

# LA CONSTRUCCIÓN DEL TURISMO EN NUEVOS DESTINOS: LUCES Y SOMBRAS. EL CASO DE LA RIOJA (ESPAÑA)

The construction of tourism in new destinations: lights  
and shades. A case study: La Rioja (Spain)

---

Sergio Andrés Cabello<sup>1</sup>, Nuria Pascual Bellido<sup>2</sup>

Fecha de recepción: 5 de septiembre de 2014

Fecha de aceptación: 22 de abril de 2015

---

1- Nacionalidad: Española. Grado: Doctor en Ciencias Políticas y Sociología. Especialización: Sociología del Turismo. Adscripción: Universidad de La Rioja. Correo electrónico: [sergio.andres@unirioja.es](mailto:sergio.andres@unirioja.es)

2- Nacionalidad: Española. Grado: Doctor en Geografía e Historia. Especialización: Geografía Humana. Adscripción: Universidad de La Rioja. Correo electrónico: [nuria-esther.pascual@unirioja.es](mailto:nuria-esther.pascual@unirioja.es)

## Resumen

*En las últimas dos décadas, prácticamente cualquier lugar se ha convertido en un destino turístico, poniendo en valor sus recursos, sean del tipo que sean (naturaleza, rural, montaña, cultural, gastronómico, industrial, etc.). Sin embargo, no todos ellos estaban preparados para tal fin, ni los resultados han sido los esperados, en tanto en cuanto las expectativas depositadas por promotores, administraciones, etc. El objetivo de este artículo es analizar la evolución del turismo en La Rioja (España), una región que en su conjunto se incorporó tardíamente a este sector de actividad, a partir de la segunda mitad de la década de 1990. Para llevar a cabo el presente artículo se han empleado fuentes secundarias, partiendo de la escasa bibliografía acerca de la cuestión, y analizando fuentes estadísticas y las políticas y actuaciones desarrolladas en La Rioja por las diferentes agencias institucionales y agentes turísticos.*

**Palabras clave:** *Enoturismo, turismo cultural, turismo rural, turismo de naturaleza, La Rioja.*

## Abstract

*In the last two decades, almost any place has become a tourist destination, reflecting the value of their resources, whatever they are (nature, rural, mountain, cultural, gastronomic, industrial, etc.). Yet, neither all of them were prepared for such purpose, nor the results that were expected have been achieved, with regard to developers and administration prospects. The aim of this paper is to analyze the evolution of tourism in La Rioja (Spain), a region which joined this sector very late, specifically, from the second half of the 1990s. To carry out this paper, secondary sources have been used. The literature on this subject is really sparse so, we have based the research on statistical sources, as well as, on the policy of institutional agencies and the actions taken by tourism stakeholders.*

**Keywords:** *Wine tourism, cultural tourism, rural tourism, nature tourism, La Rioja (Spain).*

## Introducción

La Rioja es una región española situada en el noreste de la Península Ibérica, en el valle del Ebro y con el sur de la misma formada por la cadena montañosa del Sistema Ibérico. Es la Comunidad Autónoma peninsular más pequeña y la que cuenta con menos habitantes, concretamente 5.034 Km<sup>2</sup> y su población se situaba en 2013 en 322.027 personas (INEa, 2014). Estos datos implican que La Rioja representa el 1% de la extensión de España y el 0,68% de sus habitantes. Sin embargo, La Rioja es una de las diecisiete Comunidades Autónomas que conforman el Estado Español, lo que conlleva una institucionalización administrativa y política, así como el hecho de contar con competencias e instituciones en numerosos ámbitos y materias (Andrés, 2007).

Mapa 1. Ubicación de La Rioja en España



Territorio diverso, el sur está formado por cadenas montañosas con cumbres por encima de los 2.000 metros (el Sistema Ibérico), y el norte se ubica en el valle del Ebro, situándose entre ambos una zona de somontano. Uno de los hechos más importantes de la configuración territorial de La Rioja es su estructuración en siete valles que atraviesan la región de sur a norte, lo que también conforma un territorio heterogéneo y que confiere una identidad territorial a cada uno de ellos. Aunque los valles se diluyen en su tramo final, es una identificación poderosa que sigue siendo empleada en la actualidad.

La región se había caracterizado, a grandes rasgos, a lo largo de su Historia por una importante presencia del sector primario: en una primera etapa, que se extiende prácticamente hasta el siglo XIX, nos encontramos con la presencia de un importante sector ganadero ovino en las zonas de sierra que dará lugar a una potente industria textil, que se hundirá con la industrialización (Giró, 2003); en la segunda etapa, a partir de la segunda mitad del siglo XIX, es la zona norte la que toma un protagonismo desconocido con el desarrollo del sector vitivinícola y la creación de un potente sector que llega hasta nuestros

días. Sin embargo, La Rioja será uno de los territorios del interior peninsular que se quede en un segundo plano en la industrialización del país durante la dictadura franquista (1939-1975), ya que este régimen focalizó la misma en una serie de enclaves, lo que provocó importantes movimientos migratorios interiores y un éxodo rural que despobló buena parte de este medio. La Rioja no fue una excepción, aunque haya podido desarrollar un sector secundario, especialmente vinculado a las manufacturas y al sector primario, a partir de la década de 1970. Territorialmente, y desde los procesos de éxodo rural, el sur serrano de la región se ha ido despoblando para concentrarse los habitantes del territorio, así como la gran mayoría de las actividades productivas, en el norte de la misma, en un fenómeno que se observa desde finales del siglo XIX.

