

Análisis de las zonas rurales andaluzas y su turismo, desde una óptica de proximidad geográfica a los núcleos urbanos andaluces

Mercedes Jiménez García*, José Ruiz Chico**, Antonio Rafael Peña Sánchez**

RESUMEN: La importancia del turismo rural como motor de desarrollo en Andalucía ha producido un creciente interés. Sin embargo, un aspecto mencionado a menudo, pero escasamente estudiado, es el referido a la distancia entre el lugar de residencia y el municipio turístico. Éste es el eje central del artículo, que trata de conocer la relación entre la intensidad de oferta de alojamiento y la distancia a los núcleos urbanos, así como el grado en el que la distancia entre municipios rurales y urbanos puede considerarse un factor relevante en el establecimiento de la tipología de zona rural.

Clasificación JEL: L83; R12; R59.

Palabras clave: Zona rural; turismo rural; análisis clúster; distancia.

Analysis of Andalusian rural areas and their tourism, from a point of view of geographic proximity to Andalusian urban centers

ABSTRACT: The importance of rural tourism, as a driver for regional development in Andalusia, has had an increasing interest. However, a point mentioned repeatedly but barely studied is the reference to the distance between the place of residence and the municipality in which the tourism develops. This is the core of this article, which tries to know the relationship between the intensity of tourist accommodation and the distance to urban centers. It is also studied if the distance between rural and urban municipalities can be considered a relevant factor to establish the typology of a rural area.

JEL Classification: L83; R12; R59.

Keywords: Rural area; rural tourism; cluster analysis; distance.

* Departamento de Economía General. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cádiz. Glorieta de Carlos Cano, s/n, 11002, Cádiz. Tfno.: 956037871. mercedes.jimenezgarcia@uca.es.

** Departamento de Economía General. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad de Cádiz.

Recibido: 28 de abril de 2014 / Aceptado: 31 de octubre de 2014.

1. Introducción

España se configura, en la actualidad, como uno de los principales países turísticos a nivel mundial (ocupando el 4.º puesto por llegadas y el 2.º por ingresos de turismo internacional, según el ranking elaborado por la OMT, 2012: 6). País muy competitivo en este sector, entre otros aspectos, por la amplia variedad de tipologías turísticas que ofertan sus diferentes territorios, desde un turismo de esquí, hasta un turismo de sol y playa, pasando por un turismo cultural, de congresos, enológico, gastronómico, etcétera.

Una de las tipologías de más reciente desarrollo es el turismo rural, sobre todo en la Comunidad Autónoma andaluza, uno de los principales territorios turísticos de España, en los que este turismo cuenta con importantes factores potenciales de desarrollo como son la gran cantidad de pequeños municipios repartidos por las diferentes provincias, las bondades del clima, cantidad de actividades de turismo activo disponibles, etcétera.

La importancia del turismo rural como motor de desarrollo territorial ha producido un creciente interés en las últimas décadas, reflejado en la profusión de literatura académica concerniente a las características, desarrollo, implicaciones, efectos, etc. de este tipo de turismo en diferentes escalas territoriales (véanse Sánchez *et al.*, 2000; Cánoves, Herrera y Blanco, 2005; Rico, 2005; Fuentes, 2009; Pulido y Cárdenas, 2011; Bachiller, 2012 y García y Barrena, 2013, entre otros).

Sin embargo, un aspecto mencionado repetidamente respecto al turismo rural, pero escasamente estudiado, es el referente a la distancia existente entre el lugar de residencia habitual del turista y el municipio/s en el que se desarrolla este tipo de turismo. Éste es el eje central del presente artículo, abordando el concepto de turismo de proximidad (Díaz y Llurdés, 2013) desde la dimensión física del mismo, es decir, se profundizará en el estudio de la proximidad geográfica, medida en términos de distancia (Torré, 2004), para tratar de dar respuesta a una serie de interrogantes aplicados sobre el ámbito espacial de la Comunidad Autónoma andaluza, tales como la existencia de relación entre la intensidad de oferta de alojamiento turístico y la distancia a los núcleos urbanos andaluces, así como el grado en el que la distancia existente entre municipios rurales y urbanos de esta región puede considerarse un factor relevante en el establecimiento de la tipología de zona rural —a revitalizar, intermedia y periurbana—¹.

Para poder dar respuesta a las cuestiones planteadas, las fuentes estadísticas consultadas han sido las bases de datos del Registro de Turismo de Andalucía (RTA) actualizadas a fecha de noviembre de 2012 (<http://www.sgpg.pap.meh.es>), el Padrón Municipal ofrecido por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en enero de 2012 (<http://www.ine.es/>), Via Michelin (<http://www.viamichelin.es/>) y Google Maps (<https://maps.google.es/>).

¹ El análisis efectuado hace referencia únicamente al turismo de los residentes en Andalucía, ya que realizan el 66,56% de las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural andaluz, seguidos por madrileños, con un 13,64% y catalanes con un 4,61% (INE, 2013).

El trabajo se estructura de la siguiente manera: en el segundo apartado se profundiza en el concepto de turismo rural en Andalucía y su relación con el parámetro central objeto de investigación: la distancia a núcleos urbanos; en el tercer apartado se realiza una primera aproximación a la relación entre turismo rural y distancia, en Andalucía, a través de un análisis cluster; resultados que se complementan con los obtenidos en el cuarto apartado, en el que se incluyen dos variables fundamentales como son las principales vías de comunicación por carretera y la población; y en el epígrafe final se reúnen las principales ideas y conclusiones del análisis efectuado.

