

EL PAPEL DEL TURISMO RURAL Y EL ECOTURISMO ANTE LA DESACELERACIÓN DEL TURISMO RECEPTOR EN ESPAÑA EN 2018

Pilar Gago de Santos¹

Resumen:

Tras casi una década de crecimiento continuado del turismo receptor en España, los datos del primer semestre de 2018 alertan de una caída significativa del turismo receptor en España respecto a 2017. A la espera de un análisis más profundo de las causas subyacentes que expliquen esta caída, los analistas apuntan a una recuperación de los destinos de *sol y playa* de la Cuenca Mediterránea (fundamentalmente Turquía, países del Magreb y del Mashrek). En dicho contexto, el objeto de este trabajo es, en primer lugar, revisar el marco conceptual sobre el que España ha elaborado desde 2014 su producto “turismo rural” y su producto “ecoturismo” (como un subconjunto del producto principal) acotando los conceptos de turismo rural y ecoturismo tal como se concibieron en 2014 y cómo han ido evolucionando a raíz de los dos primeros Congresos de Ecoturismo celebrados en Daimiel y en Cáceres. En segundo lugar, se trata de esbozar de forma preliminar los retos a los que se enfrenta el mercado turístico español y el papel que podría jugar el turismo rural en un escenario en el que ganara relevancia respecto a la demanda de turismo sol y playa.

Palabras clave: España, marco institucional turismo rural y ecoturismo, desaceleración turismo receptor.

¹ Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, Campus de Somosaguas. Pozuelo de Alarcón, Madrid (España). Email: pilargago@ccee.ucm.es

THE ROLE OF RURAL TOURISM AND ECOTOURISM IN THE NEW SCENARIO SPAIN FACES REGARDING THE DECLINE OF ITS INBOUND TOURISM IN 2018

Pilar Gago de Santos

Abstract:

After almost a decade of continuous growth of inbound tourism in Spain, the data of the first semester of 2018 alert of a significant fall of the inbound tourism in Spain. Before addressing a deeper analysis of the underlying causes that explain this fall, analysts point out a recovery of the *sun and sand* destinations of the Mediterranean Basin (mainly Turkey, Maghreb and Mashrek countries). In this context, the purpose of this paper is, first of all, to review the conceptual framework on which Spain since 2014 has developed its product "rural tourism" and "ecotourism" (as a subset of the main product) delimiting the concepts of rural tourism and ecotourism as conceived in 2014 and how they have evolved following the first two Ecotourism Congresses held in Daimiel and Cáceres. Secondly, we describe in a preliminary way the challenges the Spanish tourism market currently faces and the role to play by the rural tourism in a scenario where the development of the rural product could be an alternative to the sun and sea demand.

Key words: Spain, rural and ecotourism legal framework, inbound tourism decline, 2018.

1.INTRODUCCIÓN

Según los datos de llegadas de turistas internacionales más recientes publicados por la Organización Mundial del Turismo, el año 2017 será recordado como aquel en el que España consiguió superar a Estados Unidos como segundo destino turístico del mundo, solamente situado por detrás de Francia. En el ejercicio 2017, el ritmo de crecimiento de España según este parámetro de llegadas internacionales se disparó un 8,5% (Instituto Nacional de Estadística, (INE) 2018). Un año antes, en el 2016, el crecimiento de España llegó a registrar una tasa de variación de dos dígitos, clasificándose entre las tasas de crecimiento más altas registradas en la UE (Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (OMT), 2017).

España cuenta, por un lado, con una sólida reputación como destino de sol y playa en el Mar Mediterráneo y por otro, con unos recursos culturales de incalculable valor que junto con otros aspectos, han contribuido a afianzar su competitividad turística en el mercado internacional. Sin embargo, se podría decir que pocos consumidores y productores del sector son plenamente conscientes de la relevancia relativa de nuestros recursos naturales. De hecho *España es el único país europeo situado en el ranking de los primeros diez países del mundo en función de la importancia y el atractivo de sus recursos naturales* (Foro Económico Mundial (WEF), 2017). En este contexto cabe destacar la excelente biodiversidad presente en España, encontrándose entre las más altas de la Unión Europea. Asimismo, una gran parte de nuestro territorio forma parte de la popular red *Natura 2000* que comprende sitios protegidos y ecosistemas naturales de gran valor, en los que predominan especies raras, vulnerables y en peligro de extinción. En particular, hasta el 28% de su territorio total está bajo protección (División de Estadísticas de las Naciones Unidas, 2014). Además, España tiene más especies conocidas de mamíferos, aves y anfibios que cualquier otro país de la Unión Europea (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza).

