

TURISMO RURAL Y GÉNERO

El caso del bosque modelo urbiión

Manuela Garrido
nolagarri@gmail.com

Universidad Valladolid

Para citar este artículo:

Garrido, M. (2015) Turismo rural y género. El caso del bosque modelo urbiión. *Espacio I+D Innovación más Desarrollo*, 4 (8), 71-107. doi: 10.31644/IMASD.8.2015.a03



RESUMEN

En las últimas décadas diferentes estudios, proyectos y acciones públicas han promovido el enfoque de género en los emprendimientos turísticos de áreas rurales como fórmula para visibilizar, medir y empoderar a las mujeres.

Plantear el binomio Mujer y Turismo no está exento de contrariedades, más si cabe en los espacios rurales, que es el que nos ocupa. Las diferencias regionales que dicha temática comporta, la diferente colaboración público-privada, la profesionalización del sector o el grado de organización de las propias mujeres llevarían a resultados desiguales en los diferentes territorios. Sin embargo, la identificación de los factores de éxito en cada caso y una posterior transferencia de resultados, técnicas y metodologías, avalarían un modelo de desarrollo turístico endógeno, sostenible, impactante y transformador.

Palabras Claves: Políticas de Género- Turismo Sostenible- Empoderamiento- Profesionalización y Redes- Partenariado.

RURAL TOURISM AND GENDER: THE CASE OF MODEL FOREST URBION

ABSTRAC

In recent decades, different studies, projects and public actions have promoted gender approach in tourism ventures in rural areas as a way to visualize, measure and empower women.

Present the binomial Women and Tourism is not without setbacks, more if possible in rural areas, which is what concerns us. Regional differences that such issue involves, the different public-private partnerships, professionalization of the sector or the degree of organization of women themselves would lead to mixed results in different territories. However, identifying success factors in each case and subsequent transfer of results, techniques and methodologies, would support a model of endogenous, sustainable, impactful and transformative tourism development.

Keywords: *Gender Policies- Sustainable Tourism- Empowerment- Training and Network- Partnerships.*

En las últimas décadas ha surgido una serie de proyectos a escala mundial en que se intentan promocionar emprendimientos de turismo rural con perspectiva de género, integrando dentro de sus fines el empoderamiento de las mujeres.

En líneas generales hay dos posturas respecto al análisis del mercado laboral que gira en torno al turismo y mujer: los que observan una reproducción de formas de subordinación de género y los que opinan que seriación de efectos positivos en cadena permiten modificar los patrones de género (Cánoves, 2000). En nuestra opinión, y es justo lo que nos lleva a plantear esta aproximación a la realidad, todas estas iniciativas permiten vislumbrar la capacidad de agencia de las mujeres.

No cabe duda de las diferencias regionales a escala planetaria que esta temática comporta y que los impactos van a depender en función de los territorios, tanto de los emisores como receptores, así como del grado de organización de las mujeres en relación a esta actividad.

Los estudios de Género en Turismo Rural, recientes y no muy abundantes en nuestro país, son planteados desde diferentes marcos teóricos, por lo que sus resultados y su desigual cobertura territorial no nos sitúan en el mejor de los escenarios para concluir en situaciones ejemplarizantes a partir de las cuales proponer los mejores planes de acción.

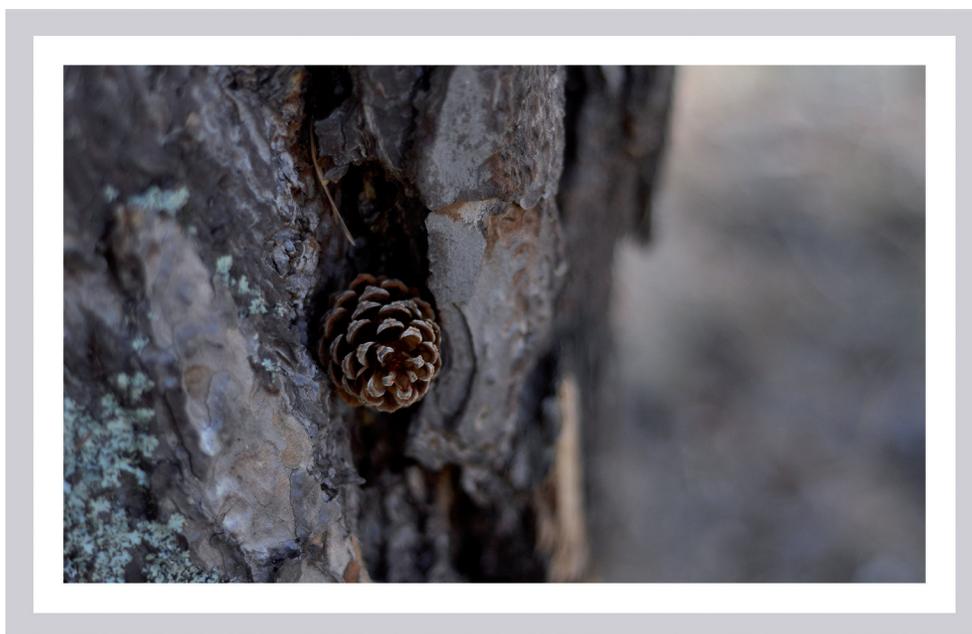
Plantear el binomio Mujer y Turismo, nos exige un esfuerzo de síntesis, dado el carácter transversal de los temas de género y la diferente atención con que se aborda el Turismo en los espacios rurales, que por un lado lo ven aún como sector emergente, y por otro, advierten de sus indicios de exceso de capacidad.

Con todo, de lo que se trata es de medir la contribución de las mujeres en el desarrollo socioeconómico del territorio que nos ocupa y animar a tomar todas aquellas medidas que permitan lograr la equidad entre géneros, pues sólo así podremos seguir hablando de un desarrollo endógeno, impactante y transformador.

La rapidez con que cambian los procesos no debería dejar de lado hacer factibles transferencias de resultados en casos de éxito.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Con el presente trabajo, se pretende valorar el papel de la mujer en el desarrollo turístico de una zona concreta de Castilla y León, comunidad que apuesta por el turismo de interior como uno de los ejes estratégicos de su desarrollo económico.



La elección del Monte Modelo Urbión obedece fundamentalmente a que es la única cuyo modelo de gestión territorial le ha valido su inclusión en una red con reconocimiento internacional, la de Bosques Modelo, y en proceso su declaración como Reserva de la Biosfera.

Metodología

Abordar esta temática integradora nos exige un gran esfuerzo de síntesis que permita situarnos en un momento en que la sostenibilidad de muchos destinos de nuestros territorios rurales pasan por el fortalecimiento de estructuras receptoras capaces de afrontar las nuevas reglas del juego de la globalización, proceso en el que ni la innovación ni las mujeres deberían quedarse al margen y que son:

- **El turismo rural:** como motor de desarrollo implica un breve análisis del estado de la cuestión en cuanto a origen, estado actual y perspectivas de esta tipología de turismo en España a través de revisión bibliográfica.
- **La mujer en los espacios rurales:** en este sentido se pretende mostrar su recorrido desde una desatención a ser considerada como imprescindible para el futuro de estos territorios.
- **El binomio turismo y género:** su aplicación en territorios rurales.

Trabajo de Investigación

La naturaleza analítico-descriptiva de este apartado plantea una investigación cualitativa de tipo transversal. No nos basta con cuantificar el número de mujeres en esta actividad económica, sino que queremos avanzar en cuanto a la capacidad real de este nicho de empleo con respecto a las aspiraciones femeninas.