2. El turismo rural: aproximación a su relación con el parámetro distancia en Andalucía

Numerosas fuentes en la literatura hacen referencia al turismo rural como aquel turismo que se desarrolla en el espacio rural y la bibliografía concerniente al mismo se ha visto incrementada con notables aportaciones en los últimos años (Carrillo, 2002; Cánoves, Herrera y Villarino, 2005; Flores, 2007; Fuentes, 2009). La progresiva adquisición de importancia de este tipo de turismo como elemento de desarrollo territorial también se ve reflejada a nivel normativo en fuentes como el Real Decreto 752/2010, de 4 de junio, por el que se aprueba el primer programa de desarrollo rural sostenible para el periodo 2010-2014 en aplicación de la Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural (*BOE* de 11 de junio de 2010, núm. 142). En el mismo, además de tratar aspectos tales como objetivos, estrategias, medidas de desarrollo rural, etc., también se identifican a los diferentes municipios integrantes de zonas rurales —clasificándolas como zonas a revitalizar, intermedias o periurbanas—, es decir, aquéllos susceptibles de ofrecer un tipo de turismo rural. De las 17 Comunidades Autónomas españolas (CCAA), es Andalucía la que concentra una mayor cantidad de población, en términos absolutos, en zonas rurales catalogadas como a revitalizar e intermedia.

Según el RD 752/2010, de 4 de junio, en Andalucía se identifican 680 municipios que integran 26 zonas rurales y representan una población de 3.045.557 habitantes, es decir, aproximadamente el 36% del conjunto de la población andaluza (según datos del Padrón para 2012) y el 79,6% de su superficie (87.590,68 km²). De estas 26 zonas rurales, 11 se clasifican como zonas a revitalizar, 14 como intermedias y tan sólo una como periurbana².

² El territorio andaluz restante no es, automáticamente, considerado en su totalidad como urbano, ya que el hecho de que la Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural, sólo considere medio rural a «el espacio geográfico formado por la agregación de municipios o entidades locales menores definidos por las administraciones competentes que posean una población inferior a 30.000 habitantes y una densidad inferior a 100 habitantes por km²», no significa que los espacios que no cumplan estos criterios sean forzosamente urbanos. Además, tal y como expone el RD 752/2010, de 4 de junio, «excepcionalmente, la Ley permite incluir en una zona rural un municipio que no cumpla alguno de los dos criterios anteriores, cuando la homogeneidad y funcionalidad de la zona así lo exijan».

Para la agrupación de los diferentes municipios en cada una de las tres zonas anteriormente mencionadas, se han seguido criterios tales como la densidad y tendencia de la población, el porcentaje de activos en los sectores primario, secundario y terciario, los niveles de renta, la proximidad a núcleos urbanos y la vertebración territorial (Jiménez, Ruiz y Peña, 2014: 103).

Esta alusión a la distancia entre municipios rurales y urbanos y no sólo a la misma, sino a la vertebración entre ellos, facilidad de acceso, tiempo de trayecto, etc. es una constante en la literatura sobre el turismo rural, ya sea, de forma genérica, para diferenciar áreas rurales y urbanas —siendo las primeras las situadas más allá de la distancia de desplazamiento diario al trabajo a las áreas urbanas (Unión Europea, 2007: 4)—; como para definir al tipo de usuario de este turismo —considerando el alojamiento rural de mayor atractivo para los turistas de mayor cercanía (VV.AA., 2005: 21)—; o para definir el potencial del turismo rural —midiendo al mismo en función de la distancia que separa el municipio rural del urbano, volviendo a hacer coincidir al usuario urbano como el usuario de turismo rural (Villanueva, 1994: 222)— (Cánoves, Herrera y Blanco, 2005). Siguiendo a estos mismos autores, se pueden distinguir dos tipos de turismo rural en función del tiempo de desplazamiento. Por una parte, un turismo rural esporádico, que afecta a las zonas rurales periféricas más alejadas de los núcleos urbanos y, por tanto, con escasez aún de oferta de casas rurales; y por otra parte, un turismo rural intensivo, en zonas próximas a las urbes adecuadamente comunicadas (turismo de fin de semana, vacaciones cortas, etc.) (Cánoves, Herrera y Blanco, 2005: 49).

Al objeto de conocer si estas afirmaciones generalistas se pueden aplicar al caso andaluz (tanto las que relacionan la intensidad de oferta de alojamiento turístico con la distancia a los núcleos urbanos, como la mencionada relación entre turismo rural y urbano en cuanto a distancia, como factor relevante de la tipología de zona rural —a revitalizar, intermedia y periurbana—), en el siguiente epígrafe se aplica una primera aproximación a través de un análisis cluster de K-medias³, a partir de variables tanto referentes a la oferta turística (número de plazas en establecimientos hoteleros y en establecimientos rurales)⁴ como a la distancia (kilómetros de distancia al municipio más cercano no urbano y a los municipios urbanos más cercanos)⁵ y a la clasificación de la zona rural a la que pertenece el municipio en función del RD 752/2010, de 4 de junio (tipo de zona rural del municipio y del municipio más cercano).