Todo ello nos permite afirmar que España muestra un enorme potencial como destino de turismo rural dentro de la UE dada la fortaleza de dichos recursos naturales. El ecoturismo representa una pequeña parte del sector del turismo rural pero desempeña un papel creciente y relativamente novedoso. Por su parte, la administración pública española en cada uno y en todos sus niveles de administración contempla el turismo rural y el ecoturismo, en particular,

como herramientas poderosas para minimizar algunas de las amenazas y desafíos a los que se enfrenta nuestra actividad turística en la actualidad. Sin embargo, en ocasiones parece haber cierta confusión en la terminología que rodea ambos productos. En efecto, a menudo observamos que tanto los diseñadores de la política turística nacional y regional como los académicos, consultores y profesionales del sector turístico, utilizan indistintamente los términos de "turismo rural", "turismo sostenible" y "ecoturismo". Nos consta que esto es común y erróneo y es por ello que hemos decidido desgranar los diferentes pilares sobre los que se asienta cada uno de los conceptos en la sección dedicada a los principales desafíos de España en su sector turístico. A continuación, se describirá cómo se ha planeado articular el turismo rural para aliviar las tensiones creadas en el mercado.

En definitiva, el objeto primordial de este trabajo es revisar el marco conceptual sobre el que España ha elaborado desde 2014 su producto "turismo rural" y su producto "ecoturismo" (como un subconjunto del producto principal) acotando los conceptos de turismo rural y ecoturismo tal como se concibieron en 2014 y cómo han ido evolucionando a raíz de los dos primeros Congresos de Ecoturismo celebrados en Daimiel y en Cáceres. En segundo lugar, se trata de esbozar de forma preliminar los retos a los que se enfrenta el mercado turístico español y el papel que podría jugar el turismo rural. La tercera sección describirá los fundamentos del concepto de sostenibilidad. La sección cuarta señalará la evolución del concepto de ecoturismo desde que se describió por primera vez en 1990 y se terminará con algunas conclusiones a extraer a raíz de la investigación realizada.

2. RETOS EN EL MERCADO TURÍSTICO ESPAÑOL: EL PAPEL DEL TURISMO RURAL

Como hemos avanzado con anterioridad, dentro del sector es todavía común utilizar los conceptos "turismo rural", "ecoturismo", "turismo verde" e incluso a veces "turismo sostenible" de manera indistinta. Dado que conceptualmente no todos los servicios de turismo rural satisfacen los principios del ecoturismo, y la delimitación del producto puede variar de un país a otro, uno de los propósitos de este trabajo es resaltar los principios que definen el ecoturismo en el mercado español (teniendo en cuenta conjuntamente la doble perspectiva de la oferta y de la demanda turística) que nos permita su comparación en el mercado ecoturístico internacional. Para ello, el producto "ecoturismo" se delimitará en función de la estrategia vigente desarrollada en el Plan Integral de Turismo rural de 2014.

Tres variables muestran el desafío principal al que se enfrenta el sector turístico en España: la *variable tiempo*, la *variable espacio* y la *variable relacionada con la sub-óptima diversificación* de la demanda internacional. De hecho, un rasgo estructural del mercado turístico español es que más del 90% de la demanda internacional de España se concentra en 6 de las 17 Comunidades Autónomas (CCAA): Cataluña, Canarias, Baleares, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid. En la tabla 1, mostramos la proporción para cada una de las 6 principales regiones turísticas, desde una perspectiva de la concentración de la demanda internacional.

Tabla 1: Peso relativo de la demanda internacional turística por CCAA (2017)

Cataluña	23,28%
Islas Canarias	17,38%
Islas Baleares	16,86%
Andalucía	14,10%
Comunidad Valenciana	10,90%
Comunidad de Madrid	8,18%
Total de las 6 CCAA	90,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2017).

Por otro lado, la clientela internacional de España no se halla tan diversificada como cualquier proveedor desearía ya que históricamente y actualmente más de la mitad de su demanda internacional se concentra en solo tres mercados de origen: Reino Unido, Alemania y Francia. Los países nórdicos (Suecia, Dinamarca, Noruega, Finlandia e Islandia) son la cuarta fuente principal de turismo receptor para el mercado turístico español. Sin embargo, dicho mercado solo representa la mitad del mercado francés o la mitad del mercado alemán; y apenas un tercio del mercado británico. Italia y los Países Bajos ocupan el siguiente lugar en importancia, pero apenas representan el 5% de la demanda internacional total. La tabla 2 muestra la proporción de los principales mercados internacionales de origen para España para todos los productos turísticos.

Tabla 2: Demanda internacional distribuida por mercados (2017)

Reino Unido	22,96%
Alemania	14,53%
Francia	13,75%
Los 3 mercados	51,24%
Países Nórdicos	7,16%
Italia	5,16%
Países Bajos	4,48%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE (2017).

Teniendo en cuenta los datos más recientes (INE), los resultados muestran que España registra alrededor de 4 millones de turistas por mes durante los meses de diciembre y enero (temporada baja en todo el país, excepto en las Islas Canarias) y las cifras aumentan particularmente desde el mes de abril hasta los 10,5 millones de turistas en temporada alta, correspondientes a los meses de julio y agosto.

La concentración en el tiempo, lo que entendemos en la industria turística como *estacionalidad* está presente en el mercado español al igual que en el grueso del mercado mundial. Sin embargo, cabe destacar que la congestión en España se refleja no sólo en el tiempo sino también en el espacio debido a la naturaleza del producto turístico, que se está demandando. Ciertamente, a pesar de los enormes esfuerzos realizados por la Administración española, en sus tres niveles de administración (Administración Central, por CCAA y por municipio), la mayor parte de la demanda turística sigue siendo de sol y playa. En este contexto, la promoción del turismo rural fue entendida por la la administración española en su conjunto, como una herramienta poderosa que podría minimizar la estacionalidad y la congestión en el espacio, ya que podría ayudar a distribuir mejor los flujos turísticos en todo el territorio.

De hecho, la tabla 3 muestra las regiones más relevantes en orden de importancia de la demanda rural (Instituto de Turismo de España, 2014). Sólo se presentan las regiones que representan más del 5% de la demanda total. Estas siete CCAA representan más del 60% del mercado rural. Las cifras muestran que el escenario varía notablemente en comparación con los datos mostrados por la demanda internacional general. En este caso, es importante tener en

cuenta que los datos tienen en cuenta la *demanda interior*, que comprende la *demanda interna* más la *demanda internacional*, según la metodología definida por la OMT.

Tabla 3: Distribución regional de la demanda de turismo rural (2014)

Castilla y León	18%
Cataluña	11%
Andalucía	9%
Asturias	7%
Castilla la Mancha	6%
Cantabria	6%
Aragón	5%
Resto de regiones	38%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Secretaría de Turismo (2014).

Con los últimos datos del INE (2017) la cuota de mercado del turismo rural en España se ha mantenido similar a la expuesta en la tabla 3; aunque cabe destacar la pérdida de cuota de mercado de las CCAA de Aragón y Andalucía y la ganancia de Castilla-León y Castilla la Mancha.

En la literatura reciente, Millán y Melian (2010) resaltan algunos aspectos clave del turismo rural; a medida que el turismo rural se lleva a cabo con mayor periodicidad, se minora la estacionalidad del área y se fomenta el empleo indefinido en lugar del temporal. El turismo rural también ayuda a diversificar las fuentes de ingresos de la población rural y a disminuir su dependencia del sector primario. Por otra parte, Parada y Rodríguez (2008) afirman que el turismo rural contribuye a la redistribución de ingresos interregional y a la creación de empleo. Además, Buckley (2011) identifica la piedra angular del potencial del turismo rural como un nuevo nicho de mercado, dado que la conservación del medio ambiente se ha convertido en una preocupación cada vez mayor para un creciente número de consumidores

del turismo. Por su parte, Lane (2009) define el turismo rural como aquel, ubicado en áreas rurales, donde existe contacto con la naturaleza y el patrimonio natural.