Para ello se recurrirá a una entrevista semiestructurada, lo que nos ha permitido un acercamiento a la realidad de una manera más flexible. Tras un sondeo previo, se procedió a 12 entrevistas telefónicas, tras el periodo estival de 2012 con los y las titulares de establecimientos.

A fin de garantizar una mayor fiabilidad y validez de los datos, se ha cuidado la mayor heterogeneidad en el muestreo a

partir de tres variables: género, categoría de establecimientos y ubicación geográfica. La fiabilidad y validez de los datos no ha llevado a cuidar la heterogeneidad en el muestreo aleatorio.

El resultado de todo ello nos lleva a plantear la oportunidad que supondría seguir avanzando en un tema que plantea esfuerzos de diagnóstico, comunicación y acción. Las agendas políticas suelen abandonar con facilidad estos temas en contextos de crisis, como el actual, por lo que el resto de actores deberían sumarse a los logros hasta ahora conseguidos y no descapitalizar iniciativas exitosas.

Turismo en los espacios rurales

Las primeras iniciativas de turismo rural en España aparecen a través de Casas de Labranza en la década de los setenta. Se data así el interés de las administraciones por regular dicha actividad en relación directa con las explotaciones agrícolas.

Sin embargo, es a partir de finales de los 80 y sobre en todo en la década de los 90 cuando se constata la intervención administrativa en este sector, argumentando su gran potencial y oportunidad para la transformación de las estructuras productivas de los espacios rurales, que empiezan a resultar obsoletas. El modelo promovido descansa en una serie de pilares aún vigentes:

- *Motivos Patrimoniales:* 68% de los Bienes de Interés Cultural se encuentran situados en el medio rural y un 29% en municipios de menos de 1.000 habitantes. Permitiría la promoción de los mejores exponentes de la arquitectura popular.
- *Motivos Económicos:* el TR aporta cerca de 20.000 empleos directos, que representan 0.10% del total de los ocupados en España (EPA 2008). Las inversiones en el sector contienen un mecanismo de tracción sobre otros sectores.
- *Motivos Sociales:* identidad, arraigo.

- *Motivos Turísticos*: saturación de ciertos destinos y nuevas demandas acordes a nuevos tiempos, como las medioambientales y culturales.

Se observa pues, a la actividad turística como motor de infraestructuras, conservación y restauración del patrimonio con efecto tractor sobre otros sectores productivos, del primario y servicios. En España, además, este proceso ha seguido dictámenes promovidos por instituciones comunitarias de impulso del turismo como complemento a rentas agrícolas y diversificación económica. La superación de la visión agrarista para los espacios rurales, la aplicación de Fondos Estructurales a través de la iniciativa LEADER y el programa español PRODER, han resultado sin duda instrumentos eficaces por sus metodologías y por su efecto demostración. Junto a la participación público-privada, todas estas iniciativas plantean la aplicación de estrategias de desarrollo local que tiene como objetivo principal el fomento de la calidad de vida y la diversificación en el medio rural, a través de ayudas a los promotores de dichas acciones.

La respuesta de los emprendedores e inversores en esta materia ha sido positiva, para lo que además han contado con otras ayudas de gobiernos regionales y locales.

Sin embargo, y según las fuentes consultadas, en la mayoría de los casos no se observa el carácter subsidiario a una actividad agrícola principal, sino que más bien se ha tratado de estrategias patrimoniales cuyo resultado ha sido la creación de nuevos negocios en el medio rural, ya fuera por residente o no. Esta lógica de “espontaneidad” respondería así a la falta clara de una estrategia de implantación de un auténtico modelo de desarrollo territorial de este tipo de turismo, a la descoordinación administrativa o al propio marco jurídico en que se desarrolla la actividad.

No existe a nuestro entender una política nacional y consensuada de Turismo Rural, y de hecho, han sido las CC.AA las

responsables de la regulación del sector, obedeciendo con ello al mandato constitucional.

En líneas generales, cada autonomía ha regulado en función de su propia realidad rural: criterios poblaciones, actividades económicas dominantes, en alguna ocasión aglutinan también conceptos paisajísticos, esgrimidos para acotar un término con el que definir esta incipiente actividad económica. Sea como fuere, la regulación se ha centrado en la regulación de las diferentes clasificaciones de alojamientos rurales y sus categorías.

Uno de los resultados que mejor podría ilustrar este panorama es que la actualidad existen 46 tipos de alojamientos diferentes en nuestro espacio rural con un ritmo de crecimiento anual de más de 30% en la última década. (INE, 2010), una ocupación media anual de los mismos que roza tan solo un 20% y una pronunciada estacionalidad. Datos que no hablan justo de sostenibilidad.

En suma el legislador ha prestado una mayor atención a la regulación y promoción de la oferta alojativa; el discurso político sobre el turismo como solución a los problemas de desarrollo sigue reclamando un incremento de la demanda, cada vez más internacional, pero sin precisar ni medios ni métodos que lo permitan.

La propia evolución del sector junto a la práctica adaptación de todos estos decretos a la Directiva 2006/123/CE -principio de jerarquía normativa-, está llevando a muchas comunidades a una revisión legislativa sobre este tema.

Los actuales parámetros desenfocan pues los motivos del Turismo en los Espacios Rurales y sigue pendiente la homogeneización de la oferta sólo factible a través de una mayor coordinación de las normativas autonómicas. A partir de aquí, otros factores que coadyuvarían al posicionamiento del sector serían:

- Creación de un marco estratégico común para la intervención en materia de TR en España que parta de un concepto global, integral y participativo de los destinos turísticos.

- Creación de estructuras de receptivos con la que mejorar acciones de promoción y comercialización adecuadas a una demanda cada vez más globalizada, exigente y ávida de experiencias.

La innovación a la que apuesta el espacio rural es importante, y el turismo puede seguir siendo uno de los ejes en que apoyarse. Ello exigiría, entre otros, una mayor profesionalización del sector y la creación de espacios de colaboración público-privados a partir de los que tomar las decisiones al nivel incrementado todo ello la cadena de valor del sector del turismo en territorios con vocación para su desarrollo. Escasa ha sido la atención a la oferta, a la estructuración y vertebración de sector, capaz de permitir la adecuada comercialización de auténticos productos turísticos, o a las capacidades de sus promotores. Hasta no mucho, tampoco atendió a la importancia de que éstas fueran mujeres.

Mujer en espacios rurales

La mujer rural en nuestro país es un colectivo que abarca unos 5 millones de personas. Su situación y expectativas respecto al desempeño laboral están condicionadas por variables internas -edad, formación, responsabilidades familiares- y por variables externas -dinamismo económico de la zona, dotaciones y servicio, superación de roles-.

No se puede entender la situación actual de las mujeres si no atendemos al paradigma funcional del medio rural (García Sanz, 2004). En efecto, la crisis del modelo económico de los años 60 trajo consigo la desagrarización del medio rural y la huida de sus efectivos, poblaciones atraídas por el desarrollo industrial de ciudades.

Por aportar algunos datos, diremos que de los 8.801 municipios españoles, 7.032 se pueden considerar rurales, 60% de ellos

tienen menos de 1.000 habitantes, y en ellos sólo vive 4% de la población española.

Este éxodo del campo a la ciudad ha sido más acuciante en las mujeres, lo que ha llevado consigo todo un círculo vicioso difícil de subvertir.

En efecto, la tecnificación de las actividades agrícolas y profesionalización de actividades agrarias relega a las mujeres a un lugar secundario y sin regulación sobre sus derechos. En un contexto de escasa diversificación económica y de regresivos servicios públicos, sus opciones eran perpetuar su función reproductiva y de mera “ayuda familiar” o sucumbir al canto de la modernidad que la ciudad le parecía ofrecer. Es así como muchas mujeres jóvenes abandonan los espacios rurales, los cuales no tardarán en verse envejecidos y masculinizados, y lo que es peor, sin relevo generacional.