³ Como medida de la distancia entre casos se ha partido de la utilización de la distancia euclídea, que mide la distancia entre dos puntos en un espacio geométrico de «n» dimensiones, siendo la más utilizada en este tipo de análisis (Santesmases, 2009).

⁴ Recogiendo bajo la rúbrica de «establecimientos rurales» a los apartamentos, campings, bungalows y casas rurales, englobando el resto de la oferta de alojamiento como «establecimientos hoteleros» (pensiones, hostales, hoteles-apartamento, hoteles...)

⁵ La circunscripción del análisis al turismo rural andaluz, hace que los kilómetros de distancia vengán computados siempre respecto a municipios andaluces, no observándose municipios limítrofes pertenecientes a otras CCAA (Extremadura, Castilla-La Mancha y Murcia) o incluso a otros países, como es el caso de Portugal.

3. Reagrupación de las zonas rurales andaluzas en función de su distancia a núcleos urbanos: aplicación de un análisis cluster

Previamente a la aplicación del análisis cluster mencionado en el epígrafe precedente, ha sido necesario estandarizar al máximo las variables objeto de estudio, por lo que, para la introducción de los datos referentes a los kilómetros (km), se han calculado intervalos homogéneos, estableciendo el máximo y mínimo y realizando una media aritmética para encontrar un número de intervalos que comprendan, cada uno de ellos, la misma distancia, en cada caso⁶. Como resultado de esta operación, se han obtenido los ocho intervalos siguientes:

Cuadro 1. Estandarización de la variable kilómetros

<i>Valor dado a la variable</i>	<i>Km de distancia al municipio más cercano</i>	<i>Km de distancia a municipios urbanos</i>
8	0-4	0-18,75
7	4-8	18,75-37,5
6	8-12	37,5-56,25
5	12-16	56,25-75
4	16-21	75-93,75
3	21-25	93,75-112,5
2	25-29	112,5-131,25
1	29-33,3	131,25-150

Fuente: Elaboración propia a partir de Google Maps y Vía Michelin.

Posteriormente, al aplicar el análisis cluster, se obtiene una suma de cuadrados total de 4.080 a 1.210,87, dando lugar a una explicación de la varianza total del 70,32% (Cuadro 2).

Cuadro 2. Varianza de las variables explicada por la división en grupos

Suma de cuadrados del total de la muestra	4.080,00
Suma de cuadrados intragrupos (de todos los grupos)	1.210,87
Suma de cuadrados explicada por la partición en grupos	70,32%

Fuente: Elaboración propia.

⁶ Como medida de estandarización se ha utilizado el centroide «localización del Ayuntamiento» ya que se encuentra ubicado, generalmente, en el núcleo de la localidad. En línea con el posterior análisis cluster empleando el método K-medias que asigna a cada observación el conglomerado más próximo en términos del centroide.

Se han obtenido siete conglomerados resultantes de la aplicación del algoritmo K-medias, que se encuentran compuestos por un total de 5, 186, 161, 26, 125, 167 y 10 zonas rurales, respectivamente (Cuadro 3).

Cuadro 3. Grupos generados en el análisis cluster

	Total muestra	Grupos generados por la partición						
		Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6	Grupo 7
Número de integrantes	680	5	186	161	26	125	167	10
Suma de cuadrados	4.080,00	103,96	266,65	139,15	89,48	268,73	245,36	97,55

Fuente: Elaboración propia.

Con la finalidad de determinar las variables independientes cuyos valores medios muestren diferencias significativas entre los siete grupos, se realiza una tabulación cruzada de valores medios, aplicando la *F* de Snedecor para realizar el contraste de significación de las diferencias entre los centros de los conglomerados (Hair, Anderson, Tahtam y Black, 2005; Santesmases, 2009: 352). Sus resultados se presentan en el Cuadro 4 en el que el análisis de varianza de diferencias entre medias (prueba *F* de Snedecor) permite comprobar que la partición en siete grupos presenta diferencias significativas al nivel del 1% en las medias de las seis variables seleccionadas ($p = 0,0000$).

Cuadro 4. Tabulación cruzada de valores medios

Variables	Grupos								F-Snedecor	
	1	2	3	4	5	6	7	Total	F	Sig.
N.º plazas en establecimiento hoteleros	3.320,0	63,2	54,3	175,5	44,8	70,0	2767,4	127,4279	444,2594	0,0000
N.º plazas en establecimientos rurales	6.672,0	79,0	35,0	184,6	98,8	66,4	1.912,3	148,7	504,3191	0,0000
Km distancia al municipio más cercano	5,2	6,3	7,3	6,0	6,0	5,3	5,7	6,2	49,3855	0,0000
Km distancia a municipios urbanos	6,2	6,7	7,0	7,8	4,0	6,7	6,4	6,3	144,5045	0,0000
Tipo de zona rural	2,4	1,0	2,0	2,1	1,0	2,0	2,0	1,6	803,3105	0,0000
Tipo de zona rural del municipio más cercano	2,6	1,1	2,0	3,9	1,0	2,0	2,0	1,6	633,3426	0,0000

Fuente: Elaboración propia.

Se aplica un análisis discriminante con las seis variables anteriores, al ser todas ellas significativas, como variables independientes, con objeto de validar si los grupos obtenidos están suficientemente diferenciados en función de dichas variables (Fernández, Rodeiro y Ruza, 2004: 8, Quijano, 2009: 55; Santesmases, 2009: 447).

Cuadro 5. Lambda de Wilks y Chi-cuadrado de Bartlett

<i>Lambda de Wilks</i>	<i>F de Snedecor</i>	<i>Grados de libertad</i>	<i>p</i>
0,0011	301,3910	36 y 2.936	0,0000
<i>Chi cuadrado de Bartlett</i>		<i>Grados de libertad</i>	<i>p</i>
4567,2585		36	0,0000

Fuente: Elaboración propia.

Tanto el indicador lambda de Wilks como el Test de Bartlett (Cuadro 5), indican que la variabilidad total es debida a las diferencias entre grupos, con *p*-valor asociados estadísticamente significativos a un nivel del 1% ($p = 0,0000$), por lo que es adecuado presentar la matriz de confusión del análisis discriminante con los grupos del análisis cluster, cuyos resultados muestran que existe un porcentaje de asignaciones correctas del 98,68% (Cuadro 6).

Cuadro 6. Matriz de confusión (análisis discriminante con los grupos obtenidos del análisis cluster de K medias)

		<i>Grupos asignados según funciones discriminantes</i>							<i>Total</i>
		<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	
<i>Grupos reales</i>	<i>1</i>	5	0	0	0	0	0	0	5
	<i>2</i>	0	186	1	0	0	0	0	187
	<i>3</i>	0	0	160	0	0	0	0	160
	<i>4</i>	0	0	0	26	0	0	0	26
	<i>5</i>	0	0	2	0	120	3	0	125
	<i>6</i>	0	1	0	2	0	164	0	167
	<i>7</i>	0	0	0	0	0	0	10	10
	Total	5	187	163	28	120	167	10	680

Clasificados correctamente el 98,68% de los casos agrupados originales.

Fuente: Elaboración propia.

A partir del análisis realizado se pueden identificar los municipios andaluces catalogados como zonas rurales, en siete grupos en función de las seis variables ya mencionadas anteriormente, con las características descritas en el Cuadro 7.

Cuadro 7. Características de cada grupo del análisis cluster

Nombre	Núm. de municipios	Núm. de plazas en establecimientos de alojamiento	Km de distancia	Tipo de zona rural
Grupo 1	5	<ul style="list-style-type: none"> Cada municipio concentra entre 8.354 y 12.560 plazas en establecimientos, ya sean rurales u hoteleros. 	<ul style="list-style-type: none"> Municipio más cercano: 14 km. Municipio urbano: 38 km. 	<ul style="list-style-type: none"> S/RD: intermedios o periurbanos. Municipio más cercano: intermedios o periurbanos.
Grupo 2	186	<ul style="list-style-type: none"> 22% oferta nula. 21% solo plazas en establecimientos hoteleros. 14% solo plazas en establecimientos rurales. 43% plazas en ambos tipos establecimientos (menos de 50 plazas: 43%; de 50 a 100 plazas: 24%; de 100 a 400: 24%; de 400 a 800: 7%; de 800 a 1.400: 3%). 	<ul style="list-style-type: none"> Municipio más cercano: 9 km. Municipio urbano: 35 km. 	<ul style="list-style-type: none"> S/RD: a revitalizar. Municipio más cercano: a revitalizar.
Grupo 3	161	<ul style="list-style-type: none"> 31% oferta nula. 26% solo plazas en establecimientos hoteleros. 17% solo plazas en establecimientos rurales. 26% plazas en ambos tipos establecimientos (menos de 50 plazas: 57%; de 50 a 100 plazas: 13%; de 100 a 400: 23%; de 400 a 800: 6%). 	<ul style="list-style-type: none"> Municipio más cercano: 5,2 km. Municipio urbano: 28,6 km. 	<ul style="list-style-type: none"> S/RD: intermedios. Municipio más cercano: intermedios.
Grupo 4	26	<ul style="list-style-type: none"> 15% oferta nula. 31% solo plazas en establecimientos hoteleros. 8% solo plazas en establecimientos rurales. 46% plazas en ambos tipos establecimientos (menos de 50 plazas: 33%; de 50 a 100 plazas: 17%; de 100 a 400: 33%; de 400 a 800: 4%; de 800 a 2.900: 13%). 	<ul style="list-style-type: none"> Municipio más cercano: 10,4 km. Municipio urbano: 12,7 km. 	<ul style="list-style-type: none"> S/RD: intermedios. Municipio más cercano: urbanos.
Grupo 5	125	<ul style="list-style-type: none"> 11% oferta nula. 15% solo plazas en establecimientos hoteleros. 29% solo plazas en establecimientos rurales. 45% plazas en ambos tipos establecimientos (menos de 50 plazas: 42%; de 50 a 100 plazas: 24%; de 100 a 400: 29%; de 400 a 800: 3%; de 800 a 2.100: 2%). 	<ul style="list-style-type: none"> Municipio más cercano: 9,9 km. Municipio urbano: 83,7 km. 	<ul style="list-style-type: none"> S/RD: a revitalizar. Municipio más cercano: a revitalizar.
Grupo 6	167	<ul style="list-style-type: none"> 16% oferta nula. 23% solo plazas en establecimientos hoteleros. 16% solo plazas en establecimientos rurales. 46% plazas en ambos tipos establecimientos (menos de 50 plazas: 48%; de 50 a 100 plazas: 18%; de 100 a 400: 24%; de 400 a 800: 8%; de 800 a 1.100: 1%). 	<ul style="list-style-type: none"> Municipio más cercano: 12,4 km. Municipio urbano: 35 km. 	<ul style="list-style-type: none"> S/RD: intermedios. Municipio más cercano: intermedios.
Grupo 7	10	<ul style="list-style-type: none"> en cada uno de estos municipios se ofrece, un promedio de 1.912 plazas en establecimientos rurales y 2.767 en establecimientos hoteleros. 	<ul style="list-style-type: none"> Municipio más cercano: 11,5 km. Municipio urbano: 38,2 km. 	<ul style="list-style-type: none"> S/RD: intermedios. Municipio más cercano: intermedios.

Fuente: Elaboración propia.

En el Cuadro 7 se observa que, de los siete grupos obtenidos a través del análisis cluster, son los formados por el menor número de municipios (grupos 1 y 7) los que destacan en cuanto a la concentración de un gran número de plazas en alojamientos turísticos. Éstos suelen situarse a una distancia media aproximada de 38 km del municipio urbano más cercano, son catalogados por el RD 752/2010 como municipios intermedios o periurbanos y se encuentran próximos (entre 11,5 y 14 km) a municipios de su misma tipología —intermedios o periurbanos—. Los municipios de estos conglomerados responderían al catalogado como turismo rural intensivo (Cánoves, Herrera y Blanco, 2005) al que se hacía alusión en el epígrafe precedente.

Sin embargo, la oferta de alojamientos de los municipios de ambos grupos se encuentra diferenciada, mientras que los cinco municipios integrantes del grupo 1 se destinan, prácticamente, a un turismo orientado a establecimientos rurales —ya que en cuatro de ellos las plazas ofertadas en estos establecimientos duplica el número de las ofertadas en hoteles y en el municipio restante, ambas son muy similares entre sí—, los diez municipios del grupo 7 se puede decir que se destinan más a un turismo orientado al establecimiento en hoteles que en establecimientos rurales ya que en cinco de los diez, las plazas ofertadas en estos establecimientos supera el doble del número de las ofertadas en establecimientos rurales, y en otros tres no llega a ser el doble pero sí son superiores las plazas en hoteles.

Este conjunto de municipios sólo representan el 2,2% del total de los que conforman las zonas rurales andaluzas. El porcentaje restante se distribuye entre grupos formados por un gran número de municipios, caracterizados por ser:

- municipios a revitalizar alejados, aproximadamente, unos 84 km de algún municipio urbano y muchos de los cuales (un 29%) sólo oferta plazas en establecimientos rurales (grupo 5), que representan el 18% del total.
- otros municipios a revitalizar (27%, grupo 2) mucho más cercanos a núcleos urbanos (a unos 35 km) y en los que el porcentaje de municipios con plazas en establecimientos sólo rurales desciende hasta el 14% frente al 21% de municipios que sólo tienen plazas hoteleras y no de tipo rural.
- municipios intermedios que se encuentran entre 28 y 35 km de un núcleo urbano, por término medio (grupos 3 y 6, que representan el 24% y 25% aproximadamente del total de municipios). Se puede decir que el 23% de estos municipios posee una oferta nula de plazas en cualquier tipo de establecimiento de alojamiento, mientras que en el resto existen plazas sólo hoteleras, sólo rurales o de ambos tipos.

Se observa también un último grupo de municipios (sólo 26, grupo 4), que representan apenas el 4% del total y que se caracterizan por ser los municipios intermedios más próximos a zonas urbanas, a menos de 13 km de las mismas. El 46% de ellos poseen plazas en los dos tipos de establecimientos objeto de análisis, de los que el 13% son establecimientos de una elevada capacidad, entre 800 y 2.900 plazas. Por el contrario, sólo el 8% de ellos oferta únicamente alojamiento de tipo rural.

En definitiva, a partir del análisis realizado se puede decir que la mayor parte de los municipios catalogados como rurales en la Comunidad Autónoma andaluza,

ofertan plazas tanto en establecimientos rurales como hoteleros. Son escasos los municipios que sólo disponen de oferta en alojamiento rural, y suelen concentrarse en las zonas más alejadas de los núcleos urbanos.

Además, también se observa que, por regla general, los municipios intermedios y periurbanos se localizan, por término medio, a menos de 40 km, una distancia inferior a una hora de viaje (en coche) respecto a los municipios urbanos. No obstante, en cuanto a los municipios a revitalizar, existen importantes diferencias entre los mismos, ya que se puede observar una escisión entre un gran número de municipios muy alejados de zonas urbanas (a más de 80 km) y otro importante conjunto de municipios más cercanos incluso que algunos catalogados como intermedios (a 35 km). Por tanto, se puede decir que no se observa un conglomerado de municipios que respondan a las características de turismo rural esporádico (Cánoves, Herrera y Blanco, 2005) ya que no se concentran en un solo cluster las características de zona más alejada de núcleos urbanos (cluster 5) con la de escasez de oferta en alojamiento rural (en el cluster 5 el 29% de los municipios ofertan alojamientos rurales, exclusivamente, y el 45% tanto rurales como hoteleros). Dentro de esta catalogación, se mencionarían, sin embargo, al 11% de los municipios del cluster 5 que disponen de una oferta de alojamiento nula.

4. La relación de la comunicación vial y la población con la clasificación de los municipios y el turismo rural

Para poder ofrecer una visión más completa de la situación descrita a partir del análisis del epígrafe precedente, se incluirán las variables: principales vías de comunicación por carretera⁷ y población municipal, como factores que pueden contribuir a explicar las apreciaciones observadas y a proporcionar una información adicional sobre las mismas.

En cuanto a la primera, una adecuada estructura viaria que enlace los municipios rurales y urbanos es fundamental para obtener un desarrollo del turismo rural en estos últimos, ya que la disponibilidad del tiempo de desplazamiento de los turistas es un factor clave para la utilización que hacen los mismos de las zonas rurales (Pigram, 1983).

Para poner de relieve la variable viaria en relación al análisis cluster realizado previamente, se elabora el Mapa 1, en el que resalta la vertebración de las principales vías de comunicación por carretera, encontrándose, fundamentalmente, en la confluencia de las mismas los núcleos denominados como urbanos. También se observa cómo los municipios pertenecientes a los Grupos 1 y 7, los de mayor concentración de plazas en alojamientos, son, mayoritariamente, municipios costeros y próximos a carreteras importantes como autovías o autopistas.

⁷ «Los usuarios del turismo rural suelen utilizar en un 80% el automóvil para desplazarse por el territorio» (Cánoves, Herrera y Blanco, 2005: 50).

mucho más concentrada en el caso de los municipios del Grupo 6 y más dispersa en el caso de los Grupos 3 y 4, sobre todo en los primeros, situados, más que en grandes conjuntos, en la periferia de municipios del Grupo 6.

En segundo lugar, añadiendo la variable poblacional, anteriormente mencionada, al análisis realizado, se puede obtener el ratio «población municipal/número de plazas en establecimientos hoteleros y rurales»⁸, al que se le ha denominado «densidad de plazas» (Cuadro 8).

Cuadro 8. Establecimientos de alojamiento: densidad de plazas y porcentaje de municipios sin oferta, por clúster

<i>Grupo del cluster</i>	<i>Densidad de plazas</i>		<i>% Municipios sin oferta</i>	
	<i>Establ. rurales</i>	<i>Establ. hoteleros</i>	<i>Establ. rurales</i>	<i>Establ. hoteleros</i>
1	2,7	5,5	0,0	0,0
2	31,3	39,1	43,3	35,8
3	124,5	80,3	57,5	48,1
4	41,4	43,5	46,2	23,1
5	23,5	51,8	26,4	40,0
6	97,5	92,4	38,3	31,7
7	11,3	7,8	10,0	0,0

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el RTA y por el INE.

Se observa cómo son los clusters 1 y 7, es decir, los formados por un menor número de municipios —la mayor parte de ellos costeros, o de litoral— en los que se oferta un mayor número de plazas en relación a su población, destacando, fundamentalmente, la concentración de plazas en establecimientos rurales en el cluster 1. En el resto de clusters, el porcentaje de municipios sin oferta ni rural ni hotelera oscila entre, aproximadamente, el 23% y el 57,5%, siendo menos intensa la oferta de plazas en función a la población municipal que para los clusters 1 y 7, destacando los grupos 3 y 6 como aquéllos con menor densidad de plazas.

Clusters como el 2 y el 5, conformados fundamentalmente por municipios catalogados como a revitalizar, por el RD 752/2010, a pesar de contar con escasa densidad poblacional, no son los de menor oferta de alojamiento turístico en función a su población, factor que parece indicar que gran parte de los municipios a revitalizar andaluces se han orientado hacia el turismo rural como una vía de diversificación de su actividad y crecimiento económico, mientras que en muchos de los municipios

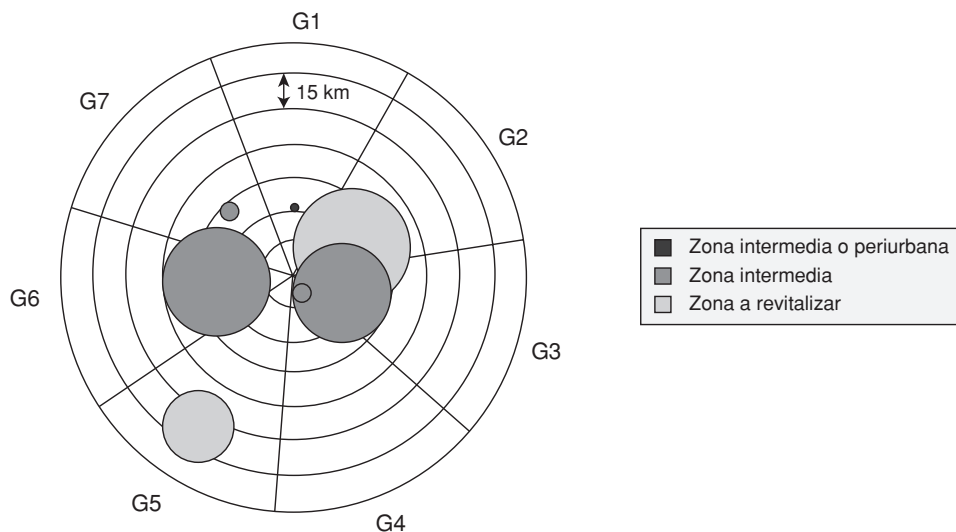
⁸ Las cifras de población municipal se han obtenido a través de los datos proporcionados por el Padrón a 1 de enero de 2012 —para que no exista desconexión con los datos del número de plazas en establecimientos, también disponibles para 2012—.

intermedios el turismo rural sí es importante pero se cuentan además con otras actividades y sectores en desarrollo para muchos de sus habitantes.

En último lugar, se elabora la Gráfica 1 para mostrar la situación de cada grupo obtenido a partir del análisis cluster respecto a la distancia, por término medio, al municipio urbano más cercano, con el objeto de completar las conclusiones obtenidas, y una vez contempladas las variables vías de comunicación por carretera y densidad de plazas (Mapa 1 y Cuadro 8, respectivamente).

En la Gráfica 1 se recogen los siete grupos del análisis cluster, siendo el tamaño de cada nodo proporcional al número de municipios que conforma cada grupo y representando cada círculo concéntrico, a partir del centroide, una distancia de 15 km respecto al anterior.

Gráfica 1. Grupos del análisis cluster en función de los km de distancia al municipio urbano



Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el RTA.

Se observa que es el Grupo 4 (municipios catalogados en su mayoría como intermedios), el que se encuentra más próximo a municipios urbanos, a una media de 13 km por carretera, mientras que los municipios a revitalizar integrantes del grupo 5 son los más alejados, a más de 80 km de desplazamiento. Sin embargo, el resto de clusters integrados, unos por municipios de tipo a revitalizar, otros intermedios y periurbanos, se encuentran a una distancia que oscila entre los 28 y los 38 km al municipio urbano más cercano, no observándose, por tanto, diferencias apreciables entre la clasificación municipal en estos clusters obtenidos en función de la distancia entre zona rural y urbana.

5. Conclusiones

En la construcción europea actual se tiende hacia una creciente diversificación de la oferta de turismo rural (Cánoves, Herrera y Blanco, 2005: 51) —encontrando diferentes fases de desarrollo en función del municipio, tal y como se ha observado en este artículo—, oferta que no tiene por qué concentrarse en un único municipio sino, a través del establecimiento de redes territoriales, formando una adecuada estructura viaria, es posible beneficiarse de las economías de aglomeración a través de interdependencias existentes entre regiones urbanas y áreas rurales (Agenda, 2007: 4).

En este artículo se ha puesto en evidencia la relación existente entre vertebración territorial vía red de carreteras en Andalucía, con la caracterización de las zonas rurales como a revitalizar, intermedias y periurbanas, que afecta, a su vez, al desarrollo del turismo rural en las mismas como eje de crecimiento económico.

Se ha podido observar una tendencia acusada en lo que respecta a gran parte de los municipios a revitalizar, en cuanto a la relación entre su clasificación y la distancia al municipio urbano más próximo, alejados en unos 80 km de los urbanos, no obstante, no se puede decir que este principio se cumpla en todos ellos, encontrándose fundamentalmente en esta situación los municipios del levante andaluz. Por tanto, se puede decir que la distancia es una variable a tener en cuenta, pero no fundamental ni decisoria en la caracterización de un municipio rural.

Además, se observa que los clusters formados por un menor número de municipios (1 y 7), de carácter éstos periurbano o intermedio y, en su mayoría, costeros y con buenas comunicaciones, ya sea mediante autopista o autovía, son en los que se oferta un mayor número de plazas en relación a su población, tanto en establecimientos hoteleros como rurales. Situándose, además, a una media de 38 km del municipio urbano más cercano al cluster (menos de una hora de viaje en coche, turismo rural intensivo). Sin embargo, municipios integrantes del cluster 4, el más cercano de todos a algún municipio urbano (aproximadamente unos 13 km), también catalogados como intermedios, no destacan por su oferta de alojamiento en relación a la población municipal, ni en hoteles ni en alojamientos rurales. Por tanto, *a priori*, y dadas las variables analizadas, no se puede decir que en Andalucía se verifique la existencia de una relación directa y/o generalizada, entre intensidad de oferta de alojamiento turístico y distancia del municipio rural a núcleos urbanos.

Por regla general, los municipios que ofertan únicamente plazas en establecimientos rurales se encuentran en las zonas más alejadas a los municipios urbanos. Gran parte de los municipios a revitalizar andaluces se han orientado hacia el turismo rural como una vía de diversificación de su actividad y crecimiento, y gran parte de ellos tienen una amplia oferta de alojamiento turístico en relación a su población.

La mejora de la accesibilidad, fundamentalmente hacia los territorios rurales periféricos y poco poblados, se convierte en requisito necesario para alcanzar el desarrollo sostenible de estas zonas rurales y el fomento de su turismo.

Este estudio, que se puede considerar como preliminar, aporta una primera aproximación al tema de análisis poco tratado por la literatura actual. No obstante, los autores son conscientes de que existen aún algunas limitaciones al análisis realizado, entre las que se pueden destacar:

- Por una parte, que sólo se han tenido en cuenta las principales vías de comunicación por carretera que sirven como eje vertebrador entre territorios andaluces, sin considerar vías secundarias ni ferroviarias.
- Y por otra parte, el límite geográfico del trabajo, que hace que municipios fronterizos andaluces puedan encontrarse más próximos (en km de distancia) a zonas urbanas de otras Comunidades Autónomas, como Murcia, Castilla-La Mancha o Extremadura, y en el oeste andaluz, a urbes de Portugal.

No obstante, el marco elegido para esta investigación exploratoria ha sido la comunidad andaluza y la clasificación y distancia de sus municipios rurales respecto a sus zonas urbanas, por lo que no se ha querido distorsionar el estudio con datos extrafronterizos. Análisis éste que se posterga para siguientes investigaciones ya que, posiblemente, podrá aportar una nueva perspectiva entre clasificación y distancia, pero esta vez, centrándonos exclusivamente en los municipios próximos a las fronteras entre regiones y ampliando las tipologías de vías de comunicación existentes en la actualidad.

Bibliografía

- Bachiller Martínez, J. M. (2012): «Conflictos de intereses en la ordenación de un territorio de montaña: el turismo rural en la Tierra Pinariega Soriana», *Cuadernos de Turismo*, núm. 29, 11-34.
- Cánoves, G.; Herrera, L., y Blanco, A. (2005): «Turismo rural en España: un análisis de la evolución en el contexto europeo», *Cuadernos de Geografía*, núm. 77, 41-58.
- Cánoves Valiente, G.; Herrera Jiménez, L., y Villarino Pérez, M. (2005): «Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones», *Cuadernos de turismo*, núm. 15, 63-76.
- Carrillo Moral, C. (2002): «Los turismos genéricos con base en la naturaleza. Su ejemplificación en el territorio andaluz», en *III Encuentro de Profesores de Formación Turística Universitaria: Madrid, 14 y 15 diciembre 2001*, Madrid: Anestur, Federación española de turismo.
- Díaz Soria, I., y Llundés Coit, J. C. (2013): «Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local», *Cuadernos de Turismo*, núm. 32, 65-88.
- Fernández, S.; Rodeiro, D., y Ruzo, E. (2004): «Análisis de la oferta de las universidades gallegas», *Working Paper Series Economic Development*, núm. 82, 1-23.
- Flores Ruiz, D. (2007): *Análisis de la oferta y demanda turística del parque natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche*, Universidad Internacional de Andalucía. Sede Iberoamericana Santa María de la Rábida.
- Fuentes Luque, A. (2009): «El turismo rural en España: terminología y problemas de traducción», *Entreculturas*, núm. 1, 469-486.
- García López de Meneses, T., y Barrena Figueroa, R. (2013): «Preferencias del visitante de establecimientos de turismo rural. Estudio en Navarra», *Cuadernos de Turismo*, núm. 32, 115-139.

Google Maps: <https://maps.google.es/>.

Hair, J. F.; Anderson, R. E.; Tahtam, R. L., y Black, W. (2005): *Análisis multivariante* (6.ª ed.), Madrid, Prentice Hall.

Instituto Nacional de Estadística (INE): Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural, 2013, <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eotr&file=inebase&L=0>.

— Padrón. Población por municipios, <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t20/e245/&file=inebase>.

Jiménez García, M.; Ruiz Chico, J., y Peña Sánchez, A. R. (2014): «Incidencia de las zonas rurales sobre las posibles tipologías de turismo rural: el caso de Andalucía», *Investigaciones Regionales*, núm. 28, 101-123.

Noticias Jurídicas: <http://noticias.juridicas.com/> (consulta de legislación).

Organización Mundial de Turismo (OMT) (2012): *Panorama OMT del turismo internacional*, Edición 2012, OMT.

Pigram, J. (1983): *Outdoor recreation and resource management*, Londres, Croom Helm.

Pulido Fernández, J. I., y Cárdenas García, P. J. (2011): «El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 56, 155-176.

Quijano Ponce de León, A. (2009): *Trabajo de sistemas de investigación de mercados*, Argentina, El Cid Editor.

Registro de Turismo de Andalucía (RTA): <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/turismoycomercio/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/turismo/registro-de-turismo-de-andalucia/>.

Rico González, M. (2005): «El turismo como nueva fuente de ingresos para el medio rural de Castilla y León», *Cuadernos de turismo*, núm. 16, 175-196.

Sánchez Martín, J. M.; Leco Berrocal, F.; Gurría Gascón, J. L., y Pérez Martín, M. N. (2000): «La Planificación del Turismo Rural Sostenible en Extremadura mediante SIG», *Tecnologías Geográficas para el Desarrollo Sostenible*, 544-573.

Santesmases Mestre, M. (2009): *DYANE Versión 4. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*, Madrid, Pirámide.

Torré, A. (2004): «Introduction: proximité et territoires», *Économie rurale*, núm. 280, 2-7.

Unión Europea (2007): «Agenda Territorial de la Unión Europea: Hacia una Europa más competitiva y sostenible de regiones diversas». Acordada con ocasión de la reunión informal de ministros sobre desarrollo urbano y cohesión territorial en Leipzig.

— (2007): «*Carta de Leipzig sobre ciudades europeas sostenibles*».

Vía Michelin: <http://www.viamichelin.es/>.

Villanueva, J. (1994): «Turismo rural y medio ambiente», *Geographicalia*, núm. 31, 211-230.

VV.AA. (2005): «Análisis comparativo de las variables más características entre la demanda en alojamiento rural y camping», en VV.AA: *La demanda turística en el alojamiento rural y camping*. IBILTUR, 7, 15-24, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria.