

# **TURISMO RURAL:**

## **EVOLUCIÓN Y RECOMENDACIONES DESDE LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA**

Por: Ing. Rosalia Gil-Albarellos Marcos

Ponencia presentada en el  
1er. Seminario de **Turismo Rural en Bolivia**

### **ÍNDICE**

1. **Definición del Turismo Rural en España**
2. **Evolución del concepto de Turismo Rural en España**
3. **Volumen y datos del sector del TR en España**
4. **Las normativas de regulación del TR en España**
5. **Actividades vinculadas**
6. **Diferencias por regiones**
7. **Principales características del turista rural en España**
8. **Comercialización y promoción del TR en España**
9. **Conclusiones y Recomendaciones desde la experiencia española**

## Resumen:

Este artículo resume la experiencia del Turismo Rural en España desde la definición y evolución del concepto, el volumen, las normativas de regulación, las actividades vinculadas, la diferenciación del Turismo Rural por regiones, el perfil del turista rural en España y finalizar en la comercialización y promoción del Turismo Rural

Se puntualiza que el Turismo Rural en España se desarrolló para intentar frenar el despoblamiento de las zonas rurales, para compensar el descenso de rentas de la agricultura y así diversificar las economías rurales, un problema y soluciones que pueden aplicarse muchas regiones en países de América Latina. Sin embargo, se pone en manifiesto que la filosofía original del Turismo Rural no era poner turismo en el medio rural sino ayudar a dinamizar el medio rural a través del turismo entre otras actividades, pero esto no siempre ha sucedido de esta manera.

Un artículo que nos lleva a una reflexión importante sobre las políticas que están orientadas a un tipo de resultados que en la realidad no son lo que se espera, por ello resulta una experiencia muy valiosa en las nuevas políticas y/o emprendimientos privados del turismo rural en nuestros países.

## **1. Definición del Turismo Rural en España**

El Turismo Rural bajo el modelo actual, tiene en España una corta experiencia de solo 20 años aunque caracterizada por un fuerte crecimiento tanto cuantitativo como territorial, muy especialmente a lo largo de la última década.

Tras una curiosa evolución del concepto que se explica más adelante, en la actualidad se entiende por Turismo Rural en España casi cualquier actividad turística, y específicamente cualquier alojamiento que se desarrolle o esté situado en el medio rural, es decir, en cualquier lugar distinto a una ciudad o un núcleo turístico costero.

Ello significa que bajo este paraguas (*que no marca*) se agrupan actualmente en España miles de plazas de alojamiento de muy diversa índole, tipología, calidad, prestigio, categoría, gestión, situación legal, etc., lo que finalmente hace difícil su definición.

Es cierto que las vacaciones en el medio rural han sido una práctica tradicional en nuestro país (simplemente "*ir de vacaciones al pueblo*" de nuestros padres o abuelos) pero el Turismo Rural tal y como hoy lo entendemos y en el contexto en el que se produce de desagrarización del medio rural y asunción por éste de otras funciones incluso suburbanas, es hoy por hoy una actividad que genera fuertes cambios en el uso y percepción del medio tanto por los visitantes como por los propios habitantes que exigen una mayor calidad de vida en sus territorios.

Unos y otros cambian su percepción del entorno de forma que se hacen más sensibles con los déficit que perjudican al turismo y a la propia vivencia del medio rural involucrándose más concretamente con la conservación del paisaje y del patrimonio.

## **2. Evolución del concepto de Turismo Rural en España**

Los inicios del Turismo Rural en España como actividad organizada hay que ubicarlos a principios de los 80, años en los que coinciden una serie de circunstancias determinantes:

- Crisis de la agricultura, marco en el que se aprecia al Turismo como una alternativa capaz de generar rentas complementarias, al estilo de algunas experiencias europeas entre las que cabe destacar el caso francés.
- Cierta agotamiento del modelo de sol y playa que una vez alcanzada la madurez del sector, ofrece escasas ventajas comparativas con nuevos destinos europeos, del norte de África y del Caribe.
- Aparición de nuevas tipologías de demanda turística con un consumidor cada vez más experimentado e interesado en completar sus vacaciones con actividades diversas (ocio activo, naturaleza, cultura...)
- Sensación de pérdida de raíces culturales por parte de la población española que habiéndose hecho cada vez mas urbanizada, echa de

menos las tradiciones y la tranquilidad con las que identifica al medio rural de sus antepasados más cercanos.