El descenso de los efectivos poblacionales en nuestro Estado, como en el resto de la Unión Europea (UE), y a pesar de las lógicas diferencias regionales, en cuanto a volumen e impactos, ha llevado a la inclusión de la perspectiva de género en las políticas de Desarrollo Rural así como en los correspondientes Programas Regionales de Desarrollo Rural e Iniciativas Comunitarias.

La respuesta de las mujeres a estos programas operativos también ha sido ampliamente secundada por las mujeres. En los diferentes programas operativos del LEADER, se ha pasado de una 30% a un 46.5%. 80% de estos proyectos se han encuadrado en las medidas de PyME y servicios y Valorización de Patrimonio y Turismo. En cuanto a la generación de empleo, cabe decir que de 43% de los puestos son femeninos y suponen 52% de los puestos creados (frente a un anterior 36%).

Los nuevos yacimientos de empleo derivados de las multifuncionalidad pretendida por los poderes públicos ven así a la mujer como objetivo estratégico de fijación de población en los espacios rurales, con una tasa de actividad aún alejada de la mantenida por las mujeres de ámbito urbano (22% frente a un 43%).

Según los datos estadísticos, las empresarias rurales son mujeres maduras, dirigen pequeños negocios de tipo familiar y un nivel formativo menor que el de las mujeres asalariadas. La investigación cualitativa sugiere que las responsabilidades y lealtades familiares están siempre presentes en su acceso al empresario y en la gestión diaria de sus negocios¹.

Sin duda, la mujer de los territorios rurales se ha enfrentado en los últimos 30 años a una situación de cambios, transformaciones continuas a todos los niveles, pero los hechos nos demuestran que ha sabido adaptarse y gestionar con éxito el cambio de paradigma: economía, educación, cultura y participación social, entre otros. No en vano, la tendencia de flujos poblacionales rural-urbano, parecen haberse detenido.

Son muchos los obstáculos y desafíos en el medio rural, pero según los últimos datos, al menos los flujos de población hacia la ciudad parecen haberse detenido.

Con todo, el impacto positivo que la mujer haya podido tener en todo este escenario de cambios estructurales, no puede ser estimado como se debiera, debido a la falta de datos o de indicadores de género territorializados que midan la contribución real que la mujer ha propiciado conjugando su función reproductiva y productiva en nuestros espacios rurales. La superación o no de los roles de género sería asimismo parte del debate.

Esperemos que los informes periódicos a que obliga la reciente y específica Ley de Desarrollo Rural para el Estado español, Ley 45/2007 para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural, sobre la situación de las mujeres en el Medio Rural, tengan la proyección adecuada y recomendaciones aplicadas.

Las mujeres emprendedoras son un pivote de cambio, aportan pasión y esto significa innovación y creatividad (Jeannie

¹ Sampedro, Rosario en Revista Internacional de Sociología, Vol. LXV, nº 48, pp. 121-146.

Javelosa). Las mujeres, pues, agentes de cambios y protagonistas de su entorno.

Binomio mujer y turismo en los espacios rurales: ¿vía para su empoderamiento?

El turismo se ha convertido, en las últimas décadas, en una vía de acceso femenino al mercado laboral y empoderamiento de las mujeres en zonas desfavorecidas.

Según datos de la OIT, el 49% de empleos en el sector son ocupados por mujeres. El porcentaje de mujeres empresarias es casi el doble en el sector turístico que en la media de sectores económicos y su presencia en los niveles de decisión en esta materia a nivel mundial evoluciona de forma positiva, lo que no ocurre en otras áreas económicas o niveles de decisión. Otros estudiosos parecen confirmar cómo la potencialidad turística de un territorio puede decidir la permanencia de la mujer en los espacios rurales.

Sin embargo, tras un periodo de optimismo, esta relación empieza a ser cuestionada por responsables de ONU Mujeres, quienes advierten que en 2010, la mayor parte del empleo que la mujer realiza en el sector es de baja calidad y una de las mayores deficiencias es que 60% se representan en trabajo informal.

Desde la UE surgieron distintas iniciativas comunitarias que han intentado solucionar problemas de desarrollo rural y de la problemática de la mujer y que han incidido en la mejora de la situación de ambos. El principio de igualdad se introduce en los planes y ayudas comunitarias, y pasar de ser mera alternativa a precepto obligado. El legislador ve a la mujer en los territorios rurales como una vía estratégica de fijación de población en los territorios rurales.

En España, y según el INE, el empleo generado en turismo rural es mayoritariamente femenino (68%) y no asalariado (63%). Las rentas que se generan no garantizan la independencia de los

trabajadores, cuya formación, o no está muy clara, o no se relaciona de forma específica con el sector (Alarios M., 2005).

Junto a la explotación de datos estadísticos, hay estudios de tipo más cualitativo, no excesivos, en diferentes puntos de la geografía rural española, de los que se pueden desprender una serie de conclusiones:

- Las mujeres ofrecen ventajas competitivas en el desarrollo de este subsector económico: constituyen la principal fuerza de trabajo, que va desde la cotitularidad a su contribución informal. Minimizan pues los costes de producción.
- El tipo de negocios emprendidos por mujeres son más pequeños y generan menos empleo. En algunas cosas se puede llegar a confundir la propiedad con la gestión bajo las fórmulas adoptadas de economía social.
- Se detectan desequilibrios en el reparto de beneficios, influida por la condición de género.
- Superación de obstáculos por el incremento de rentas e intercambio social y cultural.

Las mujeres son fuertes, capaces, creativas, pero no están liderando el sector. Tienen que ser conscientes de sus habilidades y para esto es clave la formación, facilitando el acceso a los recursos y beneficios.

ANÁLISIS Y RESULTADOS SOBRE VARIABLE GÉNERO EN EL TURISMO DEL BOSQUE MODELO URBIÓN

Contexto y delimitación geográfica de la zona objeto de estudio

La progresiva crisis de las áreas rurales en España ha sido de especial relevancia en Castilla y León. 99% de los municipios

rurales de Castilla y León (CyL) cuentan con menos de 20.000 habitantes y agrupan 49% de la población total. La mayor parte de los núcleos de la región tiene una población inferior a los 2.000 hbtes., pero lo más relevante es que se han incrementado aquellos municipios con menos de 500. 84% de los municipios tiene una densidad inferior a los 20 hbtes/km². Detenta por ello uno de los mayores índices de ruralidad a escala comunitaria.

Frente al dinamismo de las áreas urbanas, el espacio rural castellano-leonés se encuentra en la actualidad en una situación de escasa relevancia territorial, ante un futuro complicado por la continua pérdida de vitalidad económica y demográfica de la mayor parte de sus municipios.

Los factores demográficos descritos sin duda crean un círculo vicioso sobre la actividad económica del medio rural, por lo que cualquier intervención que intente paliar dicha situación debe tener en cuenta la componente espacial y humana, y no sólo desde el punto de vista meramente economicista.

Desde el punto de vista espacial, el fomento de estrategias de reconversión ha llevado a que muchas áreas de montaña de la región se hayan adecuado a nuevos usos por sus altos valores ambientales y paisajísticos. El mantenimiento y/o recuperación de estas unidades se ha podido rentabilizar a través de la promoción, que no planificación, turística, a través de la destinación de fondos para ello.