En este contexto en el que nos situamos, ¿qué papel ha desempeñado el sector turístico?, o mejor dicho: ¿cómo ha surgido el turismo en La Rioja?, ¿qué aspectos se han puesto en valor para formar una oferta turística?, ¿cuáles han sido sus resultados?, ¿ha existido una planificación?, etc. Son numerosas las preguntas que podemos hacernos en este sentido, y obviamente las respuestas no son sencillas y obedecen a numerosos factores y variables. El presente artículo pretende responder a estas preguntas y lo hace partiendo de una reflexión teórica acerca de la evolución del sector turístico, especialmente en zonas como La Rioja, que no han tenido una tradición turística. A continuación, nos centraremos en el caso riojano a través de fuentes secundarias, especialmente las referidas a las estadísticas y a las derivadas de las instituciones y agentes vinculados al turismo en la región.

## 1. La evolución de turismo en zonas sin tradición

Para entender las bases del turismo en La Rioja hay que partir de supuestos interrelacionados. En primer lugar, La Rioja es uno de esos territorios sin apenas tradición turística, que no había desarrollado una infraestructura porque no contaba con los elementos que movían a la demanda. Exceptuando el caso de la localidad de Ezcaray y su estación de esquí (Valdezcaray), como veremos más adelante, el resto de la región era prácticamente un desierto turístico hasta la década de 1990. En segundo lugar, el turismo como un sector emergente, relacionado con la diversificación de la oferta y la demanda, implica que prácticamente cualquier lugar se convierta en destino en sí mismo, generándose una serie de infraestructuras y un posicionamiento. El turismo se convierte así en un sector estratégico y ningún territorio (país, región, comarca, municipio, etc.), va a renunciar a ello (Rubio, 2003). El desarrollo de este sector a partir de la segunda mitad de la década de 1990 también será empleado como respuesta a las transformaciones estructurales de los modelos productivos, por ejemplo en los territorios que sufren reconversiones industriales o la finalización, por insostenibilidad, de sus labores tradicionales. Este factor es muy relevante en el caso del turismo rural, fomentado desde la Unión Europea y sus programas, así como por el resto de las administraciones, como una herramienta de estabilización de la población del medio rural, y es que “en todos estos programas, e independientemente del ámbito de actuación, figuran medidas concretas relacionadas con el fomento de inversiones turísticas en el medio rural a través, principalmente, del agroturismo y del turismo rural” (Diéguez et ál., 2014:80). Estas zonas, que han sufrido el descenso, cuando no el colapso, de sus actividades primarias y secundarias (en el caso de las existentes), se agarrarán al turismo como una “tabla de salvación”. La actividad turística aparecerá en todos los planes de desarrollo

o de actuación sobre zonas en declive o en crisis, de las que el medio rural será una de las más relevantes y determinantes, habiéndose desarrollado una ingente cantidad de estudios empíricos sobre la cuestión, que ofrecen visiones diferentes sobre sus resultados. Son estudios de casos que carecen de una globalidad, y que hacen referencia a regiones, comarcas y municipios.

Surgirán nuevos productos y modelos, que responden a los cambios de motivación de la demanda, relacionados con valores postmodernos, y con la diversificación de una oferta que, al menos en el caso de España, se había centrado en el “turismo de sol y playa”, uno de los motores centrales de la economía española. En este sentido, cobrará importancia el denominado “turismo de interior” a partir de la década de los 90, un proceso que en el caso español comenzará con un importante retraso con respecto al resto de Europa (Valenzuela, 2008). Al turismo rural se añadirán otros como el turismo de naturaleza y de montaña, el deportivo y de aventura, el cultural, el gastronómico, el enoturismo, el cinegético, el industrial, y un largo etc. que nos lleva de nuevo a la puesta en valor de cualquier elemento, diferencial o no, como destino turístico, haciéndose “necesario diversificar los destinos, buscar el traspais, el interior, convirtiendo los espacios visitados en productos de consumo cultural, en lugares con capacidad de generar actividad económica, reconquistando espacios para convertirlos en lugares de atracción turística” (Pillet, 2011:726). Se produce también un cambio en la demanda ya que “el turista huye del viaje organizado y del paquete turístico como de los destinos concurridos, designados tradicionalmente como lugares de vacaciones” (Pillet, 2012:346) ya que “el turista actual está informado, tiene experiencia y criterio para tomar sus decisiones y pretende que su elección de producto turístico sea un reflejo de su forma de ser y de sus preferencias” (Requejo, 2007:116).