- Importante volumen de ayudas técnicas y financieras, las más importantes europeas (Programas Leader, PRODER, etc.) que suponen un fuerte incentivo al sector. Estas ayudas financieras supusieron la base para el despegue con el apoyo del Estado y de las Comunidades Autónomas (CC.AA)
- Inicio de la preocupación por los problemas ambientales y por la conservación de los paisajes.

En este sentido, el Turismo Rural se desarrolló con fuerza en nuestro país como vía de solución para intentar frenar el despoblamiento de las zonas rurales, a lo que contribuyó determinantemente la existencia de los programas LEADER de la Unión Europea que dieron importantes inyecciones de dinero en la mayor parte de las zonas rurales de España durante esta década, en parte como programas de ayudas para compensar el descenso de rentas de la agricultura y así diversificar las economías rurales.

Esta manifestación de los años 80 dio lugar a un modelo que podría caracterizarse del siguiente modo:

- Busca diversificar la economía del espacio rural que se consideraba en ese momento, un territorio con pocas oportunidades y deficitario en empleos.
- Busca complementar rentas agrarias como estrategia fundamental para la supervivencia del medio rural.
- Busca diversificar la oferta turística española, excesivamente centrada en el producto sol y playa con clara pérdida de oportunidades para otros recursos existentes.
- Principalmente, sus promotores son los propios habitantes del medio rural con un especial protagonismo de las mujeres.
- Fundamenta el producto turístico en la cultura local rural y en el paisaje, que considera sus principales atractivos diferenciándolo así del resto de los productos turísticos.
- Conserva ó rehabilita el patrimonio rural y muy especialmente recupera el patrimonio arquitectónico tradicional junto a los elementos culturales relacionados con la vida rural. Así, se vincula con las producciones locales y la artesanía.
- Predominan las casas rurales sobre otras tipologías de alojamientos, existe una importante presencia de oferta de Agroturismo y en paralelo a la eclosión de la oferta alojativa, se ponen en marcha empresas de actividades de ocio activo en la naturaleza, turismo deportivo, etc.

Sin embargo, a mediados de los 90 se aprecian ya algunos cambios en este modelo de TR de forma que los cambios dan lugar a un nuevo modelo de Turismo “en” el medio rural que se caracteriza por:

- Presencia cada vez mayor de promotores urbanos -“neurústicos”- de fin de semana que utilizan el turismo rural como un negocio a tiempo parcial.
- Pérdida de los objetivos primigenios de diversificación y complementariedad de rentas agrarias.
- Cierta pérdida de identidad del producto de forma que el espacio rural deja de ser el protagonista para convertirse en un mero soporte donde desarrollar turismo convencional
- Intereses inmobiliarios en el medio rural fomentados tanto por las propias autoridades locales como por los empresarios
- Producto muy centrado en alquiler de alojamiento completo. Se pasa de la preponderancia del modelo de alojamiento por habitaciones al modelo de alquiler completo (tipo apartamento) como mayoritario, lo que lleva aparejado cierta pérdida del concepto original del producto en su componente de relación con la población local.
- Suburbanización del medio rural

Por lo tanto, en cierto modo, se pasa:

- **de ayudar a dinamizar el medio rural a través del turismo (*el espacio rural es el protagonista del turismo rural*)**
- **a “poner” turismo en el medio rural (*el espacio rural es un mero soporte del turismo*)**

En este sentido la filosofía original del turismo rural no era poner turismo en el medio rural sino ayudar a dinamizar el medio rural a través del turismo entre otras actividades, pero esto no siempre ha pasado de esta manera.

Deben señalarse por tanto las diferencias entre el concepto original de “turismo rural” frente a lo que hoy podríamos denominar “turismo en el medio rural”. El turismo rural tenía como objetivo recuperar el patrimonio, rehabilitar viviendas tradicionales y complementar las rentas agrarias, favoreciendo así el desarrollo local y frenando la despoblación. En la actualidad, el turismo rural ha seguido en España un camino distinto al previsto, de forma que los visitantes actuales demandan mayoritariamente la simple estancia en el alojamiento y los empresarios son con frecuencia habitantes urbanos que se trasladan a veces con carácter definitivo, a veces simplemente los fines de semana al espacio rural a regentar su negocio, y a veces ni eso, concertando con el cliente la entrega de llaves del establecimiento a través de algún lugareño.

En este sentido, la evolución del TR en España no ha estado exenta de ciertos conflictos, por ejemplo entre los locales y los nuevos llegados (neurústicos), entre los agricultores (empresarios turísticos o no) y los turistas, entre la población del lugar que ve cómo sus rentas disminuyen y otros de fuera se aprovechan, y entre los conservacionistas puros y los que ven en el espacio rural un nuevo territorio en el que realizar actividades deportivas no siempre sostenibles.

Por otro lado, han aterrizado en el sector algunos intereses que podrían considerarse inmobiliarios de baja intensidad, que han buscado en esta

actividad rentabilizar pequeñas inversiones o pequeños patrimonios inmuebles en el medio rural, cuando no se han planteado inversiones directamente inmobiliarias en el mismo. Así, el proceso ha hecho aflorar la pérdida del modelo y del objetivo primigenio del turismo rural que era la diversificación de las rentas agrarias. Se ha producido la reconversión de la actividad en un motor de ingresos para propietarios urbanos de bienes rurales que encuentran aquí la manera de revalorizar propiedades ayudadas por fondos públicos.

No obstante, cabe destacar dos circunstancias que pueden calificarse de atenuantes para la realidad expuesta:

- Esta suburbanización del medio rural se produce con mucha mayor intensidad en las regiones caracterizadas por un turismo rural intensivo que se nutre de los desplazamientos de fin de semana o vacaciones cortas, gracias a su proximidad a las grandes aglomeraciones urbanas con rápidas vías de comunicación.
- En cualquier caso, y sea cual sea el modelo desarrollado, el TR está siendo una estrategia de desarrollo local, una forma de recuperar patrimonio arquitectónico, una iniciativa más para frenar el despoblamiento y el abandono de zonas rurales, una vía para recuperar tradiciones, una acción de sostenibilidad ambiental y en definitiva un camino para potenciar la redistribución de los beneficios que genera el mercado turístico ya que aunque los propios habitantes del medio no siempre sean los principales protagonistas del proceso, su propio funcionamiento genera actividades diversas que contribuyen al dinamismo de los espacios (tiendas, producciones locales, restaurantes y bares etc.)

### **3. Volumen y datos del sector del TR en España**

A continuación incluimos los principales datos cuantitativos del sector a fin de dar expresión de su importancia actual:

- El TR supone el 3,41% del total de los viajes turísticos (2004)
- La presencia de turistas extranjeros es escasa (9,5% del total)
- Según datos del INE 2006, existen en España 11.200 establecimientos de turismo rural aunque cabe decir que esta cifra varía considerablemente según las fuentes.
- Según registros los establecimientos existentes suponen entre 87.000 y 100.000 plazas
- Las aperturas de nuevos establecimientos crecen imparable a un ritmo creciente del 15% anual
- Existe una amplia distribución territorial, concentrando Castilla León un 17% de los establecimientos lo que la convierte en la región con mayor oferta.
- La estancia media se sitúa en 3,19 días que alcanza hasta una semana en los establecimientos rurales de zonas costeras (datos de 2005)
- La ocupación media anual de los establecimientos (datos de 2004) es del 20,8%, si bien es mayor (aproximadamente el 40%) en zonas

costeras. De hecho, se trata de un turismo tan estacional como el de sol y playa, concentrándose la mayor parte de la demanda en fines de semana, puentes, Navidad y Semana Santa.

- Genera un empleo directo que se estima en 15.000 - 17.500 personas
- Los trabajadores por establecimiento se sitúan en 1,75 siendo las camas por puesto de trabajo de 5,5.
- Finalmente, el gasto medio por turista se sitúa en unos 60 euros en las zonas de interior y algo mayor en las zonas de costa.

En definitiva, puede afirmarse que aunque el volumen es pequeño, comparativamente hablando con otras modalidades, el sector genera importantes consecuencias en el medio rural. Así mismo, cabe señalar que la expansión de la oferta turística en el medio rural no ha sido solo cuantitativa sino también territorial porque prácticamente en todas las provincias españolas existe este tipo de oferta.

#### **4. Las normativas de regulación del TR en España**

Puede afirmarse que existe en España una verdadera inflación de normativas que afectan al TR en España lo que conlleva no pocos problemas de cara a la promoción, la comercialización y las garantías de calidad.

La razón principal hay que buscarla en que el TR surge como sector en España tras las transferencias de competencias a las Comunidades Autónomas no existiendo normativa de referencia anterior.

En efecto, la planificación y promoción turísticas pasa a ser competencia de las Comunidades Autónomas a fines de los 80 y es por tanto en este período en el que unas y otras regulan y apuestan de forma desigual sobre turismo rural.

Aunque de forma diversa en el territorio, las actuaciones de las diferentes Comunidades Autónomas empiezan entonces a legislar y ordenar los objetivos y características del producto. En esta primera época, al objetivo primordial de complementar las rentas agrarias, se le une evitar el deterioro del patrimonio rural por lo que en general se fomenta, cuando no se obliga, la apertura de los establecimientos en viviendas tradicionales recuperadas.

En la actualidad, puede decirse que las múltiples regulaciones sobre TR en España no ofrecen realmente una definición de lo que constituye el concepto de TR. Su preocupación se centra fundamentalmente en los alojamientos ubicados en el medio rural, lo que significa establecer su definición y tipologías, regular sus infraestructuras y servicios, así como establecer los requisitos de funcionamiento. La intervención de la administración turística competente se traduce en la exigencia de obtener una autorización administrativa para la apertura y puesta en funcionamiento de los establecimientos dedicados al alojamiento en el medio rural.

La consecuencia más clara de una diversidad tal de normativas y regulaciones autonómicas es la heterogeneidad de tipos de alojamiento y condiciones de los mismos ya que existen en España hasta 50 tipologías distintas de

alojamientos en el medio rural, siendo de hecho ésta una de las cuestiones que ha generado mayor número de críticas por parte del empresariado y de los clientes potenciales.

De esta realidad se desprende:

- Rangos de calidad y servicios infinitos
- Confusión en el mercado (sobre todo en el internacional)
- Dificultades de comercialización

En efecto, la diversidad de normativas y de tipologías resultantes es un tema delicado por la confusión que se produce en el mercado y por las dificultades de comercialización que origina ya que el cliente potencial desconfía de un producto cuyo rango de calidad y servicios empieza a ser infinito por arriba y por abajo.

Dicho esto también puede afirmarse que aunque en efecto, la tipología de los establecimientos de alojamiento rural es muy variada, lo es más en la forma que en fondo. Así pueden distinguirse en España 5 grandes bloques de tipologías que serían las siguientes:

- Casas rurales: Compartidas o no. Enteras o por habitaciones. Generalmente, viviendas aisladas de arquitectura tradicional ubicadas en el medio rural, ya sea en el campo o en núcleos rurales de población.
- Agroturismo: establecimientos integrados en explotaciones en activo generalmente compartidas con los propietarios. En este caso, la legislación exige tener una determinada superficie dedicada a la actividad agraria, además de la condición de agricultor del propietario.
- Hoteles rurales: Que se ajustan al régimen jurídico de este tipo de establecimientos pero con características y ubicaciones apropiadas al Turismo Rural
- Centros de Turismo Rural: de mayores dimensiones, con varios edificios, que combinan alojamiento y actividades organizadas siendo la gestión conjunta.
- Otros: apartamentos turísticos, bungalows en camping, albergues, etc.

En cierto modo, la solución a los problemas que hemos apuntado para la promoción y comercialización, pasaría por realizar una definición de modalidades en la que las diferentes denominaciones se encajaran en algunas de las tipologías antes enunciadas, haciendo compatible la pervivencia de los nombres autóctonos.

## **5. Actividades vinculadas**

Las actividades generalmente vinculadas al TR en España son: Senderismo, equitación, mountain bike, actividades de riesgo (rafting, parapente, barranquismo etc.), pesca, caza, y otras no deportivas: gastronomía y venta de productos locales, spas y tratamientos de salud, visitas y rutas culturales, observación de la naturaleza, cursos de temática variada (yoga y relajación, cocina, fotografía etc.), agroturismo etc.



En cualquier caso, y aunque pueda pensarse lo contrario, ni el turismo rural tiene como soporte único el turismo de naturaleza o activo, ni éste emplea en exclusiva las casas rurales como la parte alojativa de su oferta básica. Esto no quiere decir que no exista como es lógico una amplia relación entre ambas realidades y que el turismo de naturaleza no sea una parte importante de los usuarios del turismo rural pero lo que es cierto es que aunque la explosión de empresas de actividades turísticas y deportivas en la naturaleza acompañó en un principio al desarrollo del alojamiento, ahora son pocas las empresas de actividades que perviven (salvo en regiones muy concretas como Aragón) y sin embargo los alojamientos no han hecho más que crecer.

Como hemos venido diciendo, el turismo rural no ha llegado aún en España a la etapa de la diversificación, o no ha sabido consolidarse como un producto evolucionado, y la mayoría de las ofertas se circunscriben al alojamiento.

## **6. Diferencias por regiones**

En parte por las diferentes regulaciones, en parte por las potencialidades reales para el desarrollo del turismo rural, en parte por la decisión política de apoyar con más o menos fuerza el desarrollo del sector, lo cierto es que la evolución del turismo rural por Comunidades Autónomas ha sido bien diferente.

Así, y por poner solo algunos ejemplos, en espacios altamente turísticos como Baleares, el turismo rural se ha desarrollado como una interiorización del turismo de litoral y responde más a un producto de alta calidad.

La Comunidad de Galicia responde a la creencia en el imaginario colectivo de ser un destino turístico clásico, con poco “sol y playa” pero con un rico patrimonio arquitectónico, natural – paisajístico y con un modelo de turismo de calidad centrado en la oferta cultural, patrimonial y gastronómica.

En el caso de Aragón, el turismo rural se asimila al turismo activo muy ligado por tanto a los deportes de aventura.

Lo siempre coincidente, el elemento que siempre define en la normativa lo que constituye “turismo rural” y lo que diferencia los establecimientos de turismo rural de otros establecimientos turísticos, es su ubicación o implantación en un medio o espacio territorial concreto, el rural, pero ya delimitar lo que se considera “medio rural” es una cuestión casi inabordable en la normativa, constituyendo una diferencia más entre las CCAA.

Generalmente es el criterio poblacional el que se utiliza pero la propia configuración histórica territorial de España genera situaciones radicalmente diferentes: por ejemplo que en Castilla La Mancha se consideren rurales las poblaciones menores de 10.000 habitantes, en Castilla León las poblaciones de menos de 3.000 y en Asturias, las de menos de 500.

Pese a esta enorme diversidad, lo que es común a todas las regiones es que las circunstancias locales han sido condicionantes para que un lugar u otro

hayan avanzado: la cohesión de la comunidad, el liderazgo, las iniciativas y los apoyos institucionales, las infraestructuras existentes, las potencialidades reales del lugar etc., han sido criterios determinantes para el éxito.

## **7. Principales características del turista rural en España:**

A tenor de los diferentes estudios realizados en algunas regiones españolas, el turista rural en España:

- Es convencional, familiar, mayoritariamente español, urbano, joven y culto.
- Busca la no masificación, la tranquilidad, la buena relación calidad – precio, el paisaje, el entorno y la cultura.
- Considera como principales problemas de la oferta, la falta de información y señalización adecuadas, la pérdida de identidad del espacio rural y la suciedad o falta de cuidado de algunos lugares.

En general, es un visitante que cuenta con cierta sensibilidad conservacionista del medio que le rodea, que se dedica a visitar lugares y poblaciones emblemáticas, recorre el territorio de forma lenta y está especialmente interesado en la gastronomía, los productos locales de calidad (alimentos, artesanía etc.), el medio ambiente y el patrimonio cultural. Huye de la masificación y valora la calidad tanto en el trato como en el producto.

## **8. Comercialización y promoción del TR en España**

Por lo que respecta a la comercialización y promoción del TR en España, predomina claramente la reserva sin intermediarios, existiendo escasa comercialización a través de agencias o touroperadores.

En la actualidad la mayor parte de los alojamientos rurales se promocionan y comercializan a través de:

- Páginas WEB privadas, oficiales de CCAA y Turespaña.
- Guías de alojamientos rurales: editoriales (Ed. Susaeta) y guías de bolsillo de CCAA
- Centrales de reserva privadas (Rusticae por ejemplo) y de CCAA (Navarra por citar alguna).

Algunos intentos de incluir el TR entre las ofertas de agencias especializadas o alternativas han fracasado, probablemente porque el cliente considera el TR un producto poco elaborado, sencillo, al que puede acceder sin necesidad de intermediarios, que en su opinión encarecerían el producto.

## **9. Conclusiones y Recomendaciones desde la experiencia española**

En todo este contexto, la evolución y las características del TR en España han dado lugar a algunos aspectos positivos y otros negativos que pueden cifrarse como sigue:

A) Aspectos positivos del turismo rural en España

- Está sirviendo de estrategia de desarrollo local
- Así mismo, ha significado una de las formas más importantes de recuperación de patrimonio: arquitectónico, etnográfico...
- Está siendo una vía indudable para recuperar tradiciones
- Ha supuesto una buena forma de frenar el despoblamiento de las zonas rurales
- Ha contribuido a la sostenibilidad ambiental de las zonas rurales
- Ha supuesto en algunos casos cierto rejuvenecimiento de la población rural
- Ha significado un incremento de la renta de los habitantes de las zonas rurales
- Está teniendo importantes repercusiones sobre las infraestructuras y equipamientos del medio rural

B) Algunos aspectos negativos

- La ilegalidad (o alegalidad en el mejor de los casos) es frecuente
- En la actualidad existe cierto desajuste entre la oferta sobredimensionada y la demanda, que se limita a momentos muy concretos del año.
- Falta de formación y profesionalidad en muchos de los empresarios y empleados lo que entre otras cosas ha contribuido al cierre de establecimientos y a la puesta en marcha de empresas por parte de neorústicos con mayor preparación empresarial
- Diversidad de normativas que dan lugar a situaciones diversas y heterogeneidad en la oferta
- Escasa viabilidad real de algunas iniciativas que fueron financiadas por las ayudas públicas y que han acabado por cerrar
- Falta de coordinación en promoción del turismo rural a nivel nacional por falta de unicidad en los criterios y la calidad exigida lo que dificulta la comercialización internacional
- Insuficiente repercusión del modelo sobre las comunidades rurales
- Imagen algo desvirtuada del producto de los inicios
- Dificultades de integración entre los alojamientos y los productos (turismo de naturaleza, activo y cultural)
- Saturación de algunos destinos emblemáticos

Aunque es difícil trasladar experiencias, pueden a la luz de los resultados del TR en España, hacerse algunas recomendaciones:

- Creación y consolidación de una imagen de ámbito nacional del producto con una marca reconocida
- Estrategias de promoción conjunta (colaboraciones, partenariados..)
- Coordinación entre sector público (central y regional) y privado
- Vigilancia de la oferta ilegal con establecimiento de unas garantías mínimas que los clientes puedan y deban exigir, máxime en un momento en el que la calidad se ha convertido en uno de los principales argumentos de los turistas.

- Unificación de criterios de calidad, denominaciones y establecimiento de categorías a nivel nacional.
- Establecimiento de un proceso de convergencia de las reglamentaciones y creación de una marca nacional.
- Creación de un producto más completo y diversificado con vinculaciones al turismo de naturaleza, activo y cultural
- Regulación uniforme, clara Y RECONOCIBLE (Gîtes Francia, Irish Farm Irlanda etc.)

En definitiva, el TR vinculado al turismo cultural y al turismo activo es un buen complemento y diversificador de las economías rurales y en general de las economías de las regiones del interior, y ha ayudado a ralentizar la despoblación y a revitalizar zonas aisladas ú olvidadas.

Pero mientras en Europa el turismo rural ha superado la etapa únicamente del alojamiento en las casas rurales y apuesta por la diversificación de los productos, la calidad y una oferta regularizada, en España el sector está aún muy centrado en el alojamiento lo que redundará en una menor contribución real del sector a las economías locales. Además, la madurez del mercado tanto general como específico del turismo rural, empieza a demandar un producto más elaborado y completo que el simple alojamiento.

Por otro lado, es absolutamente necesaria en España una regulación más uniforme y clara, como ya se ha hecho en otros países europeos, como las Gîtes francesas, el Irish Farm de Irlanda o los Zimmer Frei de Alemania.

No es posible continuar sin unas claras clasificaciones de calidad, logotipo unificado, marca reconocible. Sin una clara regulación por niveles de calidad, la picaresca, las malas prácticas y la falta de garantía del producto detraen a los consumidores internacionales. En el futuro, el turismo rural en España debería comercializarse con unos distintivos de calidad unificados y organizados de forma homogénea para todas las CCAA superando la diversidad de denominaciones y criterios de calidad.

En este sentido, parecería recomendable establecer un proceso de convergencia de estas reglamentaciones tratando de optimizar la regulación del sector, contribuyendo así a consolidar la buena imagen del turismo rural y construyendo desde esta base el futuro de un sector que con el esfuerzo y la racionalidad de todos, llegue a alcanzar un protagonismo mucho mayor que el actual en el panorama turístico español y especialmente en las políticas de desarrollo rural.

**Mas Información, más artículos especializados en**  
**<http://TurismoRuralBolivia.Com>**