Por otro lado, cualquier política a desarrollar y que implique una transformación socioproductiva y espacial, debe atender a la población como uno de sus objetivos fundamentales. Y en esta Comunidad destaca no sólo su reducido número, también una estructura demográfica caracterizada por el envejecimiento y la masculinización. Lo que nos lleva a plantear el papel estratégico antes mencionado de atención a las mujeres en dicha “reconversión”. Además del relevo generacional que de por sí se garantiza con su presencia se facilitan una serie de intangibles que viabilizan y visibilizan el nuevo paisaje social.

El turismo rural en Castilla y León: regulación y contribución del papel de la mujer

La promoción del turismo rural en esta comunidad se lleva a cabo tanto por organismos públicos como entidades privadas. Es la primera comunidad española en el segmento del turismo rural.

En términos absolutos, Castilla y León lideran la oferta de alojamientos de turismo rural a nivel nacional con un 18% del total. En términos relativos, comparte junto a Navarra, el 14% de las pernoctaciones.

En el momento de realización de este estudio está en marcha la revisión del Decreto 298/93 de la Consejería de Cultura y Turismo, sobre ordenación de alojamientos de turismo rural, que fue modificado posteriormente por el Decreto 84/1995.

Dicha norma contempla como una modalidad de servicio de alojamiento turístico los alojamientos de turismo rural, y los define como aquellas edificaciones situadas en el medio rural que por sus especiales características de construcción, ubicación y tipicidad, prestan servicios de alojamiento turístico mediante precio.

Así esta ley distingue entre Casa Rural, ya sea de Alquiler o de Alojamiento Compartido, Posada y Centro de Turismo Rural y remite las condiciones propias de esta modalidad de turismo a su desarrollo reglamentario. La capacidad, gestión y prestación de servicios se incrementa según quedan expuestos.

La Ley 10/1997 de Turismo en Castilla y León y la trasposición de medidas comunitarias, pueden introducir cambios en la nueva regulación a aprobar. Uno ya se puede adelantar: la desaparición de Centro de Turismo Rural, que pasará a denominarse Hotel Rural. No nos consta, que otros criterios como los ambientales, económicos o de género, sean incluidos.

La atracción territorial de Castilla y León -cultura, patrimonio artístico, clima- y la respuesta empresarial, han favorecido la posición aventajada de esta Comunidad, pero hay muchas cuestiones a mejorar.

Según datos oficiales de la comunidad de CyL en 2005, del total de empresas turísticas cuya titularidad es individual, el 52.33% pertenece a mujeres. Y si obedecemos a los resultados de otros estudios² tenemos como la actual dinámica de muchas zonas rurales depende de su potencial turístico y que la proactividad de las mujeres para la puesta en marcha de actividades empresariales. El debate está servido.

Justificación: modelo de desarrollo en BMU



El concepto de Bosque Modelo, acuñado en Canadá, nace al objeto de promover la gestión integral y sostenible de recursos forestales, su crecimiento y conservación mediante la práctica de la participación y el consenso. A partir de la Conferencia de Río, se decide constituir la Red Internacional de Bosques Modelo, en el

² Rico, Margarita. La Contribución de la mujer rural en la economía de Castilla y León, en Rev. Economía Agraria y Recursos Naturales, Vol. 9, 2 (2009). pp. 51-57.

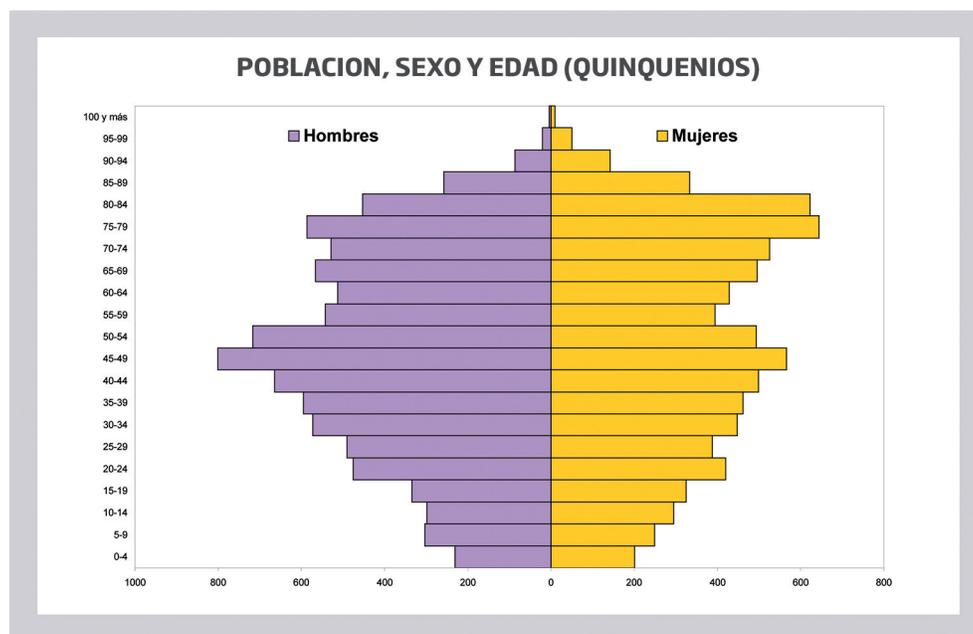
que se introduce el concepto de paisaje y se busca la proyección a nivel global a partir de lo local.

El área territorial objeto de estudio es la masa boscosa continua más extensa de la península, abarcando más de 100.000 Has. de superficie continua que comparten 35 municipios: 15 corresponde a la provincia de Burgos y 20 a Soria.

Demografía

El volumen de población de la zona, según datos extraídos de del INE (Revisión Padrón 2001), es de 17.033 hbtes, lo que supone un 1.8% de la población de Castilla y León (7.2% Burgos, 1.8% Soria).

La observación del gráfico no puede ser más ilustrador de la frágil situación demográfica de las zonas rurales, marcado por un alto índice de *masculinización y envejecimiento de la población*. A los problemas que de ello puedan derivarse, se añade uno de los que más compromete al futuro del medio rural, como lo es la falta de relevo generacional. Esperemos que los cambios de tendencia anunciados líneas arriba puedan ralentizar la pérdida de los recursos humanos de los territorios rurales, base de toda sostenibilidad.



Estructura económica

La economía pinariega se ha basado básicamente en la ganadería extensiva y en la industria maderera, seguida del de la piedra. Según datos del INE 2009, del número de empresas pertenecientes a este sector el 6% se situarían en Castilla y León, de las que un 25% se registrarían en esta comarca. A pesar de no ser cuantitativamente importante en número, sí se advierte que son las que dan empleo mayoritario en la comarca.

Sin embargo, la débil estructura transformadora y comercializadora de este sector en el actual contexto de crisis, ha provocado un descenso del número de empresas en la zona en un 20% así como disminución del número de trabajadores en un 15%. Su índice de decrecimiento rondaría un 25%.

En cuanto a número de empresas, el sector servicios sería el predominante, por lo que se asiste a la también ya anunciada tercerización de las economías rurales, compuesto de empresas de muy pequeño tamaño y escaso nivel de empleo.

Si unimos ambas variables, número de empresas y volumen de contratación, las principales actividades económicas de la comarca serían: Industria de la madera, construcción, fabricación de muebles, transporte terrestre, hostelería y comercio al por menor.

Son justo estas dos últimas las que nos interesa destacar por ser base sobre la que sustentar el turismo, y porque además, a los efectos que aquí nos ocupa, son los dos subsectores con mayor grado de participación femenina en la zona, de manera proactiva o no, y más aún en porque el resto de subsectores, como la madera o construcción, son poco dadas a la contratación de mujeres, y menos aún, con el futuro incierto que se ha descrito.

LA NUEVA APUESTA POR EL TURISMO RURAL EN BMU:
CONTRIBUCIÓN DE LA MUJER SERRANA. RESULTADO
DE LA INVESTIGACIÓN

La economía pinariega está en un proceso de inflexión, pero la herencia de la peculiar gestión “comunal” de sus recursos naturales es la que justamente ha permitido conservar unidades paisajísticas sobre las que se está planteando de forma viable el desarrollo turístico en la zona. Naturaleza, paisaje y medio físico, historia, patrimonio histórico- artístico, cultura, tradiciones así lo avalan³.



La oferta de establecimiento turístico está diversificada y no ha parecido oportuno incluir tanto la oferta hotelera y extrahotelera como la específica de turismo rural.

El análisis cuantitativo de este apartado se ha hecho posible a partir de los datos facilitados por la Asociación Turismo Urbión

³ El primer *in-pout* turístico de esta zona es sin duda el hecho de la convergencia de distintos Espacios Naturales: Parque Natural del Cañón del Río Lobos, Parque Natural de las Lagunas Glaciares de Neila, Reservas de Sierra de Urbión y Sierra de la Demanda, Reserva Natural del Sabinar de Calatañazor y otras tantas figuras de protección: Espacios Naturales de Sabinares del Arlanza y La Fuentona, ZEPA Sierra de la Demanda y Sierra de Urbión y LIC Sierra de la Demanda, Sierra de Urbión y Cebollera, Riberas del Río Duero y afluentes, donde habitan un gran número de especies representativas de los ecosistemas presentes.

y de la explotación de los ofrecidos por la Consejería de Turismo de la Junta de Castilla y León.



Análisis cuantitativo del total de oferta receptivo turístico

En este punto advertir que en el muestreo realizado posteriormente, solo se han identificado a las personas físicas ya que la personalidad jurídica no indica el género de sus promotores. Lo que sin duda, enriquecería los resultados de dicho trabajo.

Un segundo punto a tener en cuenta es quién está detrás, realmente, en la gestión y/o explotación de dicha titularidad, y justo aquí reside parte de la controversia en relación al turismo y género: aunque la titularidad sea femenina puede ser una mera maniobra patrimonial del cónyuge o pareja, o puede ser masculina y la explotación ser femenina.

Oferta Receptivo					Titularidad			
Tipología Oferta Hotelera	Unidades	Subtotales Tipología	% Total	% Relat.	Jurídica	Mujer	Hombre	
Apartamento	6			3.75				
Hotel/Pensión	42			26.25				
Camping	5	55	34.37%	3.12				
Albergue	2			1.25	26	17	12	
Tipología Oferta Rural					% Tipología Rural			
Casa R. Íntegra	75			46.9	71.4%			
Casa R. Compartida	9	105	65.6%	5.62	8.2%	17	44	
Centro Turismo Rural	15			7.4	15%			
	6			3.75	5.5%			
TOTAL OFERTA	160					43	61	

La primera lectura que se desprende de estos datos, es que a pesar de tener una oferta de alojamientos turísticos bastante diversificada, la tipología alojativa de turismo rural es casi el doble que la oferta hotelera, lo que permite confirmar el alto ritmo de crecimiento de esta modalidad turística, ya comentado, y que puede indicarnos una debilidad de la labor de control de oferta por parte de autoridades administrativas.

Dentro de esta misma modalidad se observa asimismo la posición predominante de las Casas Rurales, con casi una tercera parte del total, en su gran mayoría bajo la modalidad de Régimen Íntegro. Dato que nos podría hablar, o bien de la estrategia de inversión también comentada o de ser la modalidad que menor gestión empresarial o grado de profesionalización requiere.

En cualquier caso, y a los efectos que aquí nos ocupa, es completamente ilustrativa la preminencia de la mujer en cuanto a titularidad, tanto para alojamientos hoteleros, como de turismo

rural, más incluso en este último caso, pues también supera a los que ostentan titularidad compartida.

Cuadro de la oferta legislada bajo denominación TR

Genero en la titularidad de alojamientos		Casa Rural Alquiler Íntegro	Casa Rural Compartida	Centro Turismo Rural	Posada	Distribución por sexo
Titularidad Individual	Mujeres	29	6	7	2	44
	Hombres	31	2	2	4	39
Titularidad Colectiva: 17						

Asimismo se observa una mayor presencia femenina en casi todas las modalidades de alojamiento de turismo rural. Sin embargo, llama la atención en los dos casos en las que son los hombres las que lideran: las Casas Rurales de Alquiler Integro, donde la presencia de los anfitriones es casi inexistente, no pudiéndose con ello valorar uno de los criterios más demandados en este tipo de turismo, y en el caso opuesto, las posadas, alojamiento que mayor grado de profesionalización y gestión exigen, además de calidad.

Aun con todo, la mayor presencia femenina en la titularidad de estas unidades alojativas no nos permite ver el mismo liderazgo en cuanto a gestión del tamaño de los negocios.

	Capacidad: ≤ 6 plazas	Capacidad: > 6 plazas
MUJERES	14	30
HOMBRES	9	30
	25	60

Vemos pues que a partir de los datos cuantitativos, se reproducen ya cuestiones de género apuntadas en apartados anteriores, como las que advierten sobre el tamaño de los negocios o mayor grado de profesionalización.

Análisis cualitativo de los datos

Junto a la proporción en la titularidad de estos negocios plantearemos los siguientes ítems, a partir de los cuales aproximarnos a la identificación de pautas que mantengan o modifiquen la brecha de género en las iniciativas de turismo rural:

- Perfil social: género, edad, estado civil, formación o antecedentes laborales.
- Constatación de diferencias en cuanto a la gestión empresarial de estos negocios por cuestión de género: antigüedad en el negocio, acceso a los recursos, promoción, rentabilidad, generación de empleo, posicionamiento en el mercado, demanda formativa, y finalmente, calidad.
- Superación o no de roles y estereotipos de género.

a) Datos sociodemográficos

La mayoría de los propietarios encuestados, tanto hombre como mujeres, están en la franja de edad de 45 a 54 años, si bien se han registrado en edad ya avanzada sólo a mujeres y ninguna menor de 45, hecho que sí se da en el caso de los hombres. Son oriundos de la comarca objeto de estudio y sólo nos encontramos con un caso de “neorural”, hombre para más señas.

Predomina la relación matrimonial: siempre es así para las mujeres. Solo hemos registrado un hombre soltero y otro divorciado. Por regla general estos empresario/as suelen tener una media de dos hijos/as, aunque nos resulta significativo el hecho de que para una misma franja de edad, sobre todo entre 40-45 años, las mujeres ya tienen hijos mayores de edad mientras que no ocurre así en el caso de los hombres. A pesar de que el nº de entrevistas no es lo suficientemente amplia como para sacar generalizables a la zona, parece que las mujeres ponen en marcha la actividad turística una vez han cumplido con sus lealtades familiares.

En cuanto a la formación predominan los estudios primarios, sobre todo entre las mujeres, seguidos muy de cerca por estudios medios, donde nuevamente los hombres superan a las mujeres. Con estudios superiores solo tenemos el caso de 1 hombre.

		Edad franja			Estado Civil			Hijos menores		Procedencia		Nivel Formación		
		35/45	45/55	55/65	S	C	D	Si	No	Rural	Neo	Básico	FP/ BUP	Dp/Lc
Sexo	M(7)	-	5	2		8		3	5	7		5	2	
	H(5)	2	3	-	1	2	1	4		4	1	1	3	1
Total		2	8	2	1	10	1	6	5	11	1	6	5	1

b) Datos empresariales

En primer lugar se observa que en años de funcionamiento, mujer y hombre se igualan, pero parece que cada vez son menos los hombres que deciden figurar en los alojamientos creados en la última década, dato que por otra parte, parece confirmar el mayor número de mujeres titulares registradas.

En cuanto a los recursos financieros, la mayoría de estos emprendedores ha contado, además de con recursos propios, con préstamos de entidades financieras y con subvenciones de los grupos LEADER que se encuentran en la zona, ASOPIVA (Pinares-Urbión) y AGALSA (Sierra de la Demanda). Sin embargo, parece que las mujeres han debido de endeudarse más y/o solicitar ayudas públicas para el inicio de actividad lo que no hace sino visibilizar la creciente participación de las mujeres en el trabajo asalariado y responder de forma activa a los nuevos yacimientos de empleo en el contexto de diversificación del mundo rural, fundamentalmente relacionados con Turismo Rural.⁴

⁴ Un estudio del MARM sobre la participación de las mujeres en la aplicación de los fondos LEADER y PRODER pone de manifiesto cómo el Turismo Rural (medida B3) suponen el 66% de las inversiones y un 40% en cuanto al número de proyectos presentados. El Turismo Rural es así el sector protagonista en el emprendimiento de las mujeres rurales.

La razón principal para tomar la decisión de comenzar la actividad turística es la del autoempleo dentro del medio rural en el que residen tanto hombres como mujeres, que coinciden por tanto en las motivaciones para emprender, en algunos casos reforzado por contar con negocios familiares relacionados bien con la hostelería (hoteles, bares, mesones) bien con el sector comercio. Pocos son los casos de negocios familiares relacionados con el sector primario, lo que demuestra asimismo la pérdida del carácter tractor en las economías rurales actuales.

Los ingresos no son suficientes como para mantener únicamente esa actividad en el seno familiar. Sobre todo en el caso de las Casas, ya sean de Alquiler Completo o de Alojamiento Compartido, los ingresos que proporcionan son un complemento a los ingresos del hogar. Solo podrían considerarse como la fuente de ingresos principal de la familia en aquellos casos en que la estrategia es regentar más de un alojamiento, la oferta del servicio de restauración y en menor grado, por la oferta de actividades turísticas complementarias. Solo en el caso de alojamiento de mayor calidad, sobre todo en Posadas, y algún caso de CTR, ambos cónyuges, da igual la titularidad, viven del sector turístico.

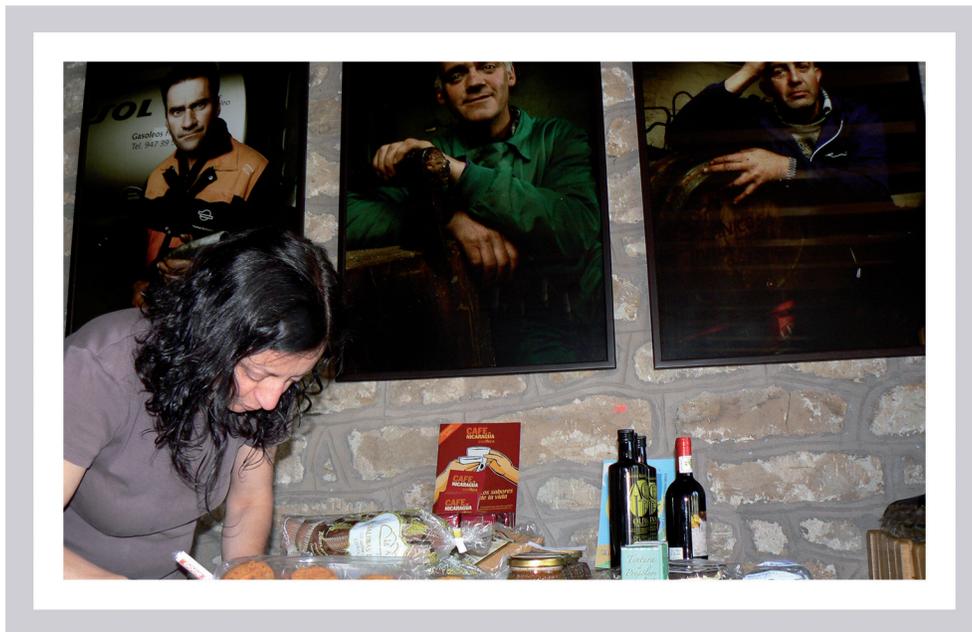
En el resto, los ingresos son complementarios a actividades relacionadas con el sector servicios ejercidas por el cónyuge de forma autónoma y fuera de la actividad turística; solo nos hemos encontrado con el caso de una mujer que regenta una pequeña explotación ganadera.

Este tipo de actividades genera muy poco empleo asalariado, aunque en los casos de los Centros de Turismo Rural y las Posadas suele ser frecuente la contratación de uno o dos empleados, normalmente también mujeres. También cabe destacar la mayor importancia que representa el empleo no remunerado para los negocios de menor tamaño, no importa si es regentado por hombre o mujer. De tal forma que con ello se contrasta lo comentado en el apartado teórico sobre la mayor importancia que representa el trabajo familiar no remunerado en los negocios dirigidos por

mujeres y el menor empleo, sobre todo, remunerado, generados por estos. Lo que sí se constata es que el trabajo de la mujer es clave dentro del sector del turismo rural.

Por regla general, las Casas Rurales, de Alquiler Íntegro o Completa, son gestionados por el/la titular con ayuda familiar (cónyuges, ascendientes o descendientes naturales o políticos) y solo en el caso de CTR y Posadas, sobre todo éstas últimas, tienen personal fijo o discontinuo, a lo sumo 3, en su mayoría mujeres, del pueblo, siendo el contacto personal el medio de reclutamiento.

En la generación de empleo, no cabe hablar por tanto de una diferencia de género, sobre todo las de carácter más reciente y las que tienen que ver con CTR y Posadas. Es más, tanto si son lideradas por hombres como por mujeres, son apoyadas por el cónyuge, de forma remunerada, y sin darse una clara separación de tareas en función de roles tradicionales. La frase más repetida es “los dos hacemos de todo”, y es el carácter de la persona, y no tanto el sexo, lo que determina en última instancia dicho reparto. Solo nos hemos encontrado con un caso en el que el hombre no cocina, “*porque no sabe*”.



En cuanto a estrategias de competitividad turística, quizás por el contexto de crisis, se percibe un mensaje generalizado sobre el tema precio, si bien pocos están dispuestos a bajar sus márgenes. Nuevamente nos encontramos que solo en los casos donde se da una mayor profesionalización, CTR y Posadas, se llevan a cabo políticas de fidelización de clientes.

En todos los casos la competitividad pasa por la atención al cliente, tanto hombres como mujeres nos hablan de trabajar “el detalle en el trato”, el cuidado y limpieza del negocio, y cómo no estar en la red. El entorno o la ubicación también ha sido otro elemento reseñado, sin embargo, no en demasía.

Una parte significativa de estas emprendedoras no ha realizado cursos de formación profesional relacionados con el turismo ni tenían experiencia previa en negocios de este tipo. Casi la totalidad de los y las entrevistados, reconoce el valor de la formación, siendo puntuales los casos en que no han participado en actividad formativa alguna, y argumentando que no es necesario recibir cursos formativos específicos sobre turismo rural, porque consideran que esta actividad es una extensión del trabajo en el hogar. Estos casos se han dado en mujer casada con más de 55 años y hombre soltero entre 50 y 55, casos quizá donde el grado de profesionalización no era el que se espera para la viabilidad futura del turismo en zonas rurales.

Las principales actividades formativas tanto de hombre como mujeres titulares de alojamientos rurales han estado relacionadas con Nuevas Tecnologías, Atención al Cliente y Comercialización. Puntualmente se han formado en Gestión Empresarial, a pesar de llegar a esta actividad sin grandes conocimientos teóricos, aunque sí contaban con experiencia en el sector de restauración.

Dos casos no han llamado la atención: el caso de una mujer de más de 55 años que sí participó en jornadas formativas al inicio de su actividad, hace ya más de 10 años, y que jugó un papel altamente motivador para su elección emprendedora, y el de un hombre, entre 40 y 45 años, cuya experiencia y no su conoci-

miento teórico, ha sido valedora para que impartiera él mismo jornadas formativas en la zona. Aunque en líneas generales sí se ha detectado una mayor predisposición de las mujeres ante la formación continua.



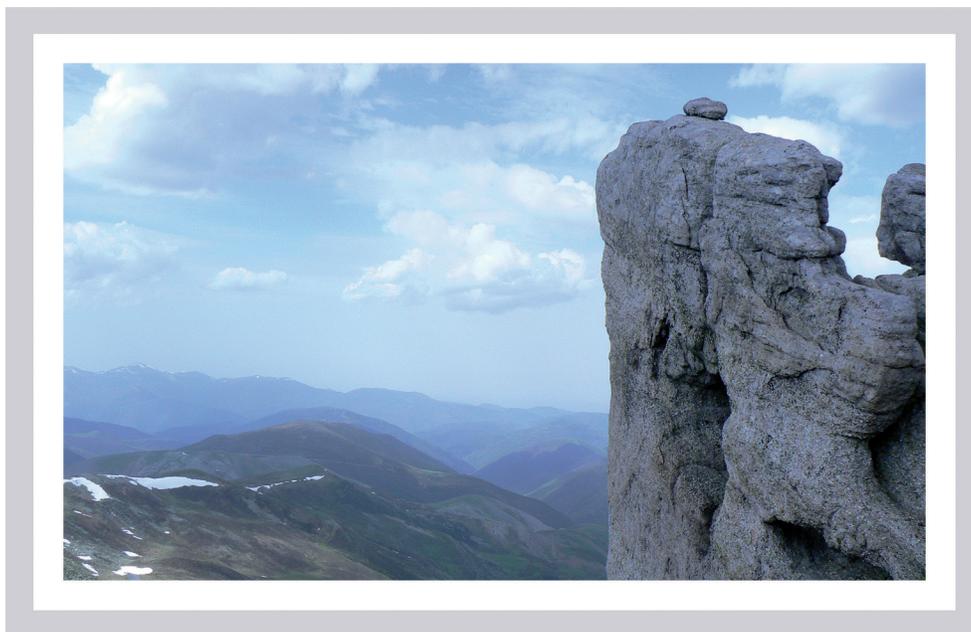
También se concluye que tanto hombres como mujeres ejercen unas relaciones, en mayor o menor grado de formalidad, con el resto de agentes sociales y económicos que participan en el desarrollo turístico de esta comarca rural, lo cual puede incidir en una mejora en la gestión de los alojamientos y del turismo rural, en general.

La viabilidad del sector turístico, nadie lo pone en duda, debe pasar por criterios de calidad, más si cabe en momentos de crisis. El subsector del turismo rural, no escapa a ninguna de estas dos premisas, pues es una actividad productiva susceptible de generar importantes ingresos y que necesita de cierto grado de formación empresarial. Ha de ser un sector profesionalizado, caracterizado por su calidad y por no perder la esencia con la que se originó, esto es, la pervivencia de los modos de vida y del entorno tradicional rural.

Sobre el concepto calidad, ha habido más controversia y sí que nos hemos encontrado con más mujeres que estaban dispuestas a certificarse en temas de calidad. Aunque la mayoría de los hombres no ven en esta línea argumentos de peso que asegure el futuro del sector, hay que advertir que el único caso de certificación registrado es para un alojamiento regentado por un hombre. Igualmente nos ha llamado la atención la frase de una mujer que afirma que “la calidad no se paga”.

Sobre la promoción del patrimonio cultural y natural todos y todas están de acuerdo en su importancia, si bien las estrategias en este punto están mucho más definidas en unos casos que en otros, nuevamente, sin distinción de género.

Finalmente, sobre medidas de protección sobre el entorno, tampoco se han encontrado diferencias de género. Las principales medidas giran en torno al ahorro energético: biomasa, pelex, leña, placas solares. Solo para el caso de una emprendedora hemos anotado medidas con respecto al ahorro de agua.



Los y las emprendedores declaran que los principales problemas a los que se enfrenta el turismo de las zonas rurales se relacionan

con un incremento de la oferta de establecimientos más acelerado que el aumento de turistas, la falta de promoción de ciertas zonas de la región, las dificultades financieras, la estacionalidad, la insuficiencia de infraestructuras municipales y la falta de actividades que complementen la oferta de alojamiento.

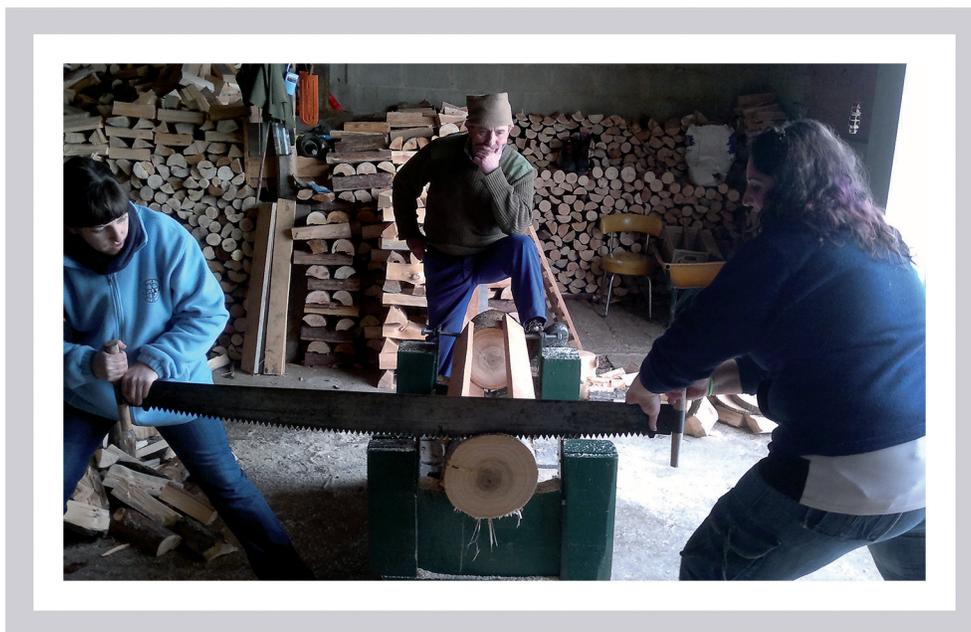
Para finalizar este apartado de calidad, nos gustaría resumir las palabras de un entrevistado que dice que la calidad en el turismo rural se podrá seguir dando siempre que exista la magia de lo rural, que ahí está la clave de la calidad, y que hoy en día, según su opinión, el turismo rural puede prescindir de dicho calificativo.