Uno de los ámbitos más relevantes del turismo de interior ha sido el desarrollo del enoturismo en las zonas vitivinícolas, lo que ha generado uno de los productos turísticos más exitosos, generándose sinergias con otros recursos como pueden ser la gastronomía, el paisaje, la monumentalidad, etc. (López-Guzmán y Sánchez, 2008).

Pero el turismo también hay que entenderlo en un contexto más amplio, aquel que hace referencia al conjunto del territorio y a la identidad. El turismo supone la puesta en valor, o revalorización, de una serie de elementos del lugar en cuestión: “la actividad turística reproduce y recrea imágenes que trasladan al consumidor los valores del destino. De esta manera se contribuye a generar lugares comunes con significado unidos indefectiblemente a una identidad o, mejor, a unas identidades” (Santos, 2008:196). Esto repercute no sólo en el ámbito productivo sino que implica señalar qué aspectos son importantes, cuáles se van a cuidar, conservar o rehabilitar, incluso señalar. Es decir, va a repercutir directamente y bidireccionalmente en los propios discursos sobre el “nosotros”. Un ejemplo lo representan las numerosas ferias y eventos que han surgido en torno a un producto de una zona o una actividad, cuando en no pocas ocasiones estas ya han desaparecido y lo que asistimos es a una representación de las mismas, pero que sirve para ponerlas en valor y conservar la memoria, aunque lo que recordaremos su representación. En general también se produce “una sobrevaloración (que ya hemos mencionado) que todos tendemos a hacer de nuestros propios recursos patrimoniales locales, tan ligados a nuestra memoria, a nuestras vivencias, a nuestra identidad” (Prats, 2011: 256).

Otro factor importante lo conforma el entramado institucional de España. Hay que tener en cuenta que España se estructura en diversos niveles territoriales, y que todos ellos asumen competencias en el ámbito turístico: el estatal, el autonómico y el municipal, sin olvidar el provincial en el caso de aquellas

Comunidades Autónomas compuestas por varias provincias, que cuentan con Diputaciones. No es el caso de La Rioja, una Comunidad Autónoma uniprovincial, por lo que en ella operan los tres ámbitos señalados inicialmente. Y no podemos olvidar las medidas de la Unión Europea, que también afectan al turismo. Es decir, las decisiones acerca del turismo se toman en tres niveles, aunque es el autonómico el que más nos interesa en este artículo ya que será determinante en la planificación y gestión del turismo. Así, el Estatuto de Autonomía de La Rioja de 1982 señala en el Artículo 8.9., que hace referencia a las competencias exclusivas de la región, “La promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial” (1999:13).

Pero el turismo es un ámbito de actuación transversal, ya que le afectan, y afecta, a otras materias (Rubio y Mazón, 2009). Desde las infraestructuras y las redes de comunicación, pasando por las medidas de protección tanto del medio ambiente como del patrimonio, sin olvidar la promoción del empleo, entre otras. Es decir, el turismo se ha empleado también como una justificación para determinadas actuaciones y actividades, y se ha convertido en uno de los principales ejes y líneas estratégicas de planes, programas, etc. Sin duda alguna, y como veremos posteriormente, un ejemplo muy claro en este sentido será el turismo rural, incorporado en todos los planes de desarrollo rural siguiendo el modelo de los programas LEADER de la Unión Europea, pero sin olvidar los relativos al ámbito estatal y el autonómico.

## 2. Metodología

El análisis del turismo en La Rioja cuenta con una escasa producción científica. Partiendo que es un subsector relativamente reciente en el tiempo, su despegue no es hasta comienzos del siglo XXI, no se ha generado un gran corpus teórico y empírico en su análisis y reflexión. Además, en este sentido, conocemos de la existencia de algunos estudios que no han contado con difusión. Este hecho supone una importante limitación metodológica ya que nos impide disponer de datos empíricos más allá de las fuentes estadísticas relativas a la evolución de la oferta y la demanda, que también recogemos en este artículo. En este sentido, uno de los estudios más recientes es el realizado por Sergio Andrés Cabello y Nuria Pascual Bellido acerca del impacto del turismo en las zonas de montaña de la región dentro de las estrategias de desarrollo rural, financiado por el Instituto de Estudios Riojanos (IER). A través de un extenso trabajo de campo cualitativo, y novedoso en la región, se analizó el valor del turismo en estas comarcas de La Rioja y las disonancias existentes entre el discurso institucional y el de los agentes vinculados al turismo, así como su impacto real en el desarrollo rural (Andrés y Pascual, 2014).

Además de basarnos en los pocos estudios científicos relacionados con el turismo en La Rioja, hemos empleado otros materiales procedentes de planes y programas de actuación y de campañas institucionales y de los agentes turísticos de la región. Consideramos que son fuentes relevantes en tanto en cuanto nos muestran los puntos en los que se han hecho hincapié dentro de la política turística, y qué elementos han sido puestos en valor, todo ello desde una perspectiva secuencial. El Gobierno de La Rioja, especialmente desde su Dirección General de Turismo; los ayuntamientos de la región; entidades supramunicipales como son los Grupos de Acción Local (GAL) que gestionan los fondos europeos procedentes de los programas LEADER y FEDER y las Mancomunidades de Desarrollo Turístico, constituidas para acceder a programas estatales; y los propios agentes turísticos (promotores, restauradores, hoteleros, propietarios de alojamientos turísticos, bodegas, etc.) han generado, y lo siguen haciendo, una inabarcable cantidad

de materiales que nos muestran la evolución de la oferta turística, acrecentados por la expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Desde el punto de vista metodológico, está por realizar un estudio integral del turismo en La Rioja, ya que hasta la fecha nos encontramos con trabajos puntuales. La señalada ausencia de reflexiones teóricas e investigaciones empíricas también ha podido tener su incidencia en la planificación del turismo, ya que en no pocas ocasiones no ha existido una reflexión sobre el propio fenómeno turístico.

### 3. Las bases del turismo en La Rioja

La Rioja estaba muy lejos de ser un destino turístico hasta la segunda mitad de la década de 1990. Como la gran mayoría del territorio del interior peninsular, el turismo no era en un sector estratégico y no se habían puesto en valor los diferentes elementos que podrían configurar la oferta. Hasta ese momento, la mayoría de los alojamientos turísticos existentes se concentraban en su capital, Logroño, y eran también escasos. En el resto de la región, los establecimientos existentes estaban localizados en las cabeceras de comarca y se podían contabilizar unos pocos hoteles y hostales en pequeños municipios de las zonas de sierra, especialmente el consolidado Ezcaray. Igualmente, se contaba con algunos campings, que complementaban la oferta turística de la región. Recordemos que, hasta mediados de la década de 1990, el turismo en España era prácticamente un monocultivo de “sol y playa”, si exceptuamos la presencia de actividades de montaña (pistas de esquí) y el turismo centrado en las grandes ciudades.

Precisamente, la única excepción turística de La Rioja la constituye el caso de Ezcaray. Situada en un entorno natural privilegiado, como es el caso del valle del Oja y a los pies de la Sierra de la Demanda, con varias cotas por encima de los 2.000 metros, Ezcaray posee el título de “Primera Villa Turística de La Rioja” desde 1998, debido a su tradición en ese sentido. Ya desde la década de 1960, nos encontramos con la llegada a este municipio de familias procedentes principalmente del vecino País Vasco (por ejemplo, Bilbao se sitúa a poco más de 100 kilómetros), pero también de Madrid y otros territorios, que adquirirán en esta localidad segundas residencias debido a las características de su entorno. El fenómeno de las segundas residencias de personas procedentes de fuera de La Rioja no será exclusivo de Ezcaray, durante las décadas de 1960 y 1970 se dará en otros municipios de la región, y será el País Vasco su procedencia principal. Pero Ezcaray será la localidad que cuenta con un mayor impacto, y se puede vislumbrar en el desarrollo urbanístico del municipio, uno de los efectos más negativos del turismo en esta región.

Sin embargo, el punto de inflexión para Ezcaray y su zona lo constituye la creación de la estación de esquí de Valdezcaray en 1974 (Arnáez, 1981; Lasanta et ál., 2014). Esta infraestructura, que se ha ido ampliando hasta la actualidad, ha tenido su impacto en el turismo, contribuyendo a generar una importante infraestructura de establecimientos, de restauración, de empresas de turismo activo, etc., además de incrementarse el modelo de las segundas residencias.

Por lo tanto, y prácticamente hasta la segunda mitad de la década de 1990, hablar de turismo en La Rioja era casi hablar de Ezcaray. A esta localidad habría que añadir el desarrollo de infraestructura turística en el municipio riojabajeño de Arnedillo debido a su balneario, aunque su impacto fue mucho menor y se ha puesto en valor más recientemente con el turismo termal.

Otro hito turístico estará relacionado con el “redescubrimiento” general del Camino de Santiago, que

en su tramo riojano atraviesa media región, que vivirá un impulso sin precedentes a finales de ese periodo, y que en La Rioja afectará a varias localidades, entre ellas Logroño, Nájera y Santo Domingo de la Calzada.

Y tampoco tenemos que dejar de hablar en este punto del intento de uso turístico del entorno del pantano González Lacasa, conocido popularmente como el “Pantano de El Rasillo”, enclavado en plena sierra de Cameros, en un entorno paisajístico de gran calidad, y en el que se llegó a construir un Club Náutico, que sigue existiendo en la actualidad, pero con resultados fallidos.

Será a comienzos de la década de los 90 cuando el turismo rural comienza a ser tenido en cuenta como eje de desarrollo del medio rural. Nos encontramos ante territorios que han perdido gran parte de sus actividades productivas y de su población, debido a los procesos de éxodo rural. En el caso riojano, la despoblación afectará fundamentalmente al sur de la región, sus sierras. La incorporación de España a la Unión Europea en 1986 implicará un nuevo ámbito en la toma de decisiones, y el caso del medio rural no será una excepción. El desarrollo de los programas LEADER y la creación de Grupos de Acción Local para la promoción y el desarrollo del medio rural, serán determinantes en el papel que jugarán para el turismo rural (Pulido y Cárdenas, 2011). Una apuesta decidida por el mismo, auspiciada también por las instituciones turísticas autonómicas (Dirección General de Turismo del Gobierno de La Rioja), provocó un incremento exponencial de la oferta de alojamientos rurales, como veremos posteriormente. Sin embargo, el punto de partida del turismo rural se ha visto completamente redefinido desde sus inicios. Si en su principio se pensaba en esta actividad como un complemento a la primaria (agricultura y ganadería)<sup>2</sup>, y que el turista viviese una experiencia auténtica, en la actualidad este escenario se ha transformado y la conceptualización del turismo rural ofrece numerosas dudas, al igual que el propio medio rural.

Pero esta actividad establece una relación bidireccional con otras y el resto de medidas que afectan al territorio. Se puede decir que el turismo pasó de ser un medio para el desarrollo rural a un fin en sí mismo, y que numerosas medidas se han tomado en aras de crear una oferta turística. La rehabilitación del patrimonio, el cuidado del entorno y de los municipios, la sostenibilidad, etc., han tenido su impacto en el turismo rural, y al contrario.

El turismo rural crecía en La Rioja lentamente en la década de 1990, estableciéndose casas rurales cada vez en más municipios. Es una década en la que la demanda también se va a ir diversificando, en un periodo de consolidación de las clases medias que aumentan sus niveles adquisitivos. Así, cada vez una mayor parte de la demanda va a poder acudir a destinos turísticos más allá del periodo vacacional tradicional, lo que implicará el incremento de los periodos susceptibles de llevar a cabo un viaje, aunque este sea corto y su duración baja. Serán desplazamientos de fin de semana, puentes y otros momentos como la Semana Santa. Y serán viajeros que, inicialmente, buscarán el turismo rural y el turismo de naturaleza, que responderán a motivaciones relacionados con la autenticidad, la tranquilidad, valores ambientales, etc. En el caso de La Rioja, esta demanda tendrá su origen fundamentalmente en Madrid, País Vasco y Cataluña.

1- En la actualidad, La Rioja cuenta con tres Grupos de Acción Local que gestionan los fondos europeos dedicados al desarrollo rural: el CEIP abarca las zonas de sierra del centro y oeste de la región, la Rioja Suroriental el centro y este, y ADRA la zona vitivinícola de la Rioja Alta en el noroeste.

2- De hecho, las primeras subvenciones del Gobierno de La Rioja para la constitución de alojamientos rurales establecían la obligatoriedad de residir en el municipio donde se iba a desarrollar la actividad, aunque esta premisa fue eliminada con el tiempo, lo que abrió la creación de casas rurales y otros alojamientos a nuevos perfiles de promotores.

Sin embargo, los grandes cambios de La Rioja como destino turístico están a punto de comenzar. La gran apuesta, tanto institucional como de buena parte de los agentes, se basará en el enoturismo. Con un sector poderosísimo como es el Rioja, contando con la primera Denominación de Origen en España (1925) y la primera Calificada (1991), el turismo de vino era algo lejano en esa década de 1990, cuando todavía visitar una bodega dependía en muchos casos de redes informales. Sin embargo, la evolución del enoturismo, como veremos, tendrá un carácter expansivo y se convertirá no sólo en uno de los aspectos centrales del propio mundo del vino sino también en el faro del conjunto del turismo riojano, sobre todo a partir de la primera década del siglo XXI.

La complejidad de la oferta turística, la diversificación de la demanda y de sus motivaciones, y la competencia entre destinos va a dar lugar a que los territorios tengan que poner en valor cada vez un mayor número de aspectos que complementen la oferta y que configuren productos turísticos más globales. Además, todos los territorios van a querer convertirse en destinos turísticos, y para ello van a promocionar no sólo sus aspectos más característicos (algunos específicos, como una actividad o un hecho diferencial; que se repiten generalmente en todos los destinos, como por ejemplo el patrimonio histórico-artístico, el medio natural, el paisaje, etc.).

Por lo tanto, prácticamente todo será susceptible de tener un valor turístico, y como tal será constituido y “vendido”. Al crecimiento del turismo rural se añadirán en el caso riojano otros aspectos, tanto generales como particulares. Por ejemplo, la puesta en valor del Camino de Santiago, que sin duda tuvo un impacto turístico, se verá acompañada por el turismo cultural y el patrimonial o monumental. El punto de inflexión lo constituyó la declaración de los Monasterios de Suso y Yuso de San Millán de la Cogolla como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO en 1997. El motivo de este reconocimiento es que en este enclave se encontraron las primeras palabras escritas en castellano, y en euskera, lo que simplificando se ha denominado como “cuna del castellano” (Andrés, 2002). Asistiremos a un proceso de generación de una infraestructura turística en torno a este elemento patrimonial, y numerosos monumentos riojanos tendrán también su función turística.

El turismo de naturaleza y de montaña asistirá a una puesta en valor, muchas veces de la mano del propio turismo rural, lo que ha provocado en no pocas ocasiones la confusión de términos, aunque nos atrevemos a decir que el turismo de naturaleza y de montaña ha fagotizado al turismo rural. En la actualidad, muchos viajeros tienen como principal motivación para alojarse en casas rurales el disfrutar del entorno, la naturaleza, el paisaje o realizar actividades en esos ámbitos, como por ejemplo senderismo o paseos en bicicletas de montaña. Señalización de senderos y rutas, tematizaciones y una infraestructura turística en torno a ello han complementado a otras figuras de protección, que en el caso de La Rioja serían el Parque Natural de Sierra Cebollera y la Reserva de la Biosfera de los valles del Leza, Jubera, Cidacos y Alhama.

Enoturismo; turismo rural, de naturaleza y de montaña; y turismo cultural y patrimonial serán los tres grandes ejes sobre los que va a gravitar la oferta turística riojana. Pero habrá que considerar también otros aspectos, como algunos de carácter transversal. Así, y como en cualquier lugar, es destacable el valor otorgado a la gastronomía como un reclamo turístico, vinculándose al mundo del vino en no pocas ocasiones. El turismo gastronómico ha sido otra de las bazas fuertes que ha jugado La Rioja para posicionarse en su conjunto como destino. Y cabe destacar un elemento intangible que se ha podría expresarse de diferentes formas como es la “calidad de vida”, “la tranquilidad” o “la forma de ser riojana” (que se relaciona con la hospitalidad y la sociabilidad, con un alto valor comunitario), que permitiría

una experiencia del viaje vinculada a la autenticidad y a un estilo de vida consistente en “disfrutar de la vida”, con pausa. Este valor intangible ha sido empleado en no pocas ocasiones por las instituciones autonómicas en sus campañas de publicidad (“Viajar a la riojana”<sup>3</sup>, “La Rioja Apetece”, etc.) a la hora de posicionar a la región como destino turístico. Un aspecto que suele emplearse para poner en valor a La Rioja como tal son las dimensiones de la región y la cercanía de todos los recursos. Este hecho, sin duda, favorece el establecimiento de una oferta global, aunque también tiene sus riesgos.

Más minoritaria, aunque también presentes, es la puesta en valor de otros elementos. Uno de los más destacados ha sido el referido a la paleontología, ya que en el sureste de la región se encuentran las icnitas (huellas de dinosaurios) más antiguas de Europa. El turismo paleontológico también tuvo su protagonismo en una campaña de promoción general de La Rioja (“La Rioja te dejará huella”) y se ha creado un parque de aventuras en la localidad de Enciso. Menos presencia ha tenido el turismo termal, aunque contaba con el precedente del balneario de Arnedillo, aunque en los últimos años ha contado con un Plan de Competitividad Turística que ha desarrollado infraestructuras turísticas como su contribución en la recuperación del balneario de La Albotea (Cervera del Río Alhama) y el de Grávalos; así como la puesta en valor de ciertas zonas y localidades, a través de su relación con una actividad específica, como por ejemplo la verdura en Calahorra o el caso del sector de las alpargatas en Cervera del Río Alhama. La evolución del turismo termal no exclusiva de La Rioja, produciéndose también en el conjunto de España ya que “la renovación de estos establecimientos, los nuevos tratamientos y la incorporación de programas lúdicos son el reflejo de la reactivación, recualificación y diversificación de este turismo, que aparte de atraer a su clientela terapéutica tradicional responde a las nuevas tendencias de la demanda turística” (Pilquimán, 2013:44).

A grandes rasgos, estos son los elementos que ha puesto en valor La Rioja y sus orígenes, destacando que se produce un empuje de los mismos especialmente a comienzos del siglo XXI. En los siguientes capítulos vamos a centrarnos en analizar el escenario de la oferta, la evolución de la demanda y en comprobar el éxito o no de las propuestas más importantes.

## 4. Una infraestructura constituida

Tras casi dos décadas de desarrollo turístico de La Rioja, no podemos negar que se ha dado una evolución positiva tanto de la oferta y de la demanda. En la actualidad, el turismo es una presencia constante en la región, tanto desde el punto de vista de una infraestructura creada a tal efecto, como desde los visitantes. Cuantitativamente, la evolución del mismo también ofrece más luces que sombras. Es decir, con los datos en la mano, el incremento es sustancial.

Comenzando por la oferta, las diferentes encuestas y estadísticas oficiales nos muestran su crecimiento desde 1999 a 2013. Lamentablemente, no contamos con datos anteriores que puedan mostrarnos el punto de inflexión anterior. Además, la propia transformación de la oferta refleja sus cambios y los de la demanda. Por ejemplo, en el caso de los hoteles, se ha producido un menor incremento que en el resto de los tipos de los alojamientos, como puede observarse a través de la “Encuesta de Ocupación Hotelera”

.....  
3- Fuente: <http://www.viajaralariojana.com/>

del Instituto Nacional de Estadística (INE). Si en 1999 La Rioja contaba con 119 establecimientos, en 2013 aumentaba a 135, un crecimiento del 13,45%. Las plazas habían pasado de 3.785 a 5.855, un saldo positivo del 54,69%.

En la misma línea evolucionaron los campings de la región, que ya contaban en 1999 con siete establecimientos, aumentando su cifra en este periodo en uno más. Sin embargo, sus plazas también crecieron en un 45,89%, pasando de poco más de 5.000 a 7.458, según la “Encuesta de Ocupación en Campings” del INE.

Sin embargo, el salto más importante se ha producido en los apartamentos turísticos y en los alojamientos rurales. Los primeros, definidos por el INE como “el inmueble, cuyo uso se cede en alquiler, de modo habitual para hospedaje ocasional, incluyéndose apartamentos propiamente dichos, chalets, villas, bungalows”, eran prácticamente inexistentes en las estadísticas en 2000, sólo aparecían dos. Por el contrario, en 2013 su número era de 235 y 1.040 plazas, un aumento que refleja también los cambios de la demanda.

Y en la misma línea podemos hablar de los alojamientos rurales, que en 2001, el primer año del que contamos con datos, eran 55 en toda la región y en 2013 prácticamente se habían duplicado con 104, pasando sus plazas de 421 a 967. Numerosas localidades y zonas comenzaron a contar con alojamientos rurales, que se fueron incorporando al mix de la oferta (Pascual, 2009), aunque también han tenido sus luces y sombras, como veremos posteriormente.

Igualmente, otros aspectos de la oferta también han crecido y se han visto reforzados y aumentados, desde la restauración hasta empresas de servicios turísticos que van desde el turismo de aventura y ocio hasta la oferta de guías, sin olvidar el creciente e indispensable protagonismo que han tomado en este periodo las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

En el capítulo anterior hemos reflejado el punto de partida de la oferta turística riojana, cómo los escasos referentes turísticos se centraban en Ezcaray y su entorno; el Club Náutico de El Rasillo; el Balneario de Arnedillo; y otros elementos culturales y patrimoniales, sin olvidar la puesta en valor del Camino de Santiago ya reseñada. Ni los monumentos, ni los pocos museos existentes, ni el entorno natural estaban preparados o concebidos para la experiencia turística. Su puesta en valor en estas dos décadas ha supuesto la aparición de decenas de museos y centros de interpretación en la región; la restauración y rehabilitación de iglesias, monasterios, etc. (cuyo fin sería su conservación, pero de lo que se aprovecharía el turismo); y la señalización y tematización de rutas, senderos, paisajes, etc. Además, se han multiplicado la realización de eventos, ferias, mercados, etc., por numerosas localidades, vinculados al producto típico de la misma o a la actividad predominante.

Los grandes hitos de estas dos décadas, como elementos singulares o referentes que han tenido su impacto en el turismo y en la puesta en valor, son los siguientes:

La transformación de las bodegas, anteriormente no pensadas para los visitantes y que se han adaptado para dar salida al enoturismo, especialmente a partir de finales de la década de 1990 y los comienzos del siglo XXI.

Los Monasterios de Suso y Yuso de San Millán de la Cogolla, reconocidos como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1997, lo que ha provocado importantes inversiones para su conservación, rehabilitación y puesta en valor, con el turismo cultural también en el horizonte.

El Museo de la Cultura del Vino de Dinastía Vivanco en Briones, una experiencia privada que comen-

zó en 2004 y que ha conseguido superar el millón de visitantes en 2014, siendo uno de los exponentes fundamentales del enoturismo en La Rioja<sup>4</sup>.

Como señalamos, podemos decir que son los grandes referentes, pero ha habido mucho más. El Patrimonio Histórico-Artístico ha sufrido una transformación sin precedentes, también favorecido por las directrices políticas de puesta en valor de los mismos, y aquí es clave el concepto de la identidad colectiva y de patrimonialización (Ariño, 2002), y el hecho de las competencias transferidas a las Comunidades Autónomas.

Y el medio natural también se ha visto muy beneficiado por las políticas de sostenibilidad, que han incidido en la conservación de los entornos, paisajes, etc., destacando las dos zonas ya señaladas anteriormente: la creación en 1995 del Parque Natural de Sierra Cebollera (Parque Natural Sierra de Cebollera, 1999) y la Reserva de la Biosfera de los Valles del Leza, Jubera, Cidacos y Alhama en 20035.

Desde el ámbito de la planificación, la Dirección General de Turismo del Gobierno de La Rioja ha marcado las directrices de la oferta riojana. La apuesta por el enoturismo como referente de la región ha venido marcando gran parte de las acciones llevadas a cabo desde esta institución, presentándose como la “llave de entrada” al resto de aspectos de la región. Este posicionamiento, aceptado por todos los agentes políticos, institucionales y del turismo, también ha suscitado ciertas controversias en los lugares no enoturísticos de la región, porque no poseen este producto o porque es minoritario, señalando que se dedican mayores esfuerzos a este recurso, aunque reconociendo que es el valor turístico más importante de La Rioja. Un ejemplo de la importancia del vino y el enoturismo en la difusión de La Rioja fue la poderosa campaña institucional lanzada desde el Gobierno de La Rioja “La tierra con nombre de vino” en el año 2009.

Una de las herramientas más importantes en la planificación del turismo en España han sido los planes de desarrollo turístico, en sus diversas concepciones (competitividad, dinamización, excelencia, etc.), que impulsados por la Secretaría de Estado de Turismo, contaban con la participación de las administraciones autonómicas, municipales y, en el caso de existir, de las diputaciones, así como en algunas ocasiones la iniciativa privada. Las entidades participantes financiaban a partes iguales la puesta en valor o desarrollo de un territorio o localidad, a través de planes estratégicos que giraban en torno a un producto turístico.

La Rioja contó con once planes de estas características desde comienzos del siglo XXI hasta la actualidad, que abarcaron a una buena parte del territorio de la región, así como a numerosos municipios, y que tenían una duración de tres años. Se produjeron planes que afectaron a localidades en concreto como los de Logroño (enoturismo urbano), Haro (enoturismo), Calahorra (verdura, patrimonio) y Santo Domingo de la Calzada (turismo cultural). En el resto de la región, se organizaron mancomunidades de municipios en torno a un mismo producto turístico. De esta forma, en las zonas de montaña y sierra se dieron dos planes: el del Cidacos (en relación con la naturaleza y el patrimonio paleontológico, con cuatro localidades) y el del Alto Iregua (centrado también en la naturaleza y con trece localidades) (Andrés et ál. 2009). En la zona vitivinícola se concentraron tres planes, en los que el peso recaía sobre el enoturismo y el patrimonio: el de la Sonsierra Riojana y Briones, con cuatro municipios (Andrés y Bengoechea, 2008); el de San Asensio, Cenicero y Torremontalbo; y el del Oja-Tirón, también con cuatro localidades. Finalmente, con

4- Fuente: [www.lomejordelvinoderioja.com/noticias/201407/30/museo-vino-vivanco-recibe-20140730180634.html](http://www.lomejordelvinoderioja.com/noticias/201407/30/museo-vino-vivanco-recibe-20140730180634.html)

5- Fuente: “Una década más en la Biosfera”, <http://ias1.larioja.org/apps/catapu/documentos/UnadecadaReservaBiosfera42.pdf>

la Reserva de la Biosfera como trasfondo y la sostenibilidad, se desarrolló otro plan en el valle de Ocón; y el último plan aprobado fue el de la “Senda Termal”, que ponía en valor de nuevo territorios de la Reserva de la Biosfera y los balnearios existentes en la zona. Han sido planes que han contado con millones de euros de inversión, que han generado una importante cantidad de recursos turísticos y que han contribuido a la difusión de los territorios afectados, pero cuyos resultados también tienen sus luces y sus sombras ya que, en no pocas ocasiones, algunas de sus actuaciones no eran propiamente turísticas (por ejemplo rehabilitación de calles y plazas), aunque obviamente tenían una importante repercusión en dichas actividades, o sus infraestructuras y recursos han quedado en desuso o directamente se han cerrado.

Tampoco debemos olvidar el ya señalado papel de los fondos europeos, a través de los programas LEADER, y su gestión desde los Grupos de Acción Local de la región en la promoción del turismo rural, en varias direcciones: por un lado, el apoyo a los promotores para la generación de empleo y autoempleo; por otro lado, las ayudas destinadas a la recuperación y puesta en valor de los patrimonios naturales, monumentales y culturales, tanto tangibles como intangibles. En este sentido, también hay críticas al impacto de las políticas europeas y al uso del turismo como solución al medio rural: “la necesidad de turistizar las áreas rurales en nuestro país es una de las consecuencias directas de la erradicación de zonas antes productivas, que la Comunidad Europea condenó a la extinción con exigencias como las denominaciones de origen, otra estuvo en relación con la escasa competitividad del mercado y sobre todo con la escasa rentabilidad de la producción agraria que empujó a la gente a las ciudades” (Jimeno, 2008:6).

Con una demanda cada vez más creciente, que buscaba nuevos destinos y que respondía a otros valores, La Rioja se ha visto favorecida por el desarrollo del turismo de interior. El crecimiento de viajeros y pernoctaciones se ha producido en todos los alojamientos turísticos considerados anteriormente: en los hoteles, de los 381.393 viajeros de 1999 se ha pasado a 510.211 en 2013, un aumento del 33,78% (INE, 2014b); en los campings, el incremento de viajeros llega al 67,95%, de 68.614 a 115.238, pero las pernoctaciones han crecido en menor medida, un 37,11% (INE, 2014c); los apartamentos turísticos eran prácticamente inexistentes y en 2013 concentraron 27.191 viajeros (INE, 2014d); y, finalmente, los alojamientos rurales casi han duplicado los viajeros y pernoctaciones de 2001 a 2013, pasando de 14.216 a 25.939, un aumento del 82,46% (INE, 2014e).

Sin embargo, el turismo en La Rioja, como en el resto del interior peninsular, también ofrece debilidades. Por un lado, su elevada estacionalidad, ya que depende de momentos muy puntuales, concentrándose la experiencia del viaje en fines de semana, puentes y otros momentos como la