inventario y estudios de potencialidad de recursos, en un inicio; estudios de demanda, en paralelo; y acciones de sensibilización, dinamización asociativa y formación de promotores, a continuación. Creación de la oferta a través de rehabilitación de inmuebles, cooperación e intercambios interempresariales, constitución de ofertas piloto, promoción inicial, ensayos de central de reservas y animación de oferta complementaria a través de muy diversos proyectos, constituyen un segundo momento. Un momento posterior, y continuado a lo largo del tiempo, se ha cimentado en acciones de promoción, realización de eventos y participación en ferias, desarrollo de nuevos sistemas de comercialización a través de Internet, puesta en valor de infraestructuras y equipamientos para usos turísticos y creación de sistemas de gestión para áreas y lugares de interés para el turismo. Por último, una etapa que se ha distinguido por impulsar acciones dirigidas a la creación de valor: incorporación de buenas prácticas ambientales y criterios de sostenibilidad, más formación, mejoras adaptadas a los cambios de Internet, fami-

³⁰ Véase HERNÁNDEZ LUIS, F. (2005).

liarización y adopción de sistemas de calidad, planes estratégicos y de márketing, diferenciación de productos, etc. Un catálogo más exhaustivo puede observarse en el Cuadro 5.

Cuadro 5. Inventario de acciones en turismo rural

Acciones a promover en la creación del producto turismo rural	
<ul style="list-style-type: none"> a) Actividades de ocio y turismo activo. b) Actividades tradicionales. c) Agrotiendas. d) Buenas prácticas ambientales. e) Centrales de reservas. f) Centro de producción artesanal. g) Centro de información. h) Centro de interpretación. i) Centro de visitantes de recursos singulares. j) Centro dinamizador de actividades rurales. k) Centro etnográfico interpretativo. l) Centro gastronómico de degustación y venta. m) Centro gastronómico y de restauración. n) Centro multiservicios. o) Centros de actividades agroturísticas. p) Centros temáticos. q) Consultoría especializada en turismo rural. r) Cooperación e intercambio interempresarial. s) Creación de marcas. t) Creación de portales web. u) Creación de restaurantes de contenido temático. v) Diferenciación en productos turísticos locales. w) Dinamización de las entidades asociativas de propietarios y prestatarios. x) Dispositivos de control y seguimiento de la calidad en turismo rural. y) Ecomuseos. z) Elaboración de cartas y sistemas de calidad. aa) Elaboración de guías de alojamientos. bb) Elaboración de guías de destinos. cc) Elaboración de guías y topoguías de senderos. dd) Estudio de potencialidad del producto. ee) Estudios de mercado. ff) Eventos turísticos de marca local. gg) Ferias y workshops. hh) Fomento del agroturismo. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Fomento del asociacionismo. b) Gestión de entornos naturales como oferta complementaria. c) Inventario de recursos turísticos. d) Inventario de oferta. e) Miradores naturales de interés turístico. f) Museos etnográfico. g) Paneles y señalización de lugares de interés. h) Parque recreativo de ocio y naturaleza. i) Parques rurales. j) Parques temáticos. k) Peritación y análisis de recursos turísticos l) Planes estratégicos y de marketing. m) Producción de CD de sobre temática local (tradiciones, oficios, cultura, etc.). n) Producción de documentales sobre temática. o) Promoción de la oferta alojativa, servicios y recursos de turismo rural. p) Promoción de producciones y artesanía local. q) Protección de recursos de interés (documental, arqueológicos, patrimoniales, etc.). r) Rehabilitación de conjuntos patrimoniales (casa-cuevas, pajeros, yacimientos, etc.). s) Rehabilitación de edificios singular para uso como recurso (molinos de viento y agua, etc.). t) Rehabilitación de inmuebles con destino a alojamientos de turismo rural. u) Rescate y promoción de elementos patrimoniales (fiestas, caminos, fuentes, etc.). v) Restaurantes. w) Rutas y senderos temáticos. x) Sistemas telemáticos para promoción. y) Teleasistencia y consultoría en turismo rural. z) Valorización de productos de raíz cultural. aa) Viajes de familiarización para agentes de viaje y prensa especializada.
Acciones de formación para promover el turismo rural	
<ul style="list-style-type: none"> a) Encuentros de promotores. b) Formación de animadores de producto de turismo rural. c) Formación de gestores de turismo rural. d) Formación de guía de patrimonio histórico. e) Formación de guía de senderos e itinerarios. f) Formación de guía turístico local. g) Formación de propietarios y prestatarios de alojamientos de turismo rural. h) Formación de responsables de públicos. i) Formación en criterios de sostenibilidad y buenas prácticas ambientales para todos. j) Formación en gestión de espacios protegidos para el desarrollo turístico 	<ul style="list-style-type: none"> c) Formación en gestión del patrimonio natural, histórico y cultural como recursos turísticos. d) Formación en manejo de tecnologías de las información y la comunicación. e) Formación en técnicas y recursos locales (repostería, gastronomía, rehabilitación de muebles, ornamentación floral, etc.). f) Formación on-line a promotores. g) Formación para la implantación de sistemas y cartas de calidad en turismo rural. h) Formación para planificadores locales. i) Jornadas de turismo rural. j) Viajes formativo-experencial. k) Visitas formativo-experencial.

Acciones para un nuevo impulso al turismo rural en Canarias

Se propone considerar tres unidades de acción: A) *estratégicas*, B) *operativas* y C) *de acompañamiento y logística*.

A) Acciones estratégicas

1. El turismo rural debe reinventarse a sí mismo. Dilucidar su sentido, su significado en el contexto del desarrollo local. Interesa, al fin, no tanto el desarrollo como su protagonismo. La vuelta de promotores, agentes y sector público a la escuela de emprendedores. El objetivo para el turismo rural es tratar de responder a la necesidad de adaptación, diferenciación e innovación como producto, es la recreación misma para dejar de ser lo que se percibe que es: meras estancias en el espacio rural. Ello requiere recuperar y ganar nuevos espacios de interlocución y concertación entre las esferas públicas y privadas concernidas por la actividad.
2. Nos hallamos ante un producto inacabado y a la vez en fase de madurez. Se precisa, sobre la base del capital de «saber hacer» acumulado, un diseño estratégico regional e insular, con modelos adaptados, que proyecte durante unos años nuevos impulsos al sector. El objetivo ha de ir dirigido a privilegiar un campo de convergencias entre la esfera alojativa del turismo rural y otras esferas con una intensidad significativa. Entre ellas, la esfera agroambiental, agroalimentaria y agroganadera del mundo rural, y la esfera ecoturística, paisajística y ecológica de relaciones con la naturaleza.
3. En el momento de mayor valor de la imagen de turismo rural el retorno de ese valor al territorio se puede escapar. No es la primera vez que ocurre. Así ha ocurrido con la oferta irregular, lo mismo puede pasar con el fenómeno turístico residencial u otros ejemplos. Como objetivo implica arbitrar estrategias y favorecer estructuras de gestión local sobre los que nominar el liderazgo de las propuestas de acción que deban resultar para alcanzar el propósito referido con anterioridad. La mejora de la capacitación local demanda, que a la vez que es garantizada una amplia participación de la población, se privilegie la propiedad de la gestión de tales propuestas para garantizar la apropiación del valor que el producto turístico genera en el territorio.

B) Acciones operativas

A título indicativo, se proponen algunas acciones de ejemplo, varias de ellas ensayadas en territorios diversos con resultado dispar. Siguiendo a Gil Larrañaga

(2003, pp 7-8), la orientación a cuidar es ante todo metodológica. Garantizar en el proceso la presencia, participación e implicación de la comunidad local, siempre mediación rural, sean promotores o no. De otro lado, cuidar que las acciones cuenten con el apoyo financiero suficiente para propiciar una perdurabilidad razonable que posibilite los impactos y el efecto demostrativo buscado.

1. Red de agrotiendas integradas en un circuito de exhibición, degustación y venta de productos locales: vino, artesanía, repostería, agricultura ecológica, etc.
2. Red de Centros temáticos y artesanales animados por los propios artesanos.
3. Programa variado de estancias-rutas, organizadas en una serie de tres o cuatro casas rurales, con duración de una a dos semanas, en diversas zonas de la isla.
4. Paquete de actividades a la carta estables, con mediación local, para un grupo de veinte a treinta casas, dirigidas a experimentar espacios de la cultura local: cenas en bodega, participación en vendimias, día de pesca, excursión al monte, etc.
5. Circuito de itinerarios temáticos, organizados en torno a un motivo o recurso, de apoyo didáctico para interpretar la cultura y el paisaje: el agua, los cultivos, la arquitectura, el cielo, fiestas de carácter etnográfico, etc.
6. Circuito de restauración tradicional canaria, red de una docena de establecimientos en medio rural, ofrecidos juntos, con combinaciones de menús variables para cada quincena.

C) Acciones de acompañamiento y logística

1. Las que garanticen el efecto demostrativo. Procurar que el modelo funcione, aunque en círculos reducidos muy vivos. A partir de ahí viene la diferenciación.
2. Aquéllas que contribuyan a dar visibilidad. Generar un efecto expansivo de las propuestas. Realización de eventos significativos, programas de visitas, etc.
3. Las que mejoren la comunicación exterior. Difundir, principalmente, a través del márketing cooperativo, el interno local y del «boca a oreja». El efecto logrado tiene como destinatario preferente el propio territorio. Utilizar periódica y sistemáticamente la comunicación integral y digital (boletín y mailing electrónico).
4. Las que favorezcan la interconectividad. Favorecer que los promotores y agentes estén comunicados en red. Incentivar el uso de las tecnologías de

la información y la comunicación con alcance para mejorar la organización, promoción y comercialización.

5. Las que fomenten la calidad de la oferta. Regular un sistema propio de indicadores en ligazón con la imagen de calidad que se pretenda transmitir. Nivelar prácticas, servicios, presencias, estéticas, etc., que ayuden a establecer distintas categorías. Esto permitirá mejorar la identificación corporativa del grupo.

Conclusiones

El turismo rural es considerado, en general, como aquella oferta de servicios y alojamiento en el medio rural, dirigido a una demanda que busca el disfrute de la naturaleza y la cultura rural y que permanece en contacto con la población local.

En Canarias, al igual que en el conjunto del Estado, cuenta con un desarrollo reciente, aunque importante, impulsado intensamente a partir de diversas políticas públicas, en las que han tenido un protagonismo decisivo los fondos de la Unión Europea.

El desarrollo local ha sido un notable factor de ayuda en la implantación de estas actividades, importando una intensa dotación de medios y esfuerzos para configurar operaciones de base local, jugando un destacado papel las asociaciones del sector.

Aunque empiezan a ser visibles los efectos económicos, sociales y ambientales del turismo rural, éste requiere un impulso estratégico con una orientación marcada hacia la creación de productos rurales integrales, más próxima a las especificaciones del agroturismo, lo que favorecerá su papel dinamizador de la economía y sociedad rural.

Referencias Bibliográficas

ATLANTIDA INTERNATIONAL CONSULTANTS, S.L. (1997). *Libro blanco del turismo canario*. Consejería de Turismo y Transportes de Gobierno de Canarias, Santa Cruz de Tenerife.

BLANQUER, D. (dir.) (2000). *II Congreso Universidad y Empresa*. Tirant Lo Blanch, Valencia.

BLANQUER D. (dir.) y OTROS (2000). *III Congreso Universidad y Empresa*. Tirant Lo Blanch, Valencia.

- BOTE GÓMEZ, V. (1988). *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Editorial Popular, S.A., Madrid.
- CABILDO INSULAR DE TENERIFE (2005). *Análisis del turismo rural en Tenerife*. Servicio Técnico de Desarrollo Económico del Cabildo Insular de Tenerife, Santa Cruz de Tenerife.
- CALATRAVA REQUENA, J y RUIZ AVILÉS, P. (1993). «El turismo, ¿una oportunidad para las zonas rurales desfavorecidas?». *LEADER Magazine*, 4, pp 6-9.
- CALS, J., CAPELLÀ, J. y VAQUÉ, E. (1995). *El turismo en el desarrollo rural de España*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- CEFAT (1993). *El desarrollo turístico sostenible en el medio rural*. CEFAT, Madrid.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1990). *Medidas comunitarias para el fomento del turismo rural*. COM (90) 438 final, de 29 de octubre de 1990, Bruselas.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1991). *Evolución y futuro de la PAC-Documento de reflexión de la Comisión*. COM (91) 100 final, de 1 de febrero de 1991, Bruselas.
- CONSEJERÍA DE TURISMO Y TRANSPORTES (2003). *Elitur. Plan de excelencia y liderazgo del sector turístico de Canarias*. Consejería de Turismo y Transportes del Gobierno de Canarias (no publicado).
- CORRALES BERMEJO, L. y RIVAS ZURDO, J. L. (1994). *Estudio de la normativa autonómica sobre Turismo Rural*. Fundación Cultural Santa Teresa, Ávila.
- DÍAZ PÉREZ, F. M. y FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, C. (1995). «Un análisis crítico de los requerimientos formativos en la implantación de las actividades de turismo rural», *Papers de Turisme*, 19, pp. 93-99.
- ECOTURAL GOMERA (2005). «Estudio-guía para la adecuada implantación del turismo rural en el entorno del Parque Nacional de Garajonay», en www.ecoturismocanarias.com/gomera/estudio/index.htm.
- FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, C. (1996). «El turismo rural como factor de dinamización del desarrollo local y el aprovechamiento sostenible de los recursos en Canarias», *Conferencia Internacional sobre Espacios Naturales y Turismo, Nattour'96*, Las Palmas de Gran Canaria (no publicado).
- FUENTES GARCÍA, R. (1995). *El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda*. Ministerio de Comercio y Turismo, Madrid.
- GASCÓN LINARES, M. A. (1993). *Turismo rural en España*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- GARCÍA CABRERA, A. Y CASTRO SÁNCHEZ, J. J. (2003). «Una aproximación al turismo rural en el archipiélago canario: el caso de la isla de Gran Canaria», en VALDÉS PELÁEZ, L. y PÉREZ FERNÁNDEZ, J. M. (dirs) (2003). *Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo de turismo sostenible*. Fundación Universidad de Oviedo.

GERHARDTS, L. (2005). *Desarrollo turístico en La Palma. Posibilidades de creación de un perfil especializado a través de turismo sostenible. Memoria de licenciatura en la Universidad Christian-Albrecht de Kiel*. (no publicado).

GIL LARRAÑAGA, P. (1992). «Conceptos para interpretar el turismo rural en España», *Documentación Social*. 87, pp 193-206.

GIL LARRAÑAGA, P. (2003). «¿Cómo definir ahora el turismo rural?», *IX Congreso Nacional de Turismo Rural ASETUR*, La Rioja (no publicado).

HERNÁNDEZ LUIS, F. (2005). *Manual de Buenas Prácticas Ambientales para alojamiento de turismo rural*. Cabildo Insular de Tenerife, Santa Cruz de Tenerife.

MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO (1994). *FUTURES: Plan Marco de Competitividad del Turismo Español*. Ministerio de Comercio y Turismo, Madrid.

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (1999). *Plan Integral de Calidad del Turismo Español. 2000- 2006*, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

PARLAMENTO EUROPEO (1991). «Resolución sobre una política de turismo comunitaria», en *Parlamento Europeo*.

PARLAMENTO EUROPEO (1991). *El turismo en Europa*. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Luxemburgo.

PARDELLAS, X., PIÑEIRO, V. y PADÍN, C. (2000). «La integración del turismo en proyectos municipales de desarrollo local. experiencias en Galicia», en BLANQUER D. (dir.) y OTROS. *III Congreso Universidad y Empresa*. Tirant Lo Blanch, Valencia.

VALDÉS PELÁEZ, L. y VALLE TUERO, E. (2000). «Experiencias comparadas de turismo rural en España», en BLANQUER, D. (dir.). *III Congreso Universidad y Empresa*. Tirant Lo Blanch, Valencia.

VALDÉS PELÁEZ, L. y PÉREZ FERNÁNDEZ, J. M. (dirs.) (2003). *Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo de turismo sostenible*. Fundación Universidad de Oviedo.

VALDÉS PELÁEZ, L. (2004). «El turismo rural: una alternativa diversificadora. Líneas estratégicas de su expansión», en *Papeles de Economía Española*, 102, pp 298-315.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (1997). *Rural tourism: A solution for employment, local development and environment*. World Tourism Organization, Madrid.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2001). *Tourism 2020 Vision*. Vol. 7: *Global Forecast and Profiles of Market Segments*, World Tourism Organization, Madrid.