

TURISMO Y DESARROLLO RURAL EN ESPAÑA

Jesús M.^a Bachiller Martínez
Departamento de Geografía
Universidad de Valladolid

No es preciso extenderse demasiado para reconocer la importancia creciente que está adquiriendo el fenómeno turístico en la sociedad actual, no sólo por la enorme variedad de recursos que moviliza y la repercusión económica y social que todo ello supone, sino también por los efectos beneficiosos que reporta tanto a las personas que demandan esta forma de aprovechamiento del ocio como a los espacios que satisfacen esa necesidad.

Este reconocimiento resulta tanto más irrefutable en un país como España, en el que la actividad turística desempeña un destacado papel dentro del sistema económico. Es suficientemente conocido además el desequilibrio espacial existente entre turismo interior y turismo costero, que proviene del monopolio que ha ejercido, en el desarrollo del turismo español, el binomio *sol y playa* como recurso más demandado y a la vez más promocionado dentro de nuestra oferta.

Este desequilibrio se mantiene, pero la distancia se ha reducido en muchos aspectos, y buena prueba de ello es el tema de debate que se plantea en las presentes jornadas. Pero el turismo interior, lejos de ofrecer una homogeneidad, presenta, muy al contrario, una diversidad de espacios, en los que se desarrollan una multiplicidad de actividades y modalidades de turismo. El espacio rural, en contraposición al espacio urbano, es sin duda el de mayor extensión geográfica, el más rico en paisajes y el que sostiene una mayor variedad de actividades de recreación, de motivos de desplazamiento o de centros de acogida.

Refiriéndonos a él, es preciso subrayar que pese a su compleja pluralidad, existe una cierta indefinición terminológica y conceptual, aparte de una falta de homogeneidad de la oferta, que nada benefician su promoción y desarrollo. No es nuestro objetivo entrar en esa polémica, aunque sí conviene establecer de entrada una aproximación conceptual al fenómeno del turismo rural que, como su propia denominación indica, contiene dos vocablos con significados conectados, pero independientes. El turismo rural comprendería todos aquellos desplazamien-

tos por motivos de ocio, con una duración superior a las 24 horas¹, que tengan como escenario el espacio rural y que utilicen los servicios ofertados en él, ya sea en el propio caserío o en cualquier otro centro de acogida ubicado dentro de su término municipal. Esta definición no está exenta de imprecisiones a la hora de delimitar el umbral de población² o de establecer el inevitable juego de relaciones entre el espacio rural y el espacio urbano, que sería muy largo tratar en estas páginas.

En esta comunicación, necesariamente breve, se presentan algunas ideas y reflexiones sobre la expansión actual del turismo en las áreas rurales y las potencialidades que ofrece como factor de desarrollo en el medio rural.

1. La expansión reciente del turismo rural

El panorama actual del turismo rural en nuestro país ha dado un cambio nada desdeñable en la última década, aunque de hecho tenga que hacer frente a retos importantes para adquirir un mayor protagonismo en la vida económica del mundo rural. El turismo rural ha mantenido una posición claramente marginal, lo cual no quiere decir solo que el número de visitantes y el volumen de ingresos hayan sido insignificantes con relación al modelo dominante. Se trata de una postergación más profunda, que abarca múltiples facetas: Desde la falta de información y promoción, o la ausencia de estudios concretos, hasta la falta de sensibilidad y de compromiso para mejorar la calidad recreativa de estos espacios. No es de extrañar, por ejemplo, que en algunas ciudades pequeñas las oficinas de turismo permaneciesen cerradas los fines de semana, cuando eran los días que registraban mayor demanda.