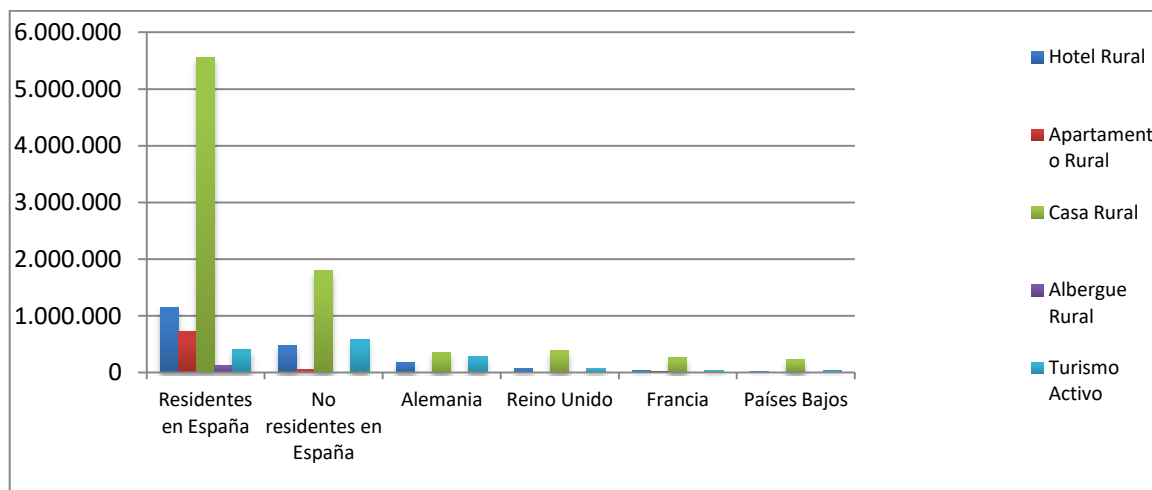
En el Plan integral para promover el turismo rural en España (PITR) publicado en 2014, el turismo rural se describió como un producto turístico desarrollado en un entorno rural o natural, sin que se desarrolle en un entorno de masas. Desde entonces, el producto "turismo rural" ha sido fuertemente promovido por la administración española con el objetivo de diversificar la oferta turística española. El turismo rural, al mismo tiempo que diversifica la oferta turística, puede reducir la estacionalidad del sector al fomentar la demanda de turismo de ocio durante la temporada baja; asimismo, tiene capacidad para reducir la congestión en el territorio y distribuir mejor los flujos turísticos. Antes de 2014, España no tenía un plan específico para promover el turismo rural; los turistas internacionales no tenían una visión de España como destino de turismo rural, la oferta de turismo rural estaba demasiado atomizada y la comercialización en el extranjero era todavía muy incipiente, entre otras debilidades existentes en relación al producto rural. Desde 2014 y con la ayuda del nuevo plan estratégico para fomentar el turismo rural en España, los desafíos fueron colocar a España en el mapa internacional y permitir satisfacer mercados europeos cercanos, como el británico, el francés, el alemán, el portugués, los mercados nórdicos y centroeuropeos. A pesar de los esfuerzos realizados por la Administración española para promover el turismo rural, sigue siendo demasiado pronto para concluir que España ha encontrado un nicho de mercado para mitigar la estacionalidad y la congestión en su sector turístico.

El turismo rural interno (residentes en España) sigue siendo el más relevante, suponiendo aproximadamente el 80% del total en número de viajeros y el 73% del total de las pernoctaciones. El mercado internacional explica tan sólo el 20% de la demanda de turismo rural pero el 27% de las pernoctaciones; en términos de estas últimas, el mercado más relevante es el alemán (28%), seguido del Británico (18%) y en menor medida, del francés (11%) y el procedente de los Países Bajos (10%). La opción de la casa rural es la preferida con gran diferencia por ambos segmentos, interno e internacional, respecto al resto de opciones de alojamiento rural. hay que destacar que en el año 2017 la demanda de turismo rural creció el doble entre los no residentes (18%) que entre los residentes (9%), siendo el crecimiento más espectacular el registrado por el turista francés (un 42% de incremento respecto al año 2016), seguido del turista holandés (casi un 20%). El mercado alemán creció

un 10% en consonancia con el crecimiento del turismo rural demandado por los residentes en España. El turismo rural británico fue el único que cayó y lo hizo con fuerza (casi un 12%)².

En el siguiente gráfico 1 se expone la importancia relativa de las pernoctaciones rurales en el año 2017 en España comparando la demanda de los residentes respecto a los no residentes (sólo se reflejan los cuatro principales clientes).

Gráfico 1: Relevancia del mercado interno e internacional en turismo rural (2017)



Fuente: Elaboración propia a partir del INE (2018).

3. ACUÑACIÓN Y DESARROLLO DEL CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE EN EL MUNDO

En el año 2005 la OMT declaraba que la consecución de un turismo sostenible fuera uno de sus objetivos principales. Por su parte, El Foro Económico Mundial em 2007 define la competitividad de los viajes y el turismo como "el conjunto de factores y políticas que permiten la sostenibilidad del sector de Viajes y Turismo", que a su vez contribuirá al desarrollo y a la competitividad de un país. Esto significa que implantar criterios de sostenibilidad puede ser rentable y puede mejorar la competitividad de un país. Por tanto, ser competitivo no ha de ser a costa de no ser sostenible. En otras palabras, la sostenibilidad puede ser una estrategia de negocio rentable. Sin duda, el turismo sostenible y la estrategia para hacerlo rentable están cada vez más en el menú de muchos proveedores.

Un desarrollo turístico sostenible sería por tanto aquel que asegure tanto las necesidades de los visitantes de hoy y de las comunidades anfitrionas como las del mañana y por ello, se exige que se ejecute sin poner en peligro las oportunidades y necesidades de las generaciones futuras tanto de visitantes como de población local. *Subrayemos que el concepto*

² Podría estudiarse si esa caída tan fuerte se explica por el efecto Brexit, pues es el único mercado que decrece en el 2017.

de sostenibilidad se sustenta en utilizar los recursos de hoy (culturales, naturales, humanos, otros) sin poner en peligro su existencia en el futuro. Todo aquella actividad que ponga en riesgo dicha dinámica debiera ser automáticamente descartada como sostenible.

El turismo sostenible implica satisfacer las necesidades de las partes interesadas de hoy (turistas, comunidades anfitrionas, medio ambiente), pero también las de mañana (Carta de Turismo Sostenible, OMT, Lanzarote 1995). En la literatura al respecto, Buckley (2012) revisa algunas prioridades de investigación para mejorar la sostenibilidad de la industria del turismo, reconociendo que es necesario allanar el camino para futuras investigaciones para desarrollar indicadores de sostenibilidad más cuantitativos (económicos, sociales y ambientales). En su trabajo, el autor señala que la medición más precisa de cada impacto del turismo llevaría a una mejor gestión de los recursos del territorio. En su revisión, considera particularmente urgente superar tanto la falta de datos como las dificultades de medición de los parámetros contables ambientales actuales. Siguiendo a Sharpley (2009), el desafío hoy sería obtener más evidencia empírica de la ejecución real de los principios de sostenibilidad. Desde otra perspectiva, la sostenibilidad es sólo una forma de gestionar cualquier tipo de producto turístico: sol y playa, cultural, rural, gastronomía, activo, oscuro, turismo industrial, cualquier otro (Daimiel, 2016). Esto significa que cualquier producto puede convertirse en sostenible siempre que cumpla con las tres dimensiones de sostenibilidad. Ser sostenible no es solo ser sostenible con el medio ambiente puesto que **la sostenibilidad se construye sobre tres pilares: el pilar económico, el pilar ambiental y el pilar sociocultural.** Hasta cierto punto, las dificultades que actualmente se plantean tienen que ver con el alcance del cumplimiento de los tres aspectos. Desde la perspectiva económica, la sostenibilidad debe garantizar transacciones económicas viables a largo plazo. Esto asegurará ingresos y empleos sostenibles en el tiempo al destino turístico. Desde la perspectiva ambiental, los recursos naturales deben utilizarse de manera óptima y es necesario garantizar la conservación del patrimonio natural. Desde la perspectiva social, las comunidades locales necesitan sentirse satisfechas con la actividad turística que se desarrolla en su territorio en armonía con los visitantes, mientras se garantiza la conservación de su cultura y de sus recursos locales. El "ecoturismo" también conocido como "turismo verde" es sostenible por definición. En la siguiente sección, deberíamos aprender más sobre la visión internacional del ecoturismo expresada por la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TISE) y la visión nacional actual de España.

4. ECOTURISMO Y SU DESARROLLO EN EL MERCADO ESPAÑOL

4.1 Concepto de ecoturismo en la esfera internacional

En 1990, la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TISE) definió el ecoturismo como el viaje responsable a un entorno natural para preservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de la población local. Así, los principios básicos que deben cumplirse para ser certificado como ecoturismo son a) una demanda consciente de la necesidad de minimizar los impactos ambientales y sociales; b) una demanda sensibilizada sobre la conservación del medio ambiente y el ambiente sociocultural de las comunidades de acogida y c) una transacción que incluya la recaudación de fondos específicos para la conservación del destino turístico.

En definitiva, son tres las piedras angulares que hay detrás del concepto de ecoturismo y que hay que garantizar para que sea tratado como tal según la TISE. En primer lugar, hacer hincapié en una demanda responsable; en segundo lugar, honrar los principios de sostenibilidad en sus tres dimensiones y, por último, asegurarse de que la actividad turística genere sus propios fondos para proteger y garantizar la conservación del destino.

4.2 Concepto de ecoturismo según el Plan Integral de Turismo Rural

Si volvemos la vista a la comentado con anterioridad en el plan integral de turismo rural (PITR) de España, el ecoturismo se definió específicamente como un producto turístico desarrollado en un entorno natural, pero no en todo el entorno natural sino el desarrollado en una selección de las mejores áreas naturales protegidas de España en colaboración con las empresas de turismo mejor preparadas (diferenciadas y acreditadas por su voluntaria ejecución de los principios de sostenibilidad). *Según el PITR, el producto Ecoturismo en España se reduce al que se lleva a cabo exclusivamente en unas áreas protegidas seleccionadas por mostrar lo mejor de los recursos naturales españoles; siendo comercializado exclusivamente por empresas de turismo acreditadas por cumplir con los criterios de sostenibilidad y por su compromiso con la conservación del área protegida donde operan.* Con respecto al lado de la demanda, el producto está diseñado para el consumo por un nicho de demanda específico; el motivado a explorar y observar la fauna más emblemática, la flora y / o la geología de todo el territorio. Pero también se amplía el nicho de la demanda, aceptando como ecoturistas a aquellos turistas que visitan las áreas protegidas mientras practican actividades en el entorno natural, o la demanda que eligen estas áreas

singulares y específicas para relajarse y desconectarse, y también aquellos que visitan este patrimonio natural. para aprender más al respecto.

Según esta descripción, proporcionada por el PITR, las regulaciones españolas sobre ecoturismo mantienen el espíritu de la Sociedad Internacional de Ecoturismo, pero al mismo tiempo van más allá de la forma en que TISE entendió el término. De hecho, el PITR está reduciendo aún más el término que el TISE, al tiempo que hace hincapié en el papel y los principios que se han encontrado en el lado de la oferta, lo que no fue tomado en consideración en la definición anterior por el TISE.

4.3 Concepto de ecoturismo tras los Congresos nacionales de ecoturismo

Más recientemente, en España, en 2016 se celebró el primer Congreso Nacional de Ecoturismo en Tablas de Daimiel (Castilla la Mancha), un espectacular humedal extremadamente rico en fauna, particularmente en aves y, sin duda, uno de los Parques Nacionales más ricos de España. Durante este primer Congreso, apoyado por la Secretaría de Turismo, una de sus conclusiones principales fue acuñar una definición precisa de ecoturismo.

Así pues, en primer lugar, destacan el hecho de que el turismo ecológico es un producto (como lo son el turismo cultural, el rural, el de aventura, el urbano, el de sol y playa, entre muchos otros) por definición sostenible y desarrollado en un área natural. Más precisamente, entienden el ecoturismo como el viaje para conocer un área natural, interpretarla y disfrutarla con la motivación de apreciar el destino y contribuir a su conservación, sin impactar negativamente en el destino pero asegurando una actitud positiva a las comunidades locales. En la práctica esta definición ha hecho ser más selectivos al definir el ecoturismo y, por ende, a los ecoturistas.

De hecho, el criterio incorporado que ha restringido aún más la definición de ecoturismo tiene que ver con la motivación de la demanda. En comparación con el PITR de 2014, *los eco-turistas tras Daimiel son solo aquellos que visitan un área protegida con las siguientes motivaciones: observación e interpretación de la fauna, educación ambiental, investigación científica, geo-turismo y astro-turismo*. Por lo tanto, y para que no queden dudas al respecto, el turismo activo y/o de aventura, así como el turismo que invita a la relajación en áreas naturales están excluidos del concepto Ecoturismo. Este enfoque puede traer mucho debate y puede variar de un país a otro. De hecho, sería interesante utilizar el estudio de caso español para discutir las estrategias y políticas de turismo rural y ecoturismo de otros países miembros de la UE. Para abundar en la clarificación, en la tabla 4 mostramos

las diferencias entre el ecoturismo y otros productos turísticos desarrollados en el mismo entorno o áreas rural-natural.

Tabla 4: Segmentación de los productos turísticos en el área natural.

MOTIVACIÓN	ENTORNO	ALOJAMIENTO
Relax/ Desconexión	Natural (mar y montaña)	Rural
Activo/Aventura	Natural (mar y montaña)	Rural
Ecoturismo (observación, interpretación, educación, investigación, geo, astro turismo)	Natural (mar y montaña)	Rural

Fuente: Elaboración propia a partir de conclusiones tras I Congreso Nacional, Daimiel (2016).

En noviembre de 2017, se celebró el II Congreso Nacional de Ecoturismo en Guadalupe (Extremadura), uno de los mejores Geoparques españoles, "Geoparque de Villuercas. Uno de los resultados más relevantes del Congreso fue anunciar la puesta en marcha de un Observatorio Nacional de Ecoturismo en España para proporcionar a finales de 2018 los primeros datos cuantitativos sobre la demanda de este producto turístico en particular.

5. CONCLUSIONES

En 2017, España ocupó el primer lugar por segunda vez consecutiva después del año 2015 en términos de competitividad turística (WEF). Existen diferentes factores para explicar esta primera posición (Gago, 2017), pero básicamente se debe a que España presenta dos ventajas competitivas muy potentes: sus recursos culturales y naturales.

En el actual contexto de ralentización de la demanda turística internacional, el objeto de este trabajo ha sido revisar el marco conceptual sobre el que España ha elaborado desde 2014 su producto “turismo rural” y su producto “ecoturismo” (como un subconjunto del producto principal) acotando los conceptos de turismo rural y ecoturismo tal como se concibieron en 2014 y cómo han ido evolucionando a raíz de los dos primeros Congresos de Ecoturismo celebrados en Daimiel y en Cáceres. Nos preocupa observar que todavía dentro

del sector del turismo, siga siendo frecuente entre los profesionales utilizar los conceptos "turismo rural", "ecoturismo", "turismo verde" e incluso a veces "turismo sostenible" de forma sinónima. Dado que, como hemos expuesto en este trabajo, no todos los servicios de turismo rural cumplen los principios esenciales para ser caracterizados como ecoturismo. Además, entendemos que la delimitación del producto puede variar de un país a otro y con la perspectiva de una futura comparación internacional, uno de los propósitos de este artículo ha sido resaltar los principios que definen el producto ecoturismo en el mercado turístico español, teniendo en cuenta la doble perspectiva de la oferta y la demanda turística. En definitiva, una de las principales contribuciones del presente trabajo ha sido desgranar y delimitar el producto "ecoturismo" basándonos en la estrategia de turismo rural de 2014 y más tarde, en 2016, en las conclusiones alcanzadas durante el I Congreso Nacional en Daimiel.

Por otro lado, uno de los objetivos iniciales consistía de forma preliminar con los datos oficiales disponibles, en comprobar si el potencial de desarrollo del producto rural, como alternativa al sol y playa, estaba sido aprovechado en los últimos años por la industria turística vía su demanda internacional. Sin embargo, a pesar del aumento considerable de la demanda de turismo rural de los últimos ejercicios, en particular desde el 2017, y del enorme potencial de España como destino de turismo rural dentro de la UE, dados sus fuertes recursos naturales (WEF, 2017), aún estamos demasiado lejos para concluir que España haya encontrado un nicho de mercado que le permita mitigar la estacionalidad y la congestión en su sector turístico derivado del predominio de la demanda del producto sol y playa.

En cuanto al segmento del Ecoturismo, en el primer trimestre de 2018 se lanzó un nuevo *Observatorio de Ecoturismo* en España y en su primera fase ha llevado a cabo un cuestionario digital para conocer mejor la demanda y medir el impacto socioeconómico del ecoturismo. Sin embargo, a finales de 2018 todavía no contamos con datos cuantitativos que ofrezcan información sobre la demanda internacional de este producto turístico. Uno de los datos que sí se arrojan en su balance anual es que la mitad de los establecimientos de ecoturismo considera que la demanda es estable respecto a años anteriores y el otro 50% que se trata de una demanda creciente. Sin embargo, el ecoturismo parece ser una actividad turística estacional concentrada también en los períodos habituales vacacionales: Semana Santa y época estival (El ecoturista.com). De ser así, el ecoturismo nos permitiría diversificar en mayor medida la distribución de los flujos turísticos y la captación de ingresos procedentes del turismo pero no nos serviría para suavizar el problema de la estacionalidad en el sector.

REFERENCIAS

- Buckley, R. (2011) “Tourism and Environment,” *Annual Review of Environment and Resources*, Vol. 36 (1) pp. 397-416. DOI: 10.1146/annurev-environ-041210-132637
- Buckley , R. (2012) “Sustainable Tourism Research and Reality”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No.2. pp. 528-546. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003>
- Daimiel Declaration of Ecotourism, Spain's I National Congress of Ecotourism, viewed 15 March 2018.<https://cetssierraespuna.files.wordpress.com/2017/01/declaracic3b3n-de-ecoturismo-de-daimiel.pdf>
- El ecoturista.com (2018). Primeros resultados del Observatorio del Ecoturismo en España. 7 de enero 2019, de Asociación de Ecoturismo de España Sitio web: E <https://elecoturista.com/2018/05/31/primeros-resultados-del-observatorio-de-ecoturismo-en-espana/> ecoturista.com
- Gago, P. (2017) "Tendencias de crecimiento y competitividad turística de las economías UE más dependientes de la actividad turística" *International Journal of Scientific Management and Tourism*. Vol. 3 N°3 pp 243 - 258
- Instituto de Turismo de España, Plan Integral de Turismo Rural, visualizado el 15Marzo2018.<http://www.tourspain.es/eses/VDE/Documentos%20Turismo%20Rural%202014/Plan%20Integral%20de%20Turismo%20Rural%202014.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (online database), visualizado el 15 Marzo 2018,http://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176996&menu=resultados&secc=1254736195568&idp=1254735576863
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (online database), visualizado el 7 de Enero 2019, <http://ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t11/e162eotr/a2017/10/&file=01nad001.px&L=0>
- Lane, B (1994) “What is rural tourism?” *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 2, No. 1-2, 1994, pp. 7-21.
- Millán G. and Melian A. (2010) , “El Turismo Rural en el sur de España: Análisis de la Oferta y Demanda,” *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, No. 2, 2010, pp. 69-91.
- Sharpley (2009) *Tourism development and the environment: beyond sustainability?* London: Earthscan, 220 pp.^[1]
- The International Ecotourism Society online visualizado el 15 Marzo 2018 <http://www.ecotourism.org/>
- The International Union for Conservation of Nature, visualizado el 15 Marzo 2018, <https://www.iucn.org/>
- United Nations Statistics Division, visualizado el 15 Marzo 2018, <https://unstats.un.org/home/>
- UNEP and UNWTO Making tourism more sustainable- A guide for policymakers, Viewed 15 March 2018, <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Carta Mundial de Turismo sostenible, visualizado el 15 Marzo 2018.<https://www.e->

unwto.org/action/captchaChallenge?redirectUri=%2Fdoi%2Fabs%2F10.18111%2Funwtodeclarations.1995.21.15.1

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) Tourism highlights 2017, viewed 15 March 2018. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419043>

World Economic Forum; The Travel and Tourism Competitiveness report 2017, viewed 5 April 2017. http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf