

LA PROMOCIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO RURAL: UN SECTOR DESCONOCIDO. ESTUDIO DE LA SITUACIÓN EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Introducción

El informe en el que se basa este trabajo, *Situación Actual y Líneas Estratégicas para el Desarrollo del Turismo Rural en la Provincia de Córdoba* (IESA, EC-0408), en realidad tuvo en origen una finalidad bien distinta, a saber: indagar sobre nuevos sectores emergentes para el desarrollo rural local en la provincia de Córdoba, si bien, en sus primeras fases nos vimos en la necesidad de concretar el objeto de análisis al ámbito exclusivo del turismo rural, puesto que pudimos observar que en otras áreas como el deporte y el medio ambiente se habían acumulado pocas experiencias en este sentido. Por determinadas circunstancias en las que no merece entrar aquí, este informe nunca se llegó a presentar, a pesar del enorme trabajo empírico desarrollado y las importantes evidencias que se desprendieron de él.

En esta comunicación no se van a exponer todos los resultados de este estudio, puesto que no hay oportunidad para ello en tan corto espacio de tiempo. Por lo tanto, simplemente nos limitaremos a exponer y analizar algunas de las evidencias que se alcanzaron, por pensar entre otras cosas que pueden ser de gran utilidad para seguir avanzando en el conocimiento del turismo rural, sirviendo éste además para prever algunos de los errores cometidos en la dirección tomada en el pasado en su promoción y gestión en Andalucía.

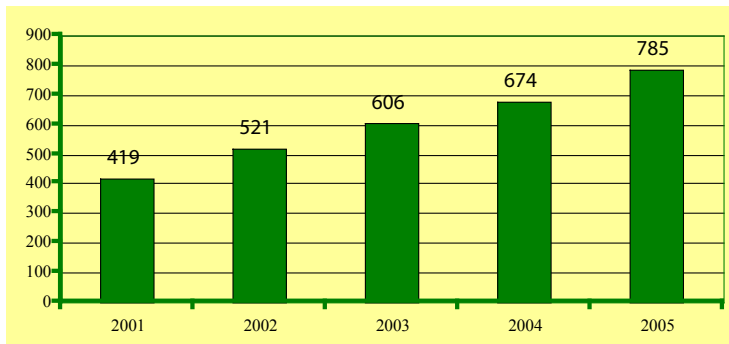
Pero antes de ello, tratemos de revisar lo más escuetamente posible cuál ha sido el trayecto recorrido en la normalización de este tipo de turismo en Andalucía.

La promoción del turismo rural en Andalucía: una breve reconstrucción

El turismo rural ha adquirido una enorme importancia en Andalucía en la última década y media. Para constatarlo, basta resaltar los principales indicadores obtenidos a través de instrumentos de referencia como la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (EOTR) del Instituto Nacional de Estadística (INE), o el Registro de Alojamientos Turísticos (RAT) de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía. Ambos se tratan de instrumentos de referencia indudable, a pesar de que padecen ciertas debilidades que deberían superarse en el futuro para conocer mejor la incidencia de esta forma de turismo. Sea como fuere, los indicadores que a

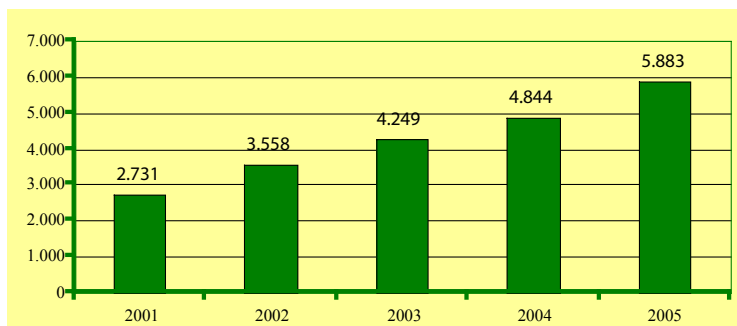
partir de estos instrumentos de medida se obtienen nos permiten constatar el aumento tanto de la oferta como de la demanda de turismo en Andalucía entre 2001 y 2005 (ver gráficos 1 a 4).

GRÁFICO 1. Establecimientos de Turismo Rural en Andalucía (2001-2005)



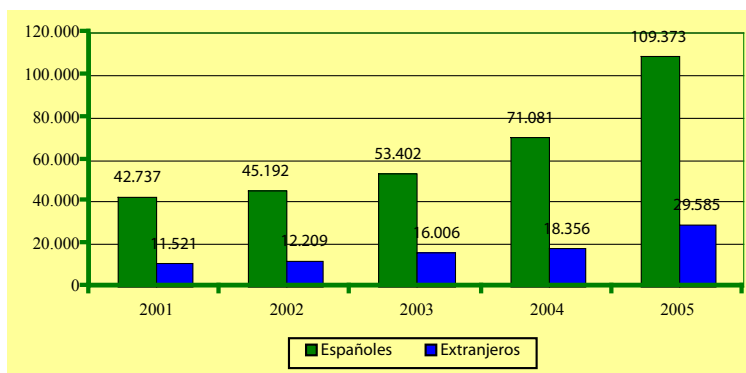
FUENTE: Registro de Alojamientos Turísticos, Junta de Andalucía (2006)

GRÁFICO 2. Plazas en establecimientos de Turismo Rural en Andalucía (2001-2005)



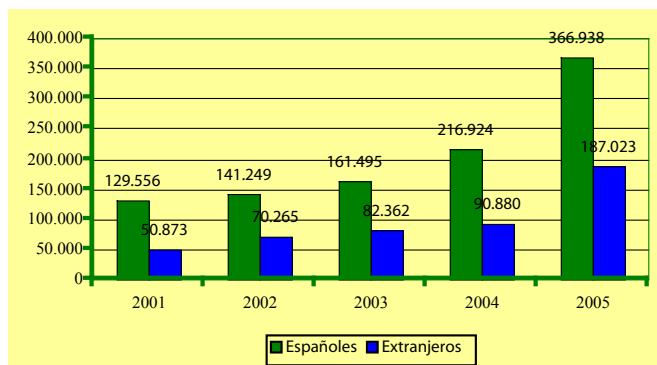
FUENTE: Registro de Alojamientos Turísticos, Junta de Andalucía (2006)

GRÁFICO 3. Viajeros en Alojamientos de Turismo Rural en Andalucía (2001-2006)



FUENTE: Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (2006)

GRÁFICO 4. Pernoctaciones en Alojamientos de Turismo Rural en Andalucía (2001-2005)



FUENTE: Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (2006)

Esta importancia adquirida por el turismo rural en la actualidad se explica básicamente por dos factores:

1) En primer lugar, por **el proceso de modernización de la agricultura y la reestructuración del espacio rural**. El primero consistió en la implantación de tecnologías y estrategias de mayor rendimiento en el sector agrícola, dando lugar ello a un progresivo abandono de las zonas rurales y a una pérdida de empleo en el sector agrario. Como consecuencia de este proceso de modernización, que había provocado claros desajustes territoriales campo-ciudad y que había alcanzado el tope a su expansión entre los años setenta y ochenta —dado que la OMC presionaba a los países europeos para reducir su producción y sus aranceles, con el fin de favorecer la introducción de los productos agroalimentarios procedentes de otros países—, se llevó a cabo una nueva configuración del espacio rural, a través de las políticas de desarrollo rural local, para poner en valor nuevamente este espacio, mediante acciones dirigidas a favorecer la diversificación de las economías locales, la puesta en valor del patrimonio natural y cultural y la estabilización de la población residente en las zonas rurales. Así, según las circunstancias histórico-económicas en uno u otro momento, se ha promocionado la modernización del campo y, con ella, el abandono de las zonas rurales, o bien se han puesto en valor estas zonas con distintas políticas y acciones encaminadas a ello, entre las que se encuentran la promoción del turismo rural.

2) En segundo lugar, el otro gran factor es el propio **cambio cultural** experimentado en la sociedad andaluza. Dicho cambio ha dado lugar igualmente a una doble percepción sobre este espacio y las actividades que en él se desarrollan. Durante el proceso de instauración del paradigma de la modernidad, tuvo lugar la emergencia de representaciones sociales con una cierta carga despectiva hacia estos espacios y las poblaciones que en ellos residían, siendo considerados hasta muy recientemente —con cierto desprecio— como zonas atrasadas. Sin embargo, como resultado de las consecuencias de la modernidad¹³⁵, el espacio rural y natural adquirió un nuevo sentido

135. En las que no entraremos aquí, remitiendo al lector a las obras de referencia en este sentido de Bell (1989), Beck (1998), Beck, Giddens y Lash (1997) y Giddens (1999).

en el imaginario simbólico de las sociedades modernas avanzadas, convirtiéndose en un espacio de recreo y ocio, de reencuentro existencial, favorable para el desarrollo de nuevas actividades económicas y vínculos sociales. Evidentemente, esto también influyó en la expansión del turismo rural en los países occidentales.

Con lo cual, ambos factores han tenido un peso importante en el creciente interés hacia el turismo rural, manifiesto en Andalucía (y, en realidad, en la mayoría de las comunidades autónomas) durante la última década y media. Obviamente, detrás de estos dos importantes factores hay otros aspectos que han jugado un papel decisivo en la difusión del turismo rural, como el desarrollo de las nuevas tecnologías, la mejora en las vías y los medios de comunicación con los pueblos y las zonas más aisladas, el incremento en el nivel de las rentas de la población, la reducción de la jornada laboral y el aumento del tiempo libre, etc., si bien, en todo caso, éstos son secundarios a los anteriores.

¿Cuáles han sido los hitos más relevantes para la difusión del turismo rural, en el contexto en que han tenido lugar ambos factores?

En algunos países del centro y el norte de Europa, como Francia e Inglaterra, la práctica del turismo rural se remonta al siglo XVIII. En esta época, se experimentaba en estos países un importante proceso de urbanización, ligado a su vez a otro proceso, el de industrialización, que provocaba un grave deterioro del medio ambiente de las ciudades. Por esa razón, los burgueses acaudalados e ilustrados sentían la necesidad de huir de las ciudades, que en aquel momento comenzaron a resultar asfixiantes y pestilentes, para desplazarse periódicamente a las zonas rurales de los Alpes, en el caso de Francia, y del interior insular, en el caso de Inglaterra. Se pusieron de moda las «*residencias campestres*» y los «*balnearios*», donde acudían en vacaciones desde los principales núcleos urbanizados (MoscOSO, 2003: 92 y ss.). No obstante esta temprana atracción por el disfrute ocioso del espacio rural, por parte de la clase burguesa e ilustrada, lo cierto es que en la mayoría de los países europeos este tipo de práctica turística, entendida como tal, no comienza a extenderse hasta la segunda mitad del siglo XX, tras la Segunda Guerra Mundial. En este momento se pondrían en marcha numerosas experiencias en Alemania, Bélgica, Grecia, Holanda, Dinamarca, Luxemburgo, Italia y España, entre los años sesenta y setenta (Fuentes García y García Mesa, 1996).

En el caso de España, es sobradamente conocido el Programa de Vacaciones en «Casas de Labranza», que puso en marcha la Agencia de Extensión Agraria, con el concurso del Ministerio de Información y Turismo, en el año 1968, imitando así las experiencias más exitosas de otros países europeos. Este programa consistía en la concesión de una serie de créditos a propietarios de casas rurales con rasgos arquitectónicos tradicionales (cortijos, masías, caseríos, hórreos, casas de payés, villas, albergues...), con la contrapartida de que los propietarios beneficiarios ponían su casa a disposición de los turistas durante un tiempo determinado. Según datos de la Memoria del Servicio de Extensión Agraria, presentados por V. Bote (1988:93), «*a finales de 1976 el programa se distribuía por 446 pueblos y había incorporado 9.250 viviendas, con una oferta de 21.234 habitaciones y 34.220 plazas*».

Sin embargo, ciertas deficiencias y limitaciones de este programa (escaso control de las subvenciones, poca agilidad en la concesión de éstas, ausencia de ordenación de los alojamientos rurales, escasa publicidad de los mismos, etc.), así como el cambio experimentado en las motivaciones que movían a los nuevos turistas que se desplazaban al espacio rural (los cuales deseaban realizar otras actividades de esparcimiento y recreación), motivó que entre 1984 y 1985, la Secretaría General de Turismo se planteara promocionar y comercializar este tipo de turismo mediante actividades complementarias a la estancia en alojamientos rurales, de carácter deportivo, cultural y medioambiental. Para ello, publicó dos convocatorias (en los años referidos) de concurso público de subvenciones a fondo perdido para la promoción y comercialización del turismo rural, que fueron destinadas en su mayor parte a Asturias, Aragón y Extremadura (Concurso de Subvenciones a Fondo Perdido para la Promoción y Comercialización del Turismo Rural, Órdenes de 19/7/84 y 8/6/85). A través de distintas asociaciones, sociedades, cooperativas y agrupaciones empresariales (el Centro de Iniciativas Turísticas de la Sierra de Gudar y del Bajo Maestrazgo, Veratur, S.A. y la Sociedad de Desarrollo Integral de Taramundi, en 1984, y la Sociedad Pañamellera, S.A., Turaltur, S.A. y Veratur, S.A., en 1985), la Secretaría de Estado de Turismo favoreció la iniciativa en las distintas regiones españolas, si bien tuvo un escaso efecto demostrativo y multiplicador.

Desde este momento, en tanto que esta iniciativa no se volvió a repetir, la promoción del turismo rural en España estaría protagonizada por la propia iniciativa de las Comunidades Autónomas, destacando el esfuerzo emprendido por algunas de ellas (Asturias, Extremadura y Aragón), que pondrían en marcha diversos proyectos piloto de planificación para la conservación y el desarrollo de los recursos turísticos, en colaboración con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), a saber: el del Consejo de Taramundi (1984-1985), la Comarca de la Vera (1984-1985) y el Maestrazgo Turolense (1987-1988). A estos primeros proyectos piloto le continuaron otra serie de iniciativas similares en Andalucía, como la puesta en marcha del proyecto de "villas turísticas"; el País Vasco, como por ejemplo la rehabilitación de caseríos; la Sierra Pobre en la Comunidad Autónoma de Madrid, a través de la promoción de infraestructuras y actividades turísticas en dos municipios especialmente desfavorecidos, Garganta de los Montes y Canencia de la Sierra; o el desarrollo del turismo rural en Cataluña, a través de la puesta en valor de las residencias casas de payés.

En el caso concreto de Andalucía, la Junta de Andalucía pondría en marcha en 1987 el Plan de Desarrollo Integral del Turismo Rural (PRODINTUR), que se caracterizaría por una selección de territorios andaluces con un gran valor paisajístico (tanto por el espacio natural de su entorno, cuanto por el embellecimiento de sus pueblos), en los que llevaría a cabo un conjunto de acciones en materia de dotación de infraestructuras y promoción del turismo rural. Para ello, se desarrolló en los lugares seleccionados un amplio estudio de viabilidad de proyectos, de acuerdo con los recursos existentes y la valoración de los profesionales y la población en general. Entre las acciones que se propusieron a partir de estos estudios, destaca la creación de las citadas "villas turísticas" en las ocho provincias andaluzas. Los territorios en los que se aplicó el plan fueron Alpujarra, Axarquía, Grazalema, Subbética Cordobesa, Sierra Norte de Sevilla, Sierra de Aracena y Cazorla, Segura y Las Villas (Marchena y Velasco, 1996:166).

Los pueblos en los que se crearon las Villas Turísticas fueron, respectivamente, Bujón (Granada) y Laujar de Andarax (Almería), Periana (Málaga), Grazalema (Cádiz), Priego de Córdoba (Córdoba), Cazalla de la Sierra (Sevilla), Fuenteheridos (Huelva) y Cazorla (Jaén). El tipo de alojamiento turístico se parecía parcialmente a la “*village de vacances*” de Francia, una serie de alojamientos concentrados en varios edificios, con servicios propios de restauración y con equipamientos recreativos y deportivos colectivos reservados a sus clientes. La única diferencia existente entre ambos tipos de alojamiento turístico es que, mientras en España no se incluía oferta de actividades recreativas, deportivas y de animación, en el modelo francés sí que se incluyen estos servicios. Esta desventaja intentaría solventarla la Administración andaluza mediante el impulso de una oferta más o menos organizada de acciones y actividades complementarias en las mismas comarcas beneficiarias del PRODINTUR.

Con esa intención, una de las primeras iniciativas sólidas que se plantearon fue el diseño de un plan para dar respuesta a las necesidades de planificación y coordinación de las actividades turísticas desarrolladas en el espacio rural, si bien este plan llegaría muchos años después. El plan, que se denominaría Plan SENDA (Desarrollo de un Sistema Turístico Sostenible y Competitivo Integrado en el Espacio Rural Andaluz) (febrero, 1999) intentaba dar respuesta al incremento de la actividad turística en el espacio rural andaluz, para lo cual era necesario realizar un esfuerzo de coordinación, tanto en el ámbito competencial de las distintas Administraciones (autonómica, central y locales), como entre los empresarios y demás actores del sector. En el diagnóstico del avance de dicho plan ya se denunciaba el problema de la calidad en las instalaciones y los servicios, la estacionalidad, la deficiente comercialización, la desarticulación del sector y la descoordinación administrativa. En base a esta realidad, el Plan se proponía cuatro objetivos¹³⁶.

El diseño de este plan, que en principio fue bien recibido, pecó quizá de haber limitado su consulta previa a un ámbito muy reducido de investigadores, técnicos y empresarios del sector, a tenor de las numerosas reclamaciones que se formularon sobre su viabilidad en Andalucía. Además, se denunció su carácter poco operativo. En otras palabras, se proponían unas pautas y recomendaciones para la gestión de la actividad turística en el espacio rural, que, si bien parecían acordes con las necesidades percibidas al comienzo, no ofrecían instrumentos oportunos para materializar las iniciativas públicas y privadas al respecto. Quizá por ello, se pretendía consensuar dicho ejercicio a través de una serie de obligaciones impuestas a los beneficiarios de subvenciones de esta naturaleza, por medio de una ley del turismo rural de gran envergadura.

136. 1º. Integrar adecuadamente el turismo en el espacio rural dentro del Sistema Turístico Andaluz. Para ello se buscaría diversificar la actividad y comercializarla como complementariedad en la oferta desarrollada hasta entonces. 2º. Optimizar las posibilidades que las actividades turísticas presentan. 3º. Conformar un subsistema turístico competitivo en el espacio rural, a partir de: La sustentación de una oferta específica, diversificada y de calidad; La capacidad permanente de cambio y adaptación a las orientaciones de la demanda; La incorporación del turismo en el espacio rural de los componentes de innovación; La integración progresiva en las redes o circuitos internacionales de turismo en el espacio rural. 4º. Lograr una síntesis armónica entre desarrollo turístico en el medio rural y conservación del patrimonio natural y cultural de éste.

En ese sentido, en 1995, la Dirección General de Turismo de la Junta de Andalucía aprobó un decreto de Ordenación de los Alojamientos en Casas Rurales Andaluzas (Decreto 94/1995, de 4 de abril). Sin embargo, este ordenamiento tampoco era muy operativo, puesto que no contemplaba las actividades complementarias, exigiendo ello la creación de un marco jurídico de mayor alcance para ordenar la actividad turística en el espacio rural. Dicho marco jurídico se concretaría en el Decreto 20/2002, de 29 de enero, de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo. Este decreto intentaría hacer operativa la potenciación del turismo en el espacio rural, expresada ya con anterioridad en el Plan SENDA, a través de un marco jurídico específico. Tal es así como se indica en dicho decreto: *«tiene como principal objetivo el desarrollo de un sistema turístico sostenible y competitivo en el medio rural andaluz, respetuoso con los valores medioambientales y culturales de Andalucía, que contribuya al logro de una adecuada integración del turismo rural»*. Para ello, el Decreto sobre el Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo establecía 4 títulos entre los que se anunciaban 40 artículos. El título I precisaría el objeto del texto reglamentario, el régimen jurídico de los servicios turísticos regulados, las competencias de la Consejería de Turismo y Deporte sobre la materia y las relaciones interadministrativas. Además, determinaría qué entiende por medio rural a los efectos de la presente norma (*«aquél en el que predominantemente se desarrollan actividades agrícolas, forestales, pesqueras de carácter fluvial y ganaderas»*); es decir, ciñe la condición “rural” a la actividad económica que se desarrolla en un determinado espacio, sin entrar en especificaciones de tipo demográfico, ambiental, cultural, etc.). El título II, “Turismo en el medio rural”, se estructuraría en dos capítulos: el primero regula el alojamiento turístico rural, así como los servicios mínimos y complementarios, y el segundo especifica los requisitos de los distintos tipos de establecimientos turísticos de alojamiento en el medio rural. El título III, “Turismo Activo”, concretaría los requisitos para poder inscribir en el Registro de Turismo de Andalucía (RTA) a las empresas que organicen actividades de turismo activo. Asimismo, se establecen medidas relativas al uso y la labor del fomento administrativo de los senderos y caminos rurales, destacando la coordinación de las Consejerías de Turismo y Deporte y de Medio Ambiente, para promocionar la Red Andaluza de Itinerarios. Por último, el título IV establecería disposiciones comunes, referentes tanto a las obligaciones de las empresas turísticas que presten los servicios regulados en el Decreto, como a su fomento y promoción.

La principal inconsistencia del presente decreto, de acuerdo con las manifestaciones expresadas por la mayor parte de las personas a las que hemos entrevistado en el desarrollo del presente estudio, sobre todo entre los empresarios de actividades deportivas en el medio rural, es el escaso carácter integrado del mismo. Es decir, la mayor preocupación de los informantes en el estudio en el que nos apoyamos aquí (incidimos de nuevo, sobre todo entre aquellos que gestionan empresas de servicios de turismo activo y turismo rural) es el hecho de que no se les haya consultado en el diseño de esta ley, existiendo, por tanto, ciertos artículos incoherentes con la realidad que caracteriza al sector en Andalucía.

Para finalizar el trayecto recorrido sobre los antecedentes y el desarrollo histórico del turismo rural en Andalucía, debemos centrar nuestra atención también en los es-

fuerzas realizados desde la Unión Europea. En efecto, el ente comunitario había dejado manifiesto desde comienzos de los noventa su preocupación e interés por el desarrollo del turismo rural. Prueba de ello es la adopción de un Plan de Medidas Comunitarias para el Fomento del Turismo Rural (Com. 90/438 final), con el objetivo de favorecer «*la creación de productos de turismo rural, cuya comercialización suscite la formación de empresas que los concreten y gestionen*». No obstante la buena intención del ente comunitario, la medida tuvo escasa repercusión, en general, en el ámbito territorial de Andalucía.

Las actuaciones en materia turística que atañen al espacio rural, llevadas a cabo desde el ente comunitario, tienen que ver, a fin de cuentas, con esos cambios ya señalados que experimentaba la agricultura y el mundo rural en los años ochenta¹³⁷, que incidieron sobre la reforma de la Política Agraria Común (la reforma *McSharry* de 1992) y motivaron la búsqueda de un nuevo modelo para el desarrollo del mundo rural en Europa. En este sentido, la Iniciativa Comunitaria LEADER, cuyas siglas significan “Relación de Actividades de Desarrollo de la Economía y la Sociedad Rural”, sí que ejercería un peso mayor en la promoción del turismo rural. Esta iniciativa, que tiene como documento de referencia el informe elaborado por la Comisión Europea «*El Futuro del Mundo Rural*» (Com 88/501 final), responde a la preocupación de la UE por la situación que experimentaba el mundo rural en los años ochenta, en concreto la importante crisis de la agricultura, si bien no era menor su preocupación por la situación de la población rural, caracterizada por un fuerte envejecimiento, un importante éxodo rural-urbano y una grave pérdida de empleo (Fábregas, 2001:74).

En el marco de esta iniciativa, muchas de las acciones emprendidas desde las comarcas beneficiarias —a través de los Grupos de Desarrollo Rural— han tenido, desde sus inicios, relación con el apoyo al turismo rural, cuyo ejercicio se ejecuta al amparo de la medida 3 de la Iniciativa («*Recuperar, proteger y conservar el patrimonio rural y el medio ambiente; y abordar aquellas cuestiones que se traduzcan en la puesta en valor del patrimonio, del paisaje y de los recursos naturales*»). Según un estudio similar al que se desarrolló desde el IESA, pero de carácter nacional (Blanco y Benayas, 1994), en la primera fase del Leader (1991-1994) las acciones de Apoyo al Turismo Rural en las comarcas beneficiarias españolas supuso el 52% del presupuesto total del programa. En total, entre 1991 y 1993 se apoyaron 1.603 proyectos de turismo rural. En esta primera fase, a Andalucía le correspondían casi una quinta parte de esos proyectos (308 en total), que significaba el 39,61% de su presupuesto, y que se distribuyeron principalmente entre Las Alpujarras (87 proyectos), Axarquía (82), Subbéticas Cordobesas (40), Serranía de Ronda (38) y Sierra de Cádiz (31). La mayor parte de estos proyectos estuvo referida a acciones de alojamientos rurales (campings, zonas de acampada en parajes naturales, casas rurales, hoteles, hostales y pensiones, albergues y refugios de montaña, granjas-escuela, balnearios, apartamentos, complejos turísticos, etc.) y restauración, promoción de

137. En cualquier caso, si se desea profundizar más sobre esta cuestión recomendamos la lectura de E. Moyano, “La política agraria en el proceso de integración europea”, publicada en la *Revista de Fomento Social* en 1998.

actividades de oferta complementaria (áreas de esparcimiento y ocio, diseño, acondicionamiento y señalización de rutas, oferta naturalística, oferta deportiva, oferta cultural, actividades de educación ambiental, etc.) y planificación y gestión turística (inventarios de recursos culturales, creación de vídeos, guías, folletos, organización de ferias, oferta turística, creación de centrales de reserva, redes turísticas, planes de mercadeo, etc.).

En la segunda fase del Leader (1995-1999), en contra de lo ocurrido en esta primera fase, se registró un menor apoyo desde la iniciativa comunitaria al turismo rural, al suponer éste en torno al 29% del presupuesto total de la iniciativa en toda España. Aún así, el turismo rural fue también en este período la medida más representativa, en términos de apoyo recibido por parte del Leader, junto a las acciones de “pequeñas empresas, artesanía y servicios”, que conllevaron el 25% del presupuesto.

Así, Andalucía fue desde el comienzo de esta iniciativa una de las regiones beneficiarias, estando comprendida dentro de las zonas Objetivo 1, lo que afectó a 9 comarcas de todas las provincias andaluzas durante el Leader I (Alpujarras, Axarquía, La Loma, Río Tinto, Serranía de Ronda, Sierra de Cádiz, Sierra Norte de Sevilla, Sierra Sur de Sevilla y Subbéticas Cordobesas) y a 50 comarcas en las fases posteriores, es decir, a partir de 1995.

Con todo, como hemos podido constatar, la Iniciativa Comunitaria Leader, junto al concurso de otras actuaciones paralelas en materia de desarrollo rural, han ayudado de manera considerable a potenciar el desarrollo de otras actividades económicas en el territorio andaluz, entre las cuales destaca especialmente el turismo rural. Por tanto, ésta, junto al resto de las actuaciones públicas en materia turística (independientemente de su relación más o menos directa con el turismo rural) que hemos podido analizar a lo largo de este punto, constituyen los motores básicos del desarrollo histórico del turismo rural en Andalucía.

Opinión pública y turismo rural en la provincia de Córdoba

En este apartado hemos recogido algunos de los resultados del programa de entrevistas realizadas durante el desarrollo de la fase cualitativa de la investigación. Esta parte se concreta, a su vez, en tres sesiones. En la primera se analizan las opiniones y creencias que comparten los entrevistados sobre el turismo rural, es decir, qué entienden éstos por turismo rural, y de qué manera influye tal concepción a la hora de percibir las oportunidades de su desarrollo en el territorio. En la segunda sección se examinan las opiniones y valoraciones de la población respecto a la situación general del turismo rural en la provincia de Córdoba, aproximándonos a las cuestiones sobre este tema que más preocupan a las personas entrevistadas. Y, en la tercera sección, se analizan sus opiniones sobre los aspectos relacionados con la planificación y gestión de la actividad turística, en general, y del turismo rural, en particular, en la provincia de Córdoba. Dentro de esta última sección nos interesa especialmente conocer las opiniones que tienen que ver con los recursos para el desarrollo de la actividad turística en los municipios y comarcas cordobesas.

Opiniones y creencias sobre el turismo rural

El estudio en el que nos apoyamos pone en evidencia la existencia de una idea poco definida de lo que se entiende por turismo rural. En efecto, en este estudio pudimos comprobar que coexisten diversas concepciones sobre el significado de las actividades que se desarrollan en el ámbito del turismo rural. Es cierto que las personas entrevistadas muestran conocimientos más o menos fragmentarios sobre lo que es el turismo rural, pero la mayoría no tiene una idea precisa sobre esta forma de turismo. La mayoría de las personas que entrevistamos, al referirse al turismo rural, tendían a responder con opiniones y valoraciones sobre alojamientos rurales, mientras que sólo una minoría añadía opiniones sobre oferta complementaria, paisaje y recursos patrimoniales u ocio y recreación. Puede decirse que, si bien los entrevistados no tienen una noción clara y completa del significado de esta actividad, sí intuyen los rasgos que distinguen al turismo rural de otras actividades turísticas. En todo caso, cabe pensar que la diversidad de opiniones se corresponde con las múltiples formas de practicar hoy el turismo rural, formas que varían en función de los caracteres propios del territorio (puede tratarse de una zona que destaque por el espacio natural protegido, o bien por el patrimonio cultural, o por las actividades recreativas) y también de los valores extendidos entre su población. No obstante, a pesar de la naturaleza poco definida del turismo rural, a tenor de las opiniones vertidas por los informantes, existe algo que permite distinguirlo de cualquier otra actividad turística y eso es su relación con los espacios naturales, su integración con el medio ambiente y su vocación de distanciarse del turismo convencional.

Las percepciones y valoraciones que se comparten sobre el turismo rural se encuentran determinadas por elementos de tipo socioeconómico y por las funciones sociales que desempeña entre los distintos actores. Cuando se le consulta a la población entrevistada —informantes cualificados— sobre si creen que deba desarrollarse el turismo rural en cualquier lugar, prácticamente la totalidad de los entrevistados respondía afirmativamente, aludiendo al hecho de que todos los lugares tienen algo singular que mostrar y que siempre va a haber gente interesada en conocerlos. Sin embargo, se detectan diferentes concepciones de acuerdo con la posición social de cada entrevistado y también en función de los caracteres propios del territorio y los valores predominantes entre su población. Dicha diversidad de concepciones acerca del turismo rural, que se pueden extraer de los discursos de las entrevistas, se materializa en un mapa trazado también por distintas orientaciones ante su desarrollo. En general, existen cuatro posiciones claras que dan forma a este mapa.

1) *Postura de indiferencia*. Se da, sobre todo, en los sectores de la población más envejecidos, con bajos niveles de instrucción, residentes en pueblos pequeños y aislados y que se ocupan en actividades tradicionales.

2) *Postura de empatía*. Es la de aquellos que, manteniéndose al margen de cualquier vinculación económica o política con el turismo rural, perciben y, en consecuencia, valoran (positiva o negativamente) las consecuencias derivadas del desarrollo de esta actividad. El grupo que conforma esta posición estaría representado por un perfil similar al de la posición anterior, si bien con una diferencia substancial, que es la presencia de población joven.

3) *Postura contraria*. Se caracterizaría por entender el turismo rural como una moda que genera efectos negativos, orientación que está conformada por un grupo más heterogéneo de personas, algunas de las cuales mantienen el mismo perfil de las posiciones anteriores (en su mayor parte agricultores y ganaderos que sienten en peligro su estatus y el desarrollo normal de su actividad), mientras que otras personas presentan un perfil diferente (profesionales liberales o grandes propietarios de tierras, con niveles medios y altos de instrucción, residentes en municipios de tamaño medio o la capital de la provincia y ocupados en los sectores primario y terciario).

4) *Postura instrumental*. Incluye al grupo de personas que perciben el turismo rural en términos de instrumento de desarrollo económico y social. Nos referimos a la mayoría de los empresarios y profesionales de pequeños y medianos municipios que desarrollan actividades relacionadas, directa e indirectamente, con el sector turístico (artesanos, hosteleros, guías de turismo, gerentes de Centros de Iniciativas Turísticas, etc.), y que ven en el turismo un nuevo yacimiento de empleo y un motor de rentas.

Los informantes presentan una percepción dividida ante las oportunidades reales para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Córdoba. De acuerdo con lo anterior, se observan también distintas posiciones ante las oportunidades que el desarrollo del turismo rural ofrece en esta provincia. En un lado se encuentra *un grupo de personas que se manifiesta con escepticismo*. En este grupo, conformado mayormente por personas con bajos niveles de instrucción, con edades mayores y ocupadas en actividades tradicionales, no se aprecia en modo alguno el valor funcional que los recursos (naturales, culturales, recreativos, etc.) del territorio les ofrece más allá del que han tenido tradicionalmente (la explotación de la tierra para la agricultura, la ganadería, la apicultura, etc., así como la elaboración de productos de transformación que se han generado a partir de esas actividades). También está conformado este grupo por otras personas con perfiles diferentes (con mayor nivel de instrucción, edades intermedias y ocupados en profesiones liberales) que tienen una idea muy estrecha de lo que significa el turismo rural. Son personas que, al pensar en este tipo de turismo, tienen la imagen asociada a este turismo de los espacios verdes del parque natural de Cazorla, Segura y Las Villas, Pirineos o Picos de Europa, y no conciben un paisaje de olivar o viñedo, de dehesa o serranía, como un espacio apto para el desarrollo del turismo rural.

En otro lado se sitúa *un grupo más optimista* con respecto a las oportunidades que ofrece la provincia de Córdoba para el desarrollo del turismo rural. Este grupo está comprendido, en su mayor parte, por empresarios y políticos locales y por personas en general jóvenes, con espíritu emprendedor, que no desean ocuparse en las duras labores en que han tenido que trabajar sus padres y abuelos en el pasado, ni tampoco muestran interés por marcharse de sus pueblos de origen. En esta posición influye, de manera fundamental, la situación geográfica, sociodemográfica y económica de los pueblos en los que se encuentra la población. Así, en los municipios próximos a los espacios naturales protegidos u otro tipo de recursos naturales y patrimoniales en general (arquitectónicos, históricos, gastronómicos, folklóricos, etc.) con gran potencialidad para el desarrollo de actividades terciarias, en los que además existe una considerable proporción de población joven y se ha consolidado una cultura emprendedora, se da

una posición más optimista ante el desarrollo del turismo rural. A su vez, también incide el propio proceso de desarrollo de actividades de tipo turístico experimentado hasta el momento. Con todo, estaríamos hablando, fundamentalmente, de los municipios que se encuentran en el entorno de la Subbética Cordobesa (Priego de Córdoba, Rute, Zuheros, Cabra, etc.), a lo largo de Sierra Morena (Hornachuelos, Montoro, Cardena, Obejo, Espiel, etc.) y repartidos de manera aislada por toda la provincia (Montilla, Puente Genil, Fuente Obejuna, Hinojosa del Duque, Baena, Almodóvar del Río y Villafra de Córdoba, entre otros).

En fin, como hemos podido dilucidar de los discursos generados en estas entrevistas, las distintas posiciones que se dan respecto a las oportunidades de desarrollo del turismo rural se encuentran ligadas a las diferentes fuerzas simbólicas, a las distintas estructuras de valores (tradicionales, modernos y postmodernos) que entran en juego en un mismo campo, en la arena de un espacio común, que es el espacio rural. Los usos y costumbres tradicionales, ligados a la explotación agrícola y ganadera del campo, se enfrentan ahora a una nueva forma de utilizar los recursos, una forma impuesta por una sociedad urbanizada que requiere momentos y actividades de esparcimiento y ocio fuera de las ciudades. Asimismo, otros se pronuncian en contra de los usos tradicionales y de las modernas tendencias de recreación, alegando al valor esencial del patrimonio natural, que debe ser protegido de todo uso humano. En esta batalla, que gira entre el conflicto y la cooperación, todas las posiciones tienen que ceder terreno para lograr la coexistencia de distintos usos sobre ese espacio común que es el mundo rural. Como vemos, el mundo rural y natural se encuentra expuesto, desde hace unas décadas para acá, a una especie de lucha simbólica por ocupar el espacio.

De ahí que, entre los que presentan una opinión favorable y optimista ante el desarrollo del turismo rural en la provincia de Córdoba, la mayoría se muestre a favor de que se haga desde un enfoque integrado y sostenible. El punto de partida común de esta posición se sintetiza en la idea de “poner en valor” los recursos. Como se ha podido extraer de la reflexión anterior, los recursos siempre tienen un valor. La cuestión es qué valor deseamos otorgarles. En este caso concreto, se trata de un valor económico y sociocultural distinto al que tradicionalmente tenían los recursos en cuestión: los antiguos castillos pierden su valor bélico e institucional en favor de un valor histórico, que en este caso se convierte en motivo de aprendizaje y esparcimiento; las arcaicas iglesias pierden su valor religioso en favor de un valor artístico y arquitectónico; los antiguos cortijos pierden su valor práctico, como almacén para las herramientas de labranza y cobijo para los animales, en favor de un valor sentimental, incluso de carácter exótico, como alojamiento turístico; las fiestas populares, que se encontraban marcadas por los ciclos de la cosecha y los acontecimientos históricos y religiosos, se sienten despojadas de sus antiguas motivaciones (romper con el ritmo cotidiano de la vida, encontrar pareja, celebrar la cosecha, compartir los valores religiosos, etc.), en favor de otras nuevas razones sociales (el retorno de los emigrantes a sus pueblos de origen, la oportunidad de hacer turismo y practicar nuestras aficiones preferidas, descansar, recrearnos,...); el propio campo y el espacio natural en general, pierde su valor económico tradicional, y adquiere un valor pedagógico y naturalista. Como vemos, las nuevas motivaciones, las nuevas preferencias, adquieren un valor económico y sociocultural distinto.

El valor económico y sociocultural que adquieren los recursos naturales y culturales empleados para el desarrollo del turismo rural también varía de acuerdo con los intereses que persiguen los nuevos actores que participan en este proceso. A este respecto, puede hablarse de dos posiciones:

1) *Posición economicista pura*. Existe un grupo al que sólo le interesa beneficiarse económicamente de las nuevas actividades generadas en torno al turismo rural, es decir, su mayor motivación sería el lucro cesante a partir de esta actividad. Lo comprenden los empresarios que se dedican en exclusiva a esta actividad u otras personas que, teniendo ocupaciones distintas, desean generar rentas complementarias.

2) *Posición estructural*. Un segundo grupo, además de esta motivación, encuentra en el desarrollo del turismo rural motivos de mayor alcance, como la cohesión social en el municipio. Este grupo estaría representado, sobre todo, por alcaldes y concejales de pequeños municipios, que, preocupados por la situación de paro e inactividad y por las escasas oportunidades de desarrollo, ven en el turismo un nuevo yacimiento de empleo de gran valor.

3) *Posición económico-estructural*. Un tercer grupo muestra una visión de conjunto más amplia, porque en definitiva la motivación que identifican con el impulso de esta actividad es el desarrollo económico y la dinamización social de los pueblos y las zonas rurales. Esta visión predomina preferentemente entre los gerentes y técnicos de los grupos de desarrollo rural y de las mancomunidades.

Entre estos grupos se comparte, en todo caso, una serie de criterios que deben guiar la instauración de esta nueva actividad económica:

- En primer lugar, ven en el elemento “*territorio*” la clave de toda estrategia a seguir. Consideran que en cada territorio predomina un patrimonio singular, distinto al que se da en otros lugares; que en cada territorio existen unos recursos naturales, paisajísticos, culturales, gastronómicos, agroalimentarios, etc., que le distinguen del resto. Con lo cual, creen que hay que jugar con el elemento “*territorio*”, en el sentido de “*distinción*”, para poner en valor los recursos y, por ende, favorecer el turismo rural. Así, en la Campiña Sur y Este se ofrecerían, como elementos distintivos, el paisaje de olivares y viñedos, los atardeceres que se contemplan en esta zona, las festividades de Semana Santa y las ferias reales, la producción de aceite, vino y carne de membrillo, el trabajo en la alfarería, etc. En la Subbética, los elementos distintivos serían diferentes, más asociados a la Sierra, que ofrece una arquitectura rústica muy singular (de casas blancas), con un gran potencial de actividades recreativas y deportivas, con numerosos yacimientos arqueológicos y edificios históricos, con productos particulares como el anís y el aceite de oliva. En Sierra Morena y Pedroches los elementos distintivos serían otros, asociados a la dehesa y la serranía, a los productos cárnicos, a las construcciones de grandes muros de piedra granítica, a los recursos naturales, al paisaje remoto y a los relajados ritmos de vida del lugar. En el Valle del Guadalquivir el elemento distintivo se concretaría en el valor asociado al agua, al río Guadalquivir, a su historia, a su patrimonio, a las actividades agroalimentarias generadas en torno

a éste y a las oportunidades de ocio que ofrecen los distintos embalses y demás infraestructuras recreativas del lugar.

- En segundo lugar, también ven en el “*enfoque integrado*” un elemento estratégico en el desarrollo del turismo rural. La mayoría de las personas entrevistadas opina que el turismo rural es una actividad económica que lo abarca todo, por lo que debería implicarse en su ordenación el mayor número posible de actores y agentes económicos, políticos y sociales. Desde el punto de vista inter-administrativo y político, entienden que debe haber una cooperación constante entre Junta de Andalucía, Diputación, mancomunidades y ayuntamientos. A su vez, ven necesario el diálogo entre administraciones con competencias en medio ambiente, turismo, comercio y deporte, fomento, agricultura, empleo y desarrollo tecnológico. Desde el punto de vista económico, piensan que debería haber una mayor interlocución entre hosteleros, agricultores y ganaderos, empresarios del sector agroalimentario, asociaciones empresariales y sindicatos, asociaciones deportivas, etc. Desde el punto de vista sociocultural, piensan que estas actividades deben beneficiar al mayor número de sectores de la población y al mayor número de pueblos dentro de cada comarca. Por todas estas razones, los informantes valoran positivamente la creación de organizaciones cuyo fin sea establecer espacios de encuentro y referencias comunes para actuar sobre esta materia, tales como los Centros de Iniciativas Turísticas (CITs), de carácter comarcal, u otras asociaciones empresariales de ámbito provincial y local, como HOSTECOR y CEGESTUR.
- En tercer lugar, identifican en la “*sostenibilidad*” otro elemento de gran importancia para el desarrollo de esta actividad. Comparten que el turismo es una actividad que puede tener efectos muy positivos para el desarrollo de los pueblos y las zonas rurales, pero que también puede incidir negativamente sobre el espacio de diversas maneras, a saber: creando nuevas desigualdades sociales entre los trabajadores de baja cualificación y los empresarios y propietarios de la infraestructura de hostelería; provocando el deterioro de los recursos naturales, al producirse una masificación y un uso desordenado y abusivo, en un sentido amplio, de ese espacio; generando una sobre-urbanización de ciertas zonas, que implicaría un cambio radical en los valores predominantes de los lugares en los que se puede dar, con todos los conflictos culturales que esto conlleva. Por todo ello, valoran positivamente las medidas que se adoptan para garantizar la calidad en los servicios de alojamiento y en la elaboración de productos agroalimentarios y naturales, como la concesión de sellos de calidad por parte de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, la Consejería de Medio Ambiente y otras instituciones públicas y organizaciones privadas. Asimismo, por aquellas razones también se muestran a favor de una regulación responsable del turismo rural, a partir de leyes y normas específicas sobre esta cuestión.

A pesar de compartir estos criterios comunes sobre el desarrollo del turismo rural en nuestra provincia y mostrarse optimistas ante su impulso, los entrevistados se muestran preocupados por el hecho de que la población en general no tiene una noción clara del valor del territorio para el desarrollo de esta actividad. Admiten que no existe en la sociedad local una voluntad por trabajar en equipo —como afirman muchos infor-

mantes, «*cada uno va a su bola*»; se refieren a los ediles de los ayuntamientos y los empresarios—, que no existen líneas de acción común entre consejerías, delegaciones e, incluso, concejalías, es decir, que no existe un desarrollo integrado de este sector. Igualmente, señalan que el enfoque sostenible del desarrollo de esta actividad tampoco es real, ya que está más supeditado a las propias limitaciones impuestas por los PRUG y PORN de los espacios naturales protegidos, que a la voluntad real de los actores o al diálogo mantenido entre las distintas posiciones. Además de estas valoraciones, la mayoría de las personas que se muestran optimistas ante el desarrollo de esta actividad insisten en dejar claro que el turismo rural no es, en modo alguno, una panacea, una solución mágica a los problemas de inmovilismo y la falta de estructuración de las poblaciones rurales, sino que debe ser entendido como una actividad arriesgada, que en todo caso puede ayudar, de forma complementaria a otras actividades, a mejorar la situación del mundo rural.

Opiniones y valoraciones sobre la situación del turismo rural

La mayoría de las personas entrevistadas valoran negativamente la situación del turismo y, en concreto, del turismo rural, en la provincia de Córdoba. Entre las personas entrevistadas (la mayoría de ellas son profesionales del sector que se encuentran fuera de la capital de la provincia), se observa un ambiente de descontento generalizado respecto a la situación actual del turismo y del turismo rural, en concreto, en la provincia de Córdoba. Dicha valoración estriba en una serie de deficiencias que son puestas de manifiesto por los informantes, y que tienen que ver, en última instancia, con la planificación y la gestión de la actividad turística. Entre las principales preocupaciones que se denuncian, podemos señalar las siguientes.

- En primer lugar, se denuncia el modo como se está gestionado el turismo en la provincia. Se piensa que la gestión del turismo, tal como se ha venido planificando hasta ahora, beneficia más a la capital que al resto de la provincia. Se critica la escasez de información existente a escala provincial. Se cuestiona la calidad de las infraestructuras, los equipamientos y los servicios de turismo rural. También se expresa con preocupación la deficiente cualificación de los profesionales.
- En segundo lugar, se manifiesta una preocupación explícita por el carácter poco estructurado del sector turístico. Los informantes expresan un gran descontento por la falta de articulación de los empresarios y los agentes del ámbito público y, además, apuntan algunas de las rémoras que impiden el desarrollo definitivo y eficiente del turismo rural, tales como las disputas entre los empresarios del propio sector, los obstáculos que presentan los propietarios de las tierras en algunas partes de la provincia, los impedimentos de determinadas administraciones públicas (como por ejemplo la Consejería de Medio Ambiente) ante el desarrollo de ciertas actividades turísticas en los espacios naturales protegidos y el carácter aislado y, en general, poco participativo ante el desarrollo de las iniciativas turísticas.
- En tercer lugar, el descontento que se aprecia entre los informantes respecto a la situación actual del turismo rural también está motivado por la escasa implicación

de las administraciones públicas (autonómica, provincial, comarcales y locales) en su desarrollo. Opinan que hasta ahora los ayuntamientos y las mancomunidades, así como el propio gobierno provincial, se han involucrado poco en el desarrollo de esta actividad, que requiere por parte de ellos mayor asistencia técnica y financiera, si realmente se pretende lograr su consolidación. Piensan que las ayudas concedidas por estas administraciones han sido escasas hasta el momento y que se ha desarrollado una labor poco comprometida en la puesta en valor del patrimonio (tanto en la fase de captación de los recursos públicos y de inversión privada, como en la fase previa de sensibilización y concienciación de la población y los empresarios).

Estas valoraciones predominan de un modo general entre la mayoría de los gerentes y técnicos de las mancomunidades y los ayuntamientos de la provincia de Córdoba. Sin embargo, se observan opiniones distintas en aquellas partes de la provincia en las que el turismo rural ha experimentado un desarrollo más eficiente en los últimos años, a saber: la Subbética Cordobesa y la Sierra Morena Cordobesa. En muchos de los municipios que se ubican en el entorno de estas dos comarcas los informantes expresan una opinión más positiva. Valoran positivamente la gestión de la actividad turística, la existencia de una mayor articulación de los empresarios y demás agentes del sector y también de una mayor implicación de los ayuntamientos, mancomunidades y Diputación Provincial. Sin embargo, creen que debe realizarse un mayor esfuerzo en trabajar sobre estas cuestiones, para mejorar aún más la situación del turismo, incluso en estas zonas, con el fin de que sea competitivo con otros lugares de la geografía andaluza y española.

Se han señalado aquí algunas de las principales preocupaciones expresadas, por parte de las personas entrevistadas, sobre la situación actual del turismo rural en la provincia de Córdoba. El objetivo era conocer cuál es la opinión de los profesionales del sector (público y privado) sobre la situación de esta actividad, es decir, mostrar una fotografía amplia del paisaje que caracteriza al turismo en estos momentos. A continuación, pretendemos indagar de manera más específica sobre esas preocupaciones relativas al turismo que se desarrolla en el espacio rural.

Opiniones y valoraciones sobre la planificación y gestión del turismo rural

Tal como señalamos en el apartado anterior, las personas entrevistadas denuncian numerosas deficiencias e irregularidades, lo que hace pensar en una mala gestión del turismo rural en la provincia. En general, se llega a la conclusión de que el turismo rural en esta provincia presenta un carácter poco integrado y sostenible. Entre las deficiencias e irregularidades que se hacen constar, merecen ser analizadas de forma detenida las siguientes.

La mayoría de los informantes achaca la mala situación del turismo rural en la provincia de Córdoba a la ausencia de una planificación integradora y participativa para la gestión de esta actividad. La mayor parte de las personas consultadas denuncia la ausencia de comunicación entre el Patronato Provincial de Turismo, las mancomunidades

y los municipios de la provincia de Córdoba, basándose en que desconocen siquiera si existe un Plan Provincial de Turismo. También se apoyan, para realizar esta valoración, en el escaso grado de participación y representatividad que tienen los técnicos y los alcaldes y ediles de los ayuntamientos cordobeses en el Patronato Provincial de Turismo.

Precisamente, buena parte del malestar que expresaban las personas consultadas al respecto se debía a la creencia de que se ha contado poco o nada con los profesionales del sector con representación pública, limitando las consultas a un restringido número de grandes empresarios (en su mayoría de Córdoba capital). En opinión de los informantes, esta postura ha impedido que haya una representación amplia de profesionales y, por tanto, de municipios y comarcas, en las decisiones que se toman en materia turística, dejando el peso de estas decisiones en manos de los empresarios y las asociaciones empresariales más fuertes. También es cierto que donde existe una mejor organización de la actividad turística a escala comarcal, tal como ocurre en la Subbéticas Cordobesas y el Alto Guadalquivir, son menos intensas las críticas hacia el organismo provincial. Por último, resulta necesario añadir que estas críticas, que en última instancia denunciaban la débil organización de la actividad turística en la provincia, no sólo afectan al Patronato, sino que también afectan a los propios ayuntamientos y mancomunidades, a los que los informantes acusan de ir *«cada uno a lo suyo»*, de no *«saber trabajar en equipo»*.

Esta situación afecta de manera concreta al turismo rural. En primer lugar, en la mayoría de las comarcas se denuncia que ni los ayuntamientos ni las mancomunidades ni el gobierno provincial conocen los recursos que tienen. Por ese mismo motivo, los agentes económicos y políticos que desarrollan su trabajo en el sector turístico también los desconocen. En segundo lugar, en parte como consecuencia de lo anterior, al desconocer los recursos turísticos que se poseen y la situación que presentan tales recursos para ponerlos en valor —turísticamente hablando—, no se puede garantizar un turismo rural de calidad.

Por lo anterior, la mayoría de los informantes que comparten estas valoraciones también considera que se falla en la comercialización del turismo rural. Ello exige, en primer lugar, conocer más exhaustivamente la situación de los recursos para el turismo rural en la provincia de Córdoba. A su vez, en segundo lugar, requiere garantizar una oferta mínima y de calidad de estos recursos. Para ello, es necesario efectivamente “poner en valor” los recursos y “ordenarlos” adecuadamente para que respondan a las expectativas de los posibles usuarios y clientes.

Todo esto significa, en última instancia, que no se debe promocionar el turismo rural sin conocer los recursos y el estado de éstos, en contra de lo que ha venido ocurriendo hasta ahora, tal como expresan muchos informantes. Como opinaba uno de ellos, *«hasta ahora se ha venido construyendo la casa por el tejado, y siempre se ha venido abajo. El problema es que nunca se ha comenzado por los pilares: es necesario conocer qué tenemos, si deseamos venderlo con garantías de calidad»*. De esta forma se pueden evitar muchas de las situaciones contradictorias que se viven actualmente, tales como encontrarnos con oficinas de turismo en municipios cordobeses —incluso

de los que mayor afluencia turística registran— con horario laboral administrativo. Con lo cual, estas oficinas se mantienen cerradas por las tardes, los fines de semana y los días festivos. También nos encontramos con numerosos edificios históricos, museos, yacimientos arqueológicos, centros de interpretación, que, por escasez de recursos, o por falta de convenios de colaboración, se mantienen cerrados habitualmente, generando situaciones desagradables entre los turistas que desean visitarlos. Otras situaciones contradictorias aparecen, por ejemplo, ante la práctica del turismo activo o los deportes de aventura, ya que, pese a promocionarse tanto por Turismo Andaluz S.A. como por la Diputación Provincial, en muchos de los lugares donde existen recursos adaptados para ello está completamente prohibida su práctica.

Los informantes se quejan de que esta deficitaria planificación y gestión de la actividad turística sea la causa de que el turismo rural presente en la provincia de Córdoba un carácter localizado y estacional. La mayoría de los informantes comparte la opinión de que la deficitaria planificación y gestión de la actividad turística en la provincia, caracterizada por la escasa participación de los agentes económicos y sociales del sector, por la consiguiente ausencia de pautas comunes de actuación, por el desigual trato a los municipios y comarcas cordobesas y por el desconocimiento de los recursos turísticos, influye en la práctica de un turismo rural de carácter localizado y estacional. Se piensa que, al desconocer los recursos patrimoniales y naturales de nuestra provincia, se impide la puesta en valor de infraestructuras y equipamientos turísticos y el desarrollo de actividades complementarias, que pueden favorecer un turismo de mayor duración. A su vez, también se cree que, al no actuar de manera conjunta, al final el turismo se concentra en aquellos lugares que destacan por el valor patrimonial incuestionable que poseen (como, por ejemplo, el municipio de Hornachuelos), o bien en aquellos municipios y comarcas que ejercen un gran esfuerzo para desarrollarlo (como, por ejemplo, ocurre en las Subbéticas Cordobesas).

En todo esto podría influir también, a tenor de las opiniones expresadas por los informantes, la excesiva ordenación jurídica de estas actividades, que no responde de manera operativa a las necesidades reales del sector. En los últimos años, la ordenación del turismo rural en Andalucía, a través de las leyes y normas citadas anteriormente, ha impedido que puedan constituirse un mayor número de empresas, debido a los costes y demás dificultades que conlleva dicha ordenación. Por esa razón, muchas de las empresas de servicios turísticos que se crean no se dan de alta en el Registro de Actividades Turísticas de Andalucía. Incluso, muchas de ellas (sobre todo alojamientos rurales y empresas de turismo activo) actúan en economía sumergida, o camufladas, por la poca flexibilidad (desde el punto de vista fiscal) que ofrece esta ordenación, que entienden poco ágil y lejana de la realidad. Esta situación, evidentemente, favorece la competencia desleal.

La ausencia de sistemas de información y conocimiento sobre la oferta y la demanda turística en la provincia de Córdoba es otra de las deficiencias que se denuncian entre los informantes. Tal como hemos hecho referencia antes, una de las cuestiones que más preocupa a los informantes, sobre todo a aquellos que se encuentran vinculados directamente con la gestión del turismo rural (hosteleros y propietarios de alojamientos

rurales, técnicos y gerentes de centros de iniciativas turísticas y mancomunidades, etc.) es la escasa información existente respecto a los recursos turísticos de la provincia, entre las asociaciones profesionales y empresariales del sector, la oferta de actividades y la demanda turística. Consideran que esta situación de vacío de información constituye un lastre para el desarrollo del turismo rural, ya que dificulta la detección de las oportunidades existentes en el territorio y, por tanto, impide planificar debidamente las actividades turísticas (sobre todo, en lo que respecta a las actividades complementarias de turismo rural). Los motivos que encuentran los informantes para explicar esta situación es la ausencia de voluntad y capacidad para trabajar en red y en cooperación entre los organismos y administraciones públicas, y las empresas privadas de las comarcas y municipios cordobeses, en relación con las actividades turísticas. Se señala también el vacío existente ante referencias y pautas comunes de planificación y gestión turística. En última instancia, también relacionan esta situación con la falta de profesionalidad de los empresarios del sector y la poca inversión que desde las administraciones públicas se hace en lo que atañe a la investigación sobre turismo.

Estas percepciones, analizadas de forma detenida, nos permiten detectar la necesidad de dotar al sector turístico de un sistema de información relativa a la oferta y la demanda de servicios turísticos en la provincia, sobre todo entre los propios profesionales. Dicho sistema tendría que tener un carácter periódico, que permitiera contrastar las distintas evoluciones que puedan experimentarse en este ámbito. Pero, además, tendría que ofrecer información cualitativa, relativa al estado de los recursos y también al grado de satisfacción de los usuarios. En otras palabras, debería facilitar la evaluación de la calidad de los recursos disponibles, como activos del sector turístico, y no sólo la cantidad. En este sentido, hemos de decir que, en términos generales, en lo que concierne a los inventarios de recursos, son pocos y de escasa calidad —tal como hemos podido constatar en este estudio— los realizados hasta el momento en las distintas comarcas de la provincia de Córdoba. Y en lo que tiene que ver con las encuestas de usuarios de recursos turísticos, éstas básicamente sólo se aplican en los establecimientos hoteleros principales (hoteles y pensiones) de la capital, es decir, que ni siquiera se realizan en el resto de la provincia. Es cierto que desde la asociación empresarial CEGESTUR se ha puesto interés en facilitar a los alojamientos rurales de una encuesta de calidad entre los usuarios, si bien todavía está en fase de diseño.

Evidentemente, esto suscita una grave preocupación, sobre todo entre los pequeños y medianos empresarios del sector, que se sienten desprotegidos ante la fuerza excluyente de los grandes empresarios y de la administración provincial, que centran sus esfuerzos en las actuaciones ejercidas en la capital. De hecho, podemos ver cómo en la capital efectivamente existe lo que se llama *Observatorio Turístico de Córdoba*, que desarrolla esta actividad de obtención de información e investigación exclusivamente en el municipio de Córdoba, al amparo del Consorcio de Turismo del Ayuntamiento. Ante esta realidad, en el resto de las comarcas cordobesas, los técnicos y ediles de los distintos ayuntamientos y mancomunidades se muestran frustrados ante la incapacidad de los Centros de Iniciativas Turísticas, o de sus respectivas concejalías, de poder disponer de instrumentos como el citado Observatorio para planificar adecuadamente la actividad turística en sus respectivas comarcas. Asimismo, muestran su malestar

ante la dejadez, o puede que la poca iniciativa, o incluso la incapacidad de la administración provincial, para dotar a las mancomunidades de herramientas parecidas para el resto de la provincia.

Por otro lado, ese vacío de información y conocimiento que denuncian los informantes también lo expresan en el sentido de que entienden que desde los mecanismos existentes (ayuntamientos, mancomunidades, Patronato Provincial de Turismo y Turismo Andaluz, S.A.) debe hacerse un mayor esfuerzo por difundir el valor patrimonial y turístico existente en los municipios cordobeses, ya no tanto de cara a los turistas foráneos, como en lo que afecta a la propia población cordobesa. Al fin y al cabo, tal como opinan éstos, el "boca a boca" sigue siendo uno de los medios más eficaces para la divulgación de las riquezas y los valores de los destinos turísticos. En consecuencia, la pregunta que se plantean es que, si la población cordobesa no conoce lo que tiene y, por tanto, no lo valora, cómo es posible que contribuya a difundir estos valores y riquezas turísticas fuera de la provincia.

Con todo lo dicho, la conclusión a la que se suele llegar entre los entrevistados es que faltan los pilares fundamentales para el desarrollo del turismo rural: conocimiento sobre los recursos e infraestructuras turísticas de la provincia; información sobre aspectos relativos a la demanda turística (datos sobre los usuarios, grado de satisfacción, principales actividades realizadas, gastos, etc.); canales eficaces de información relativa a los profesionales del sector; estudios sobre la viabilidad turística de los distintos destinos y actividades de la provincia, que permitan generar fórmulas de actuación coordinadas entre todas las comarcas; y, por último, campañas de promoción y sensibilización, no sólo entre los turistas potenciales fuera de Andalucía y España, sino también, y sobre todo, entre los propios cordobeses.

Los informantes muestran una gran preocupación por la infrautilización de los equipamientos turísticos, por la escasa calidad de éstas y de la oferta de servicios y por la insuficiente cualificación entre los profesionales del sector. Entre las personas entrevistadas en relación con este asunto, la principal preocupación es que no se ponen en valor los recursos turísticos. Para la mayoría de los técnicos en turismo de ayuntamientos y mancomunidades, el problema estriba en que los recursos están infrautilizados, resultando necesario ponerlos en valor, es decir, adaptarlos para que se puedan utilizar en el desarrollo de actividades de turismo rural. Las decisiones que puedan tomarse al respecto son decisiones que atañen, sobre todo, a las administraciones públicas, para invertir esfuerzos que ayuden a zanjarse esta deficiencia. Esta situación repercute directamente sobre la oferta de actividades turísticas, que en este caso se convierte en una oferta caracterizada por su escasez, tanto en cantidad como en diversidad de actividades y servicios.

Otra preocupación al respecto sobre la que enfatizan los informantes es la calidad de las infraestructuras, los equipamientos y los servicios de turismo rural. En cuanto a la infraestructura y los equipamientos turísticos, consideran que, al encontrarse muchos de ellos (por ejemplo, buena parte de los alojamientos y restaurantes rurales y las empresas de turismo activo) en economía sumergida, no cumplen de manera adecuada los requisitos exigidos en la normativa que los regula. Por tanto, eso también se tra-

duce en una menor calidad, ya que ni la inversión es la misma ni tampoco los procesos de control a los que se exponen los establecimientos y empresas dadas de alta en el registro de actividades turísticas (a menudo consistentes en auditorías que evalúan las inversiones y las actuaciones adoptadas, por parte de los empresarios, en relación con la calidad que se les exige a través de la legislación de turismo rural).

Por esos mismos motivos, los servicios y actividades turísticas que se ofrecen en estas empresas no garantizan su calidad, lo cual no quiere decir que no tengan calidad, sólo que, al no estar sujetos al control que exige la normativa sobre su regulación, tampoco puede garantizarse ésta. Todo esto se encuentra también en relación con el bajo nivel de cualificación de los profesionales, instruidos muchas veces a través de la enseñanza transmitida de padres a hijos, en algunos casos, o de la experiencia como empleados, en otras ocasiones. De modo que, en numerosas ocasiones, los empresarios de sectores como la hostelería y los servicios turísticos recreativos o complementarios (culturales, deportivos y naturalísticos) no tienen una formación específica sobre la profesión que desarrollan. Por esa razón, se denuncia entre los entrevistados el escaso dominio de idiomas entre los empresarios y empleados del sector, el desconocimiento de determinadas normas de cortesía en la atención a los clientes, la poca especialización e, incluso, en el caso de los deportes de aventura, la inadecuada capacitación para ejercer de guías y monitores, redundando en una inseguridad palpable en el desarrollo de los servicios turístico-deportivos. El principal motivo de esta situación lo encontramos en el carácter amateurista que predomina entre buena parte de los profesionales que trabajan en el sector turístico. Por ello, parece lógico pensar que el control sobre la calidad de los equipamientos y los servicios turísticos debe garantizarse a través de actuaciones específicas desarrolladas en el seno de la administraciones públicas, lo cual no necesariamente significa crear leyes más rígidas, pues, como se ha podido observar tras la experiencia de la aplicación de las leyes sobre turismo rural en Andalucía, entre 1995 y 2002, esto no ha hecho más que generar desconfianza y, desde luego, ha desanimado a los potenciales empresarios a invertir o regularse adecuadamente, por las dificultades percibidas en las leyes puestas en vigor hasta ahora (por haberse aprobado de forma poco concertada).

Las personas entrevistadas valoran negativamente la cultura empresarial que predomina en el sector turístico en la provincia de Córdoba. En efecto, otro de los aspectos que también resaltan los informantes son las actitudes que predominan en el ámbito empresarial del turismo, unas actitudes poco coherentes dentro de la lógica del mercado, en una época de globalización como la actual. En general, la cuestión que más preocupa en este sentido a los profesionales del sector es la inexistencia de un modelo de referencia para los emprendedores en este terreno. Se carece de coordenadas que ayuden a orientarse y que también marquen desafíos ante las necesidades percibidas en los nuevos tiempos, sobre todo en el ámbito del turismo rural. Además de carecer de ese modelo de referencia, también se observa a un importante número de empresarios desposeídos de cultura empresarial, ya que, como señalamos antes, existe un importante grado de amateurismo, o bien de iniciados con trayectorias poco firmes, que suelen predominar mayormente en los espacios experimentales que se dan en el marco del desarrollo rural.

Consideran los informantes, respecto a esta cuestión, que existen grandes desafíos a los que debe enfrentarse el sector del turismo rural en la provincia de Córdoba, si se desea que en el futuro consiga ordenarse de forma integrada y sostenible este ámbito. Uno de los primeros desafíos es acabar con la economía sumergida y, por tanto, con la competencia desleal. Ciertamente, la existencia de un elevado número de propietarios de alojamientos rurales ilegales y de empresas de deportes de aventura que trabajan de forma sumergida (a menudo clubes deportivos que hacen las veces de empresas), impide que se pueda ofrecer los servicios de alojamiento y actividades complementarias con la seguridad y la calidad necesarias. A su vez, la escasa cualificación de los profesionales también incide en una menor profesionalidad ante el desarrollo de estas actividades. Con lo cual, es necesario encontrar puntos de encuentro, para que, dentro de unos parámetros recomendables en relación con lo que se entiende por una correcta ordenación de las actividades turísticas, los empresarios potenciales también sientan de manera optimista y favorable invertir en formación, calidad y seguridad. Ello debe redundar en temas como menores costes de fiscalidad (hay que tener en cuenta que muchos de estos propietarios y empresarios desarrollan diversas labores a la vez), flexibilidad ante los requerimientos impuestos en la ordenación y, por último, agilidad en los procedimientos para formalizar la inclusión en registros turísticos, o en la recepción de ayudas, cuando éstas se soliciten y aprueben.

Desde el punto de vista de las actitudes que se dan en el ámbito empresarial del turismo rural, también resulta necesario dejar de actuar de manera competitiva con el resto de los miembros del propio sector, ya que de esta forma lo que se consigue es exclusivamente el debilitamiento de las potencialidades del sector, lo cual redundará en una menor atracción de turistas. Competir con los empresarios de la misma rama, de forma tensa y conflictiva, lo único que genera es un mal clima de desarrollo del sector, además de provocar que empresas de otros lugares se sientan atraídos para satisfacer las necesidades percibidas aquí. La prueba es que, ante el vacío que puede crear esta situación, algunas empresas de deportes de aventura de Sevilla y Granada, como Granada Acción, Aventura Alhambra y Turismo Náutico Triana, están organizando las actividades de turismo activo de algunas comarcas de la provincia de Córdoba. Por tanto, esa actitud de ver al de enfrente como un enemigo no ayuda a nadie, sólo constituye un lastre para el desarrollo del sector, que tendría más fuerza con actitudes empresariales cooperativas y comunicativas. Tal como comenta uno de los entrevistados, *«trabajando de forma aislada, es decir, de manera independiente y competitiva... así, todos pierden»*. Con lo cual, parece que lo más razonable es trabajar en equipo, determinando terrenos y espacios de trabajo entre los empresarios y también capacidad de competir de forma limpia. Esta cuestión se podría zanjar, de una manera digna, a través del asociacionismo de las diversas ramas.

Otro de los grandes desafíos, que en opinión de los entrevistados prevalece en estos momentos, es potenciar la iniciativa privada. Los informantes se muestran de acuerdo en que falta innovación, iniciativas arriesgadas, por parte del sector privado. Consideran que ese desconocimiento que predomina sobre las oportunidades del turismo rural (la escasez de información y datos, de investigación en definitiva) repercute directamente en una falta de atrevimiento por parte de los empresarios potenciales.

También consideran que, hasta el momento, el efecto demostrativo de las acciones de desarrollo rural vinculadas con el turismo aún no es visible o, más bien, puede que sólo sea visible en aquellos lugares concretos en los que se ha desarrollado de forma intensa. En consecuencia, piensan que resulta necesaria una mayor implicación de las administraciones públicas, no tanto en materia de financiación (muchos de los informantes piensan que favorecer una “cultura de la subvención” no es beneficioso para nadie en este terreno), como en materia de concienciación, formación y ordenación (una ordenación, que en todo caso, debe ser distinta a la actual, como hemos dicho). Se aprecia, por ejemplo, que muchos de los informantes que trabajan desde hace tiempo en este campo desconocen la existencia de organismos públicos del propio sector turístico como, por ejemplo, el CENTIA (Centro de Turismo de Interior de Andalucía, perteneciente a la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía), que se encarga de ofrecer una formación continua en temas que atañen al turismo regional.

Los entrevistados también valoran negativamente la labor de las administraciones, por el escaso apoyo técnico y financiero que prestan, por la poca transparencia de su gestión y, sobre todo, porque no perciben en sus actuaciones ninguna voluntad de trabajar en común. No hay administración pública que se salve de estas valoraciones. Al gobierno autonómico se le achaca la poca capacidad para trabajar en equipo entre las distintas Consejerías, especialmente entre las vinculadas más directamente con el turismo rural (Turismo, Comercio y Deporte, Agricultura y Pesca y Medio Ambiente). El principal foco de preocupación de los entrevistados, en relación con la Junta de Andalucía, es lograr que los PRUG y PORN en los espacios naturales protegidos sean coherentes con las necesidades del territorio y, por tanto, menos restrictivos, ya que el carácter preminentemente conservacionista de muchos de estos planes merman las capacidades de desarrollo de las poblaciones afectadas. También se le exige a la Junta que se convierta en el eje de la interlocución ante los problemas que afecta a las actividades turísticas, ya no sólo en relación con la ordenación de las distintas materias en el seno del gobierno autonómico, sino también ante otros agentes sociales y económicos, como los propietarios de las tierras en algunas zonas (grandes terratenientes, canteros, etc.), que prohíben el paso por caminos rurales a los turistas de naturaleza y de deportes de aventura, y que en muchas ocasiones sobrepasan los límites a sus derechos ante el uso de infraestructuras y equipamientos públicos. Por último, también se le pide al gobierno autonómico sensibilidad ante la ordenación del turismo rural en Andalucía. Según las personas entrevistadas, sería deseable que se consulte a los empresarios del sector, así como al resto de técnicos, gerentes y demás agentes sociales, económicos y políticos, vinculados con el desarrollo de esta actividad económica, a la hora de proceder a su ordenación jurídica y política.

Al gobierno provincial, que desarrolla estas competencias mayormente a través del Patronato Provincial de Turismo, se le exige mayores responsabilidades. A este organismo público se le acusa de no ofrecer apoyo técnico y financiero a los empresarios del sector, las mancomunidades y los municipios cordobeses. Esta acusación es compartida por buena parte de los entrevistados, y adquiere un tono especialmente pronunciado entre los técnicos de los ayuntamientos y las mancomunidades, que sienten

indignación, sobre todo, por la exigencia, por parte del Patronato, de tener que pagar un coste demasiado elevado para poder formar parte de éste. Dicha indignación la justifican en el hecho de considerar que la Diputación Provincial es un organismo público diseñado para equilibrar las desigualdades existentes entre los municipios de la provincia, según sus volúmenes de población, propósito que debe adquirir relevancia entre los municipios menores de 20.000 habitantes. En consecuencia, si el ayuntamiento de un municipio medio, que tiene como presupuesto para turismo unos 9.000 € anuales, tiene que pagar la cantidad de 6.000 € para formar parte del Patronato Provincial de Turismo, se siente frustrado ante esta situación, porque significa que para formar parte del Patronato tendría que agotar prácticamente su presupuesto, lo cual carece de sentido si tenemos en cuenta la naturaleza de una Diputación Provincial.

A las mancomunidades y a los ayuntamientos cordobeses se les imputa el no involucrarse en el desarrollo del turismo rural. Los informantes piensan que la mayoría de los ayuntamientos cordobeses no apuestan por este tipo de actividad, porque no tienen una perspectiva abierta ni crecen en su potencial de desarrollo. Priego de Córdoba y Hornachuelos son, con toda probabilidad, los únicos municipios en los que sus ayuntamientos se involucran de forma considerable en el desarrollo del turismo rural —y los resultados parecen ser muy positivos. Las personas entrevistadas piensan que en los ayuntamientos, más que en las mancomunidades, se tiene la convicción de que no tienen responsabilidad sobre actuaciones al respecto, depositando dicha responsabilidad en manos de otros organismos públicos y entidades privadas, tales como la empresa pública Turismo Andaluz S.A., el Instituto de Fomento de Andalucía, los centros de economía social o los grupos de desarrollo rural. Se considera, además, que cada ayuntamiento persigue sus propios intereses, al margen de los demás, y esto parece no estar muy bien visto, porque consideran que en esta época no trabajar de forma cooperativa en el territorio, esto es, no trabajar en términos comarcales o regionales, es situarse en el vagón de cola de cualquier proceso de desarrollo. Por este mismo motivo, se considera preocupante la escasa colaboración que mantienen las mancomunidades con los grupos de desarrollo rural en muchas comarcas cordobesas. Algunas personas consideran incluso que hay lugares en los que no sólo no hay apoyo de las mancomunidades o del GDR, sino que además hay rivalidad, dependiendo de las fuerzas políticas que influyan sobre los gerentes y técnicos de estas mancomunidades y GDR, así como en función de las fuerzas de poder imperantes en los principales ayuntamientos de la comarca. Así las cosas, parece que, en última instancia, muchas de estas decisiones dependen de la actitud que tengan las personas que pasan por los organismos, las entidades, los ayuntamientos y las mancomunidades de municipios cordobeses, ya sean éstos alcaldes o concejales, o simplemente gerentes o técnicos, para que se desarrolle una línea más o menos firme en relación con el desarrollo del turismo rural.

Bibliografía

- BECK, U. (1998), *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*, Piadós, Barcelona.
- BECK, U., A. GIDDENS y S. LASH (1997), *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*, Alianza Editorial, Madrid.
- BELL, D. (1989), *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza Editorial, Madrid.
- BLANCO PORTILLO, R. y BENAYAS DEL ALAMO, J. (1994): "El turismo como motor de desarrollo rural. Análisis de los proyectos de turismo subvencionados por el Leader I", en *Revista de Estudios Agro-Sociales*, nº.169, Vol. 3, pp.119-146.
- BOTE, V. (1988): *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*, Madrid: Editorial Popular.
- FÁBREGAS, M. (2000): "El desarrollo rural en la Agenda 2000", en I. LÓPEZ, A. GUTIÉRREZ y J.L. GUTIÉRREZ (Coords.), *Actas del I Congreso Andaluz de Desarrollo Rural*, pp.69-78, Priego de Córdoba (Córdoba): UPA.
- FUENTES GARCÍA, R. y GARCÍA MESA, J. M. (1996): *Situación actual y líneas estratégicas de desarrollo del turismo rural en la provincia de Málaga*, Málaga: Diputación Provincial de Málaga.
- GIDDENS, A. (1999), *Consecuencias de la Modernidad*, Alianza Editorial, Madrid.
- GUZMÁN GUERRERO, M. y PÉREZ YRUELA, M. (1994) "Desarrollo rural y protección del medio ambiente: el Parque Natural de las Sierras Subbéticas Cordobesas", en *Revista de Estudios Agro-Sociales*, nº.169, Vol. 3, pp.149-286.
- IESA (2004), *Situación Actual y Líneas Estratégicas para el Desarrollo del Turismo Rural en la Provincia de Córdoba*, Informe de Investigación (EC-0408), Córdoba.
- MARCHENA GÓMEZ, M. y VELASCO MARTÍN, A.R. (1996): "Estrategias para el desarrollo ordenado del turismo en espacio rural: una visión desde el desarrollo regional", en *Actas del Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo: Ávila, marzo-abril 1995*, pp.165-174, Ávila: Junta de Castilla y León, Consejería de Industria, Comercio y Turismo.
- MOSCOSO, D. J. (2003): *La montaña y el hombre en los albores del siglo XXI*, Cuarte (Huesca): Editorial Barrabes.
- MOYANO, E. (1998): "La política agraria en el proceso de integración europea", en *Revista de Fomento Social*, Nº.209, Vol.53, pp.47-68, enero-marzo, Córdoba: ETEA.
- SENDRA, P. (2000): "Desarrollo Rural y Desarrollo Sostenible", en I. LÓPEZ, A. GUTIÉRREZ y J.L. GUTIÉRREZ (Coords.), *Actas del I Congreso Andaluz de Desarrollo Rural*, pp.85-96, Córdoba: UPA.