En la actualidad la situación ha cambiado y se puede decir que el turismo rural despierta un inusitado interés, como lo demuestran una multiplicidad de hechos. No solo se constata una creciente afluencia de turistas a los espacios rurales, basada en una serie de circunstancias que después analizaremos, sino que a escala social se aprecia un entorno muy diferente. La mayor preocupación de las distintas administraciones, estimulada por la integración en la actual Unión Europea; la propia inquietud de los agentes económicos y sociales; la aparición de una oferta organizada y la puesta en marcha de proyectos de desarrollo turístico o programas de desarrollo rural, que ponen énfasis en esta actividad; la multiplicación de la información en los distintos me-

¹ La Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (desde 1975 Organización Mundial de Turismo), señaló en 1963, tras la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Turismo celebrada en Roma, que el viaje turístico comporta una estancia de al menos veinticuatro horas pasadas fuera del domicilio habitual.

² El INE considera espacio rural a todas aquellas entidades de población que no rebasan los 2.000 habitantes. Pero existen discrepancias interregionales, motivadas en gran parte por la heterogeneidad de los sistemas de poblamiento. En Castilla y León, por ejemplo, se incluyen todos aquéllos asentamientos que tengan una población inferior a 10.000 habitantes y cuya economía sea principalmente agrícola, ganadera, forestal o minera, así como todos aquellos barrios situados en ciudades que superen ese umbral de población.

dios de comunicación y revistas especializadas, son algunos de los referentes que avalan este cambio. Basta con haber asistido a las últimas celebraciones de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), para percibir el interés y la demanda de información que se requería a aquellas regiones, e incluso provincias y comarcas, que presentaban una oferta de turismo rural.

Entre la irrelevancia del turismo rural hace unas décadas y la significativa afluencia actual media un proceso en el que se ha pasado consecutivamente de una casi total espontaneidad, a la aparición de algunos programas con un planteamiento comercial y, por último, al desarrollo creciente de una oferta organizada, sobre todo a partir de 1985.

El turismo rural no es un fenómeno nuevo, aunque hasta fechas muy recientes haya sido poco numeroso y bastante elitista. Hasta mediados de los sesenta el único movimiento se reducía a un grupo minoritario de familias acomodadas, que se desplazaba desde las grandes ciudades hacia áreas rurales próximas, generalmente espacios serranos u otros con manifestaciones artísticas destacadas. Pero quizá el primer gran impulso del turismo rural en España provino como consecuencia del éxodo masivo que desencadenaron los cambios socioeconómicos y técnicos contemporáneos. Era un turismo de retorno vacacional de emigrantes, cuya magnitud fue creciendo en función de la intensidad de los trasvases de población. Constituía una forma de desplazamiento turístico espontáneo, desde las grandes zonas industriales a los núcleos rurales de origen, que apenas tenía implicaciones económicas ya que la forma de alojamiento habitual era en casa de familiares o amigos.

En el año 1967, por acción conjunta del entonces Servicio de Extensión Agraria y la Secretaría de Estado de Turismo, se diseñó un programa de turismo rural, con un planteamiento comercial, denominado "vacaciones en casas de labranza". Su objetivo era fomentar y facilitar la participación de los agricultores en la utilización económica de sus recursos turísticos, proporcionando simultáneamente a amplios sectores de la población urbana una forma de turismo de calidad a costes muy razonables (GARCÍA OLALLA, 1992, 120). Su desarrollo, sin embargo, fue muy limitado y desigual en las distintas provincias, y no exento de polémica sobre la picaresca que acompañó a las ayudas económicas otorgadas.

En el ecuador de los ochenta puede situarse el repunte del turismo rural en España. Empieza a conformarse una oferta organizada y la espontaneidad inicial va dando paso a una actividad concebida bajo unos planteamientos empresariales, llamada a formar parte del desarrollo rural y a participar activamente en la nueva ordenación del espacio. Es la etapa en que se va conformando un tejido administrativo y social, imprescindible para promover con garantías una actividad económica tan especial como el turismo, que involucra de una u otra manera a toda la sociedad en su conjunto. Son los años en que se constituyen distintos patronatos provinciales de turismo en provincias interiores. Surgen algunas mancomunidades turísticas que implican a comarcas enteras o a grupos de municipios, como la que se constituyó en el suroeste soriano en 1986. Se ponen en marcha proyectos significativos de desarrollo turístico en el medio rural, que cuentan desde 1984 con un decidido apoyo oficial a través de la Secretaría General de Turismo,

empeñada desde entonces en la promoción y comercialización del turismo rural; es el caso de Taramundi en Asturias, la comarca de la Vera en Extremadura o la sierra de Gudar y el bajo Maestrazgo en Aragón (BARDON FERNÁNDEZ, 1990, 73). Aparecen distintos colectivos, públicos o privados, que ponen en marcha diversas iniciativas turísticas a nivel local; unas veces son grupos dedicados al desarrollo de diferentes programas educativos, culturales o deportivos, que tienen como soporte el espacio rural; otras, agentes locales o foráneos que aprovechan los recursos existentes o intentan promover una determinada oferta. Una vez transferidas las competencias, las comunidades autónomas se convierten asimismo en órganos directamente implicados en el aprovechamiento de sus potencialidades turísticas; se ponen en marcha distintos planes regionales de desarrollo turístico y se van configurando las bases jurídicas y técnicas de la oferta de turismo rural.

Todo este proceso de movilización y estructuración interna no es un hecho aislado, sino que viene impulsado por una serie de condiciones externas, que han contribuido conjuntamente a cambiar el panorama del turismo rural en la última década.

Efectivamente, la expansión del turismo rural en los últimos años se produce en una etapa de clara revalorización y cambio de actitud hacia los espacios rurales. Los factores que confluyen para explicar este nuevo entorno son de diversa índole. Nos referiremos particularmente a tres: Los cambios de la demanda turística, el nuevo contexto económico y la creciente sensibilización política y social hacia los valores que atesora el mundo rural.

Desde distintos sectores se ha puesto de relieve la saturación de la modalidad del turismo de sol y playa, predominante en nuestro país desde los años 50³. El aumento de la calidad de vida y la mejora del nivel cultural estarían propugnando nuevos planteamientos en el aprovechamiento del tiempo de ocio; frente a la masificación de las áreas costeras, que reproducen las condiciones habituales de la gran ciudad, surge un deseo de encontrar un ambiente distinto, en el que la tranquilidad, el reposo, el contacto con la naturaleza, el afán por descubrir nuevos espacios y vivir nuevas experiencias son bienes cada vez más apreciados por una población urbana insatisfecha con sus condiciones de vida.

Influye, en segundo lugar, el contexto económico. La progresiva entrada en la economía internacional, regida por el principio inapelable de la competitividad, hacen previsible una nueva reestructuración de la actividad agraria en muchas comarcas ya alteradas por las transformaciones socioeconómicas de décadas recientes. La necesidad de frenar la descomposición de la sociedad rural es uno de los argumentos que alimenta la idea de potenciar actividades alternativas que consigan revitalizar e integrar el tejido económico y social de estos espacios.

El cambio de actitud hacia los espacios rurales se advierte también a escala política y social. Aunque con anterioridad a 1986 se aprobaron algunas leyes y surgieron algunos proyectos, es

³ Véase, por ejemplo, el Libro Blanco del Turismo Español, publicado en la *Revista de Estudios Turísticos*, n.º 108. Madrid: Secretaría General de Turismo, 1990.

con la incorporación a la actual Unión Europea cuando la preocupación por el mundo rural sufre un salto cuantitativo y cualitativo en nuestro país, al compás de la política comunitaria. Dicha preocupación no está exenta de cambios importantes en la concepción de cual es la funcionalidad de estos espacios, traducida ya en la puesta en marcha de una serie de mecanismos y de programas, que intentan, por un lado, fijar la población y, por otro, encontrar nuevas formas de desarrollo. El programa LEADER es quizá el que mejor representa las nuevas concepciones del desarrollo rural; precisamente, en los distintos espacios donde se ha implantado se ha puesto especial énfasis en la actividad turística como factor de desarrollo local.

2. El turismo como opción de desarrollo de las áreas rurales: realidades y retos

Si bien el entorno que se ha creado resulta muy favorable y generó en los momentos iniciales una cierta euforia, que sustentó muchos de los discursos triunfalistas de finales de los ochenta y comienzos de los noventa, levantando amplias expectativas en determinados ámbitos territoriales, el turismo rural debe valorarse, a nuestro juicio, con una mayor prudencia y dentro de unos parámetros, en general, más objetivos y realistas. Ha sido tal el poder de persuasión con que ha penetrado la idea del turismo rural, que no han faltado casos en que se ha llegado a identificar o asociar el desarrollo rural de espacios concretos con el propio impulso del turismo rural, como si este fuera la panacea o la solución a todos los problemas. Esta posición de cautela no significa, en absoluto, un menosprecio de las potencialidades del mundo rural como espacio recreativo; denota, más bien, un propósito de rebajar o matizar las excesivas expectativas creadas en algunas esferas, que consideramos positivo y necesario para afrontar con el debido realismo los retos que plantea el desarrollo y ordenación de una actividad que, a determinada escala, resulta casi inédita en muchos espacios.

Tal derroche de moderación está basado en cuatro premisas fundamentales: la dudosa saturación del turismo costero; la acción fuertemente discriminadora que ejerce el turismo sobre el espacio; el bajo índice de repetición del turismo rural y la baja duración de la estancia en esta modalidad.

De un buen número de textos escritos en los últimos años sobre el panorama actual del turismo en nuestro país, se podría inferir que nos encontramos en una fase de transición entre una etapa de predominio casi absoluto del turismo costero y otra en la que la propia demanda se va a inclinar por los espacios rurales, debido a la propia saturación del primer modelo y a que el turista busca algo más que el metro cuadrado de playa.

Efectivamente, la búsqueda de nuevos valores en los planteamientos de las vacaciones es un elemento que ha contribuido a relanzar la funcionalidad de las áreas rurales como espacios recreativos. Sin embargo, no se puede hablar objetivamente de un agotamiento o una regresión significativa del modelo turístico dominante; así lo revelan, al menos, algunos indicadores,

entre los que pueden mencionarse los estudios que, con carácter periódico, realiza la Dirección General de Política Turística sobre el comportamiento vacacional de los españoles, las estadísticas de turismo publicadas por el INE o la propia dirección de los flujos de tráfico en el período principal de vacaciones o en determinadas festividades.

El estudio sobre las vacaciones de los españoles no refleja un cambio de tendencia claro. En 1985, un 56% de los encuestados eligieron la costa o la playa como destino de su viaje principal; en 1990 este porcentaje se elevó al 61,2%, mientras que en 1992 ha descendido al 53,7%. Los destinos a un pueblo o ciudad del interior han evolucionado guardando una cierta relación, pero no de forma proporcional; pasaron del 22,1 al 17,6% en las dos primeras fechas, elevándose solo al 19,1% en 1992, año en que, como se sabe, se celebró la exposición mundial de Sevilla. Por otra parte, la salida principal con destino a un área serrana apenas sufre variación (15,3, 16,1 y 15,8% respectivamente).

Los datos que publica el INE llevan a la misma conclusión. El turismo nacional ha sufrido un incremento en la última década, pero sus destinos apenas han variado. En 1985 el 40,2% de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros se dirigieron a las islas o a una provincia costero-mediterránea; dicho porcentaje se elevó al 43% en 1992. Por el contrario, los viajeros alojados en provincias interiores, descontando la de Madrid, pasaron del 35,9 al 32,1% en el mismo período. Estas cifras, aunque son reveladoras, no resultan totalmente objetivas ya que falta una parte de la oferta de alojamiento. Sin embargo, no se puede afirmar que esta haya sufrido variaciones proporcionales desde 1985, si exceptuamos la oferta de plazas en campamentos de turismo, que ha pasado de representar el 9,8% en esa fecha a suponer el 13,4% en 1992. La oferta de plazas hoteleras en las provincias interiores, descontando Madrid, que presenta una gran singularidad, se ha mantenido en el 20% del total en todo el período⁴.

El turismo extranjero, por su parte, tampoco ofrece indicios suficientes de cambio. Si bien el turismo rural ha logrado un mayor desarrollo en otros países, el turista extranjero que disfruta las vacaciones en nuestro país sigue mostrando una absoluta predilección por las zonas litorales, como se evidencia al analizar los datos relativos al mes de agosto de 1994: El 62,3% de los turistas viajó a un lugar de la costa mediterránea o de las islas, acaparando el 84,4% de las pernoctaciones registradas (REVUELTA, 1995, 388).

No se puede afirmar, por tanto, que el aumento de la afluencia turística hacia las provincias interiores, en general, y hacia los espacios rurales, en particular, proceda de un giro significativo en los flujos tradicionales. El crecimiento de la demanda actual procede, más bien, de la firme tendencia a multiplicar el número de salidas y el interés por fraccionar el período de vacaciones. Estos dos hechos se ven favorecidos por la sustancial mejora de las vías de comunicación y el consiguiente acortamiento de las distancias, que tiene entre sus efectos más positivos una progresiva ampliación del radio de los desplazamientos. Si nos atenemos a las encuestas periódicas

⁴ Los datos han sido elaborados a partir de las estadísticas que publica por el INE en el Anuario Estadístico de España, años 1986 y 1993.

sobre el comportamiento vacacional de los españoles se comprueba que las personas que realizaron dos viajes pasó del 8,3 al 11% entre 1985 y 1990, y los que salieron en tres o más ocasiones subió del 4,6 al 10,6%. Estos porcentajes descendieron ligeramente en 1992, si bien hay que tener en cuenta la crisis económica que se desata ese año y la celebración de los eventos del 92. Asimismo, la preferencia por el litoral descendía, en 1992, del 53,7% en el primer viaje al 39,2% en el segundo, mientras que el destino a un pequeño pueblo y ciudad del interior, o hacia una zona de montaña pasó sucesivamente del 34,9 al 37,5%, y la modalidad de viaje recorriendo varios lugares del 3,5% al 6,8% respectivamente⁵.

El turismo, en segundo lugar, se puede considerar una actividad que ejerce una gran discriminación sobre el territorio. Para que un espacio genere un movimiento turístico significativo, es necesario que se cumplan, al menos, tres condiciones: que disponga de unos recursos o un producto demandado por un segmento más o menos amplio de población, que exista una voluntad individual y colectiva, interesada en promocionar y acoger a esos turistas, y que haya unas condiciones de infraestructura y equipamiento adecuadas para favorecer esa atracción.

Pues bien, todos los espacios ofrecen, a priori, un interés; sin embargo, no todos suscitan la misma atracción ni todo espacio potencialmente turístico llega a serlo realmente. Por una parte, el comportamiento de la demanda a la hora de elegir las rutas y lugares de desplazamiento suele ser bastante selectivo y acomodado siempre a sus hábitos de consumo, a sus preferencias e inquietudes. Por otra, un sector de la oferta presenta también un carácter bastante selectivo, interesado más por la calidad, el logro de un ambiente entrañable y auténtico, en contacto directo con la naturaleza y la idiosincrasia rural, que por la cantidad o la masificación. Estos planteamientos establecen por sí mismos unas perspectivas distintas a las que se generan en las zonas litorales. Asimismo, el negocio turístico, por su características de trato y relación personal, se convierte también en un problema de confianza, y a veces de necesidad, para la hipotética oferta local. Especialmente, en aquellas comarcas que han sufrido un intenso declive económico y demográfico, que siguen siendo espacios sociológica y económicamente agrarios, que presentan una población envejecida y reticente al trato con desconocidos, espacios donde la agricultura y la ganadería son actividades atrasadas desde el punto de vista empresarial, y sus habitantes carecen de la perspectiva y el nivel de relaciones que exige el turismo, en ese entorno es difícil que surjan iniciativas endógenas y que el turismo se convierta en un verdadero motor de desarrollo o que la cantidad de desarrollo que genere sea realmente significativo. Esa falta de iniciativa local ha sido suplida a veces por proyectos foráneos, no siempre asociados con la población rural.

El tercer postulado, que cabe reflejarlo a nivel de hipótesis, puesto que no conocemos estudios concretos al respecto, se refiere al índice de repetición del turismo rural, que estimamos inferior al del modelo tradicional de sol y playa, lo cual recorta notablemente sus posibilidades.

⁵ Los datos se han extraído de las sucesivas encuestas sobre el comportamiento vacacional de los españoles, publicadas por la Dirección General de Política Turística en la revista *Estudios Turísticos*.

El grado de fidelidad de la demanda con el espacio rural se puede considerar bajo, si exceptuamos el turismo de retorno vacacional de emigrantes, que sigue ocupando un papel destacado en esta modalidad, el turismo de deportes de invierno y el que se genera entre una aglomeración urbana o centro de gran atracción turística (bien sea la costa o un área residencial) y un espacio que combine unas condiciones de proximidad geográfica y fácil accesibilidad con la disposición de algún atractivo especial.

El cuarto elemento que debe considerarse y que aconseja esa posición de prudencia inicial es la duración de la estancia. No solo el contraste entre turismo costero e interior vuelve a reproducirse sino que la evolución de los últimos años no permite asegurar que exista un cambio de tendencia. El número de pernотaciones por turista en establecimientos hoteleros de las provincias interiores no solo se reduce a la mitad sino que tiende a distanciarse de la media en las provincias litorales. El número medio de pernотaciones baja de 1,9 a 1,8 entre 1985 y 1992, mientras que en el litoral pasa de 3,3 a 3,5 (INE, 1986 y 1993). Los datos relativos al mes de agosto de 1994 resultan todavía más reveladores. El turismo extranjero permaneció una media de 10 días en la costa mediterránea y las islas, por 1,2 en las comunidades interiores, exceptuando la de Madrid; los turistas españoles, por su parte, tuvieron una estancia media de 6,5 días en dicha área litoral por 1,9 en las comunidades interiores (REVUELTA, 1995, 388).

Todos estos resultados guardan coherencia entre sí y configuran una realidad en la que el turismo interior está lejos de erigirse en sustituto de esa afluencia cuestionada, pero todavía profundamente enraizada en nuestro país, que representa el turismo de sol y playa. La actual planificación turística no permite pensar lo contrario; sirva como ejemplo los actuales programas de inversión para recuperar y proteger la costa, que significan de hecho una apuesta firme por el modelo tradicional. El turismo interior y, con más razón, el turismo rural ocupa principalmente los viajes secundarios de los españoles y atrae por el momento una pequeña parte de la demanda extranjera. Suele dedicarse una pequeña parte del período de vacaciones o se realiza aprovechando los fines de semana o puentes del calendario laboral, de ahí que la estancia media no sobrepase las dos noches. Las permanencias más prolongadas, además, suelen coincidir en un elevado porcentaje con el movimiento de retorno vacacional de emigrantes, que utilizan en sus estadias alojamiento no comercial, generalmente en casa de familiares y amigos.

A todo este entremado de datos y razonamientos cabría añadir algunas observaciones con respecto a la posición del turismo rural dentro del conjunto del turismo interior. El turismo rural acentúa aún más el perfil esbozado y se convierte a menudo en un movimiento que, más que turístico, podría calificarse de excursionista. Los desplazamientos turísticos hacia el medio rural tienen tendencia a la informalidad, huyendo de cualquier rigidez estructural (CALLIZO SONEIRO, 1991, 125), y suelen realizarse de forma itinerante, en vehículo particular. Por utilizar un símil, se le puede comparar con el automóvil de gas-oil: recorre muchos kilómetros, pero consume poco. Esta situación plantea uno de los grandes debates, como es el de las relaciones entre espacio urbano y espacio rural respecto a la organización y gestión de la actividad turística. Existe indudablemente una notable interconexión entre medio urbano y medio rural, que a veces se

manifiesta como una nueva forma de dependencia o colonización. Si aceptamos la definición de turismo rural expresada al comienzo, se puede decir que muchos espacios rurales soportan una gran presión, sin que de hecho pueda hablarse de turismo rural, ya que la organización del viaje se realiza desde un centro urbano, que absorbe la mayor parte del presupuesto. La cuestión entonces es si realmente el medio rural gestiona su propio turismo o si este se organiza desde los centros urbanos y el espacio rural-natural solo cumple la función de soporte.

Actualmente, la deficiente infraestructura de las áreas rurales o su inadecuación a las exigencias de la demanda es cubierta por los núcleos urbanos más próximos, desde donde el turista centraliza los distintos itinerarios. Pero no es menos cierto que la ordenación del turismo en las comunidades autónomas y en las propias provincias se decide desde las capitales regionales o provinciales, y estas no siempre organizan la oferta pensando en los intereses del espacio rural. El actual panorama define uno de los grandes retos que debe plantearse el mundo rural para que el turismo pueda convertirse en un verdadero motor de desarrollo: El de ordenar su propio espacio y organizar su propia oferta, lo cual supone una defensa colectiva de sus intereses y una tarea de adecuación a las características de la demanda que tiene cada espacio o que voluntariamente se desee potenciar.

El turismo no deja de ser, en definitiva, una opción más de desarrollo de los espacios rurales, sometida como otras actividades económicas a una serie de factores que favorecen o dificultan su viabilidad, entre los cuales destacan actualmente la proximidad a grandes mercados o áreas de fuerte atracción turística tradicional, la disponibilidad de recursos o la creación de productos turísticos atractivos, la presencia de una calidad ambiental y una dotación adecuada de infraestructuras y equipamientos, o la existencia de una voluntad colectiva, de la que surja un dinamismo empresarial y socio-recreativo.

BIBLIOGRAFÍA

- BARDON FERNÁNDEZ, E. (1990): "Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo". *Estudios turísticos* n.º 108. Madrid: Secretaría General de Turismo, pp. 61-82.
- CALLIZO SONEIRO, J. (1991): *Aproximación a la geografía del turismo*. Madrid, Síntesis.
- CORRALES CORDERO, L. (1993): "Apuntes para la definición y concepto de turismo rural". *Andanzas 1*. Cuadernos de la Escuela Regional de Turismo de Castilla y León. Ávila, Fundación Cultural Sta. Teresa.
- GARCÍA OLALLA, L.C. (1982): "El turismo rural como recurso de la población agraria". *Revista de Estudios Agro-sociales* n.º 120. Madrid, M.A.P.A.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA: *Anuario Estadístico de España, 1986 y 1993*.

MANERO MIGUEL, F. (1994): "Ordenación del territorio y turismo rural". *Turismo rural. I Encuentro iberoamericano sobre municipio y turismo rural en Segovia (España)*. Segovia, O.I.C.I.

REVUELTA, J. M. (Dr.) (1995): *Anuario El País*.

VALCÁRCEL RESALT, G. y otros, (1993): *Desarrollo local, turismo y medio ambiente*. Cuenca, Excma. Diputación Provincial de Cuenca.