		Tipología Alojativa				Antigüedad (en años)			Capacidad Inversora		Importancia Ingresos turísticos			Motivaciones emprender		
		CRAC	CRA	CTR	PO	<5	5-10	+10	Propios (+40%)	Ajenos	Único	Ppal.	Compl.	(1)	(2)	(3)
s e x o	M (7)	1	1	3	1	2	2	3	2	4	1	2	3	4	1	1
	H (5)		2	2	2	1	1	3	4	2	2	3	1	2	3	1
Total		1	3	5	3	3	3	6	6	6	3	5	4	6	4	2



c) Mujer y empresa

Muchas de las mujeres rurales que han optado por desarrollar su vida profesional dentro del municipio en el que viven, se han decantado por el autoempleo en actividades que ocupan su jornada a tiempo parcial o permiten una cierta flexibilidad horaria y además no requieren desplazamientos, para así poder atender sus otras tareas, ya sean del ámbito doméstico o productivo. Además, se trata de empleos reconocidos, al contrario de lo que ocurre en el caso de las mujeres que trabajan como ayuda familiar en la explotación agraria, lo que les ha conferido un alto grado de autoestima y cierta independencia económica (García Ramón *et al.*, 1995).



En este sentido, y ante la pregunta sobre la toma de decisiones empresariales, el consenso hombre/mujer suele ser la tónica general, si bien incluso hay más mujeres que deciden por sí solas. También plantean que los problemas de conciliación suelen presentarse de manera indistinta si se trabaja, ya sea por cuenta ajena o propia, e incluso algunas plantean que ésta última opción, precisamente porque pueden atenderlas de forma más directa a

través de este tipo de negocios o porque las redes sociales en el medio rural aún permiten cierta relajación en el trasiego diario de los hijos/as. Lo que no quiere decir que haya habido mujeres, aunque las menos, que hubieran preferido tener menos responsabilidades, habiendo solucionado el tema de la conciliación a través del trasvase del cuidado de los hijos a otras mujeres que han debido contratar.

La gran mayoría piensa así que sí puede conciliar hoy en día, sobre todo lo piensan las mujeres con mayor edad, que no han tenido ni por asomo los servicios a la infancia con lo que hoy, de momento, se cuenta. Y también lo afirman aquéllas con menor edad, en tanto que perciben que los maridos hoy en día “les ayudan” con las tareas domésticas. En algún caso sólo, rectifican esta expresión por la de “colaboran” en este tipo de cuestiones. Y también parecen confirmarlo los hombres entrevistados, más sensibilizados ante las cuestiones de género. Por destacar alguna opinión de los varones en este tema puede ser la de un emprendedor que preguntado por esta temática nos argumenta “ella sí dice que tiene problemas de conciliación”.

Sobre este epígrafe, ya se ha comentado líneas más arriba, que quizás no se detectan problemas de conciliación bien porque las emprendedoras ya tienen hijos mayores de edad, bien porque haya mujeres que nos son conscientes de que están ejerciendo la doble jornada como algo natural.

Coherentemente con estas respuestas, piensan todos los encuestados/as que las mujeres y los hombres poseen idénticas características para resolver cuestiones empresariales relacionadas con el sector, tanto las relacionadas con sus políticas internas –relacionadas con los empleados y gestión- con las externas –trato con clientes o proveedores-. De nuevo, es el carácter personal el que marca la tendencia.

Sin embargo, sí se dan mayores dudas, de nuevo entre hombres y mujeres, más entre éstas últimas, al plantearles la relación entre menor tamaño de los negocios y propiedad femenina, ya que

aunque parten de la base que no debería existir, si piensan que pueda darse en la realidad. Incluso cabe resaltar la postura de un hombre que reconoce, que aunque él ha llevado su negocio con ayuda familiar, sobre todo femenina, esta ayuda puede no darse en el caso de las emprendedoras, que según el entrevistado, pueden incluso verse sometidas a opiniones en contra de su elección empresarial. Y por último, ya en relación con el tejido asociativo femenino, se reconoce la labor del sector pero no hay una vinculación directa con dichas asociaciones, pues las existentes, opinan, sólo realizan actividades poco afines a la actividad empresarial.



Con todo ello, vemos como la presencia de las mujeres en los emprendimientos turísticos en la zona objeto de estudio permite confirmar su contribución al desarrollo del sector en las áreas rurales, que las características de este emprendimiento reproducen el comportamiento de su capacidad de agencia al parecer, más limitado que en el casos de los hombres, y que por tanto, no se está aprovechando todo el potencial que podría llegar a desarrollar si las mujeres contasen con más medidas de acción positiva,

más si cabe en los espacios rurales, donde las dificultades para las mujeres se suponen aún mayores.

No queremos dejar de apuntar algo, por lo que además justificamos una mayor atención a los emprendimientos en turismo rural por parte de las mujeres: su mayor predisposición a la formación y atención a conceptos sobre calidad, factores ya apuntados como claves para el futuro de este tipo de Turismo. Sólo falta que las Tecnologías de la Información aporten el resto a esta Industria de “creación de emociones”.

CONCLUSIONES

El acercamiento a este tema puede hacernos ver que la relación entre turismo y género, a pesar de un mensaje difícil de comunicar, mantiene un hilo conductor: están condenados a entenderse a pesar del difícil equilibrio en que se sostienen las estrategias de intervención para el desarrollo de territorios con aptitudes turísticas y con buenas actitudes del recurso humano.

La creación de microemprendimientos turísticos en zonas rurales tienen efectos positivos y multiplicadores en las economías locales y con impactos en la situación de la mujer. No hay suficiencia empírica suficiente que demuestren la controversia en torno a este empoderamiento de la mujer a través del turismo o supone una fórmula de subordinación de género. Si los hay, no son los suficientemente comunicados.

Por ello, deberían ser más abundantes los estudios y diagnósticos de género, cuyos resultados animen a las partes implicadas todas aquellas medidas complementarias que lleven a una equidad de género real.

El discurso político debe adaptarse a las realidades, a cualquier escala, capaz de atender a los retos que los procesos espaciales y humanos plantean en estas nuevas reglas de juego económico. No se debe tratar el tema como una nueva moda,

pues ello nos llevaría más que a una nueva marginalidad social y económica en el largo plazo, a una innovación sin sustento.

La creación y fomento de Redes de Mujeres Profesionales del Turismo atendidas por el ente oportuno sería un factor estratégico permitiría la transferencia de técnicas, metodologías y resultados y activaría, bajo el enfoque de género, el verdadero potencial de este sector.

Insertos en la globalización, es necesario que se innove y se conozca la diversidad en sentido amplio. La profesionalización de la mujer, cooperación público y privada, y sostenibilidad turística son puntos en los que tanto responsables de turismo como de mujer a nivel internacional, coinciden, como retos para un empoderamiento de las mujeres a través del turismo.

REFERENCIAS

- ALARIOS TRIGUEROS, M. (coord.,) (2004) *Las mujeres en el medio rural de Castilla y León*, en Consejo Económico y Social de Castilla y León.
- CÁNOVES VALIENTE G., y VILLARINO, M. (2000): Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo, en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37: pp. 51-77.
- GARCÍA RAMON, M^a D. et al. (1995): Trabajo de la Mujer, Turismo Rural y Percepción del Entorno: una comparación entre Cataluña y Galicia. En: *Revista Agricultura y Sociedad* n^o 75, pp. 115-552.
- GARCÍA SANZ, B. (2004): *La mujer rural en los procesos de desarrollo de los pueblos*. En: *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales MTAS*, n^o 55, pp. 107-120.
- MARM (2009): Tendencias del Turismo Rural. En *Análisis y Prospectiva*. Serie Agroinfo. n^o 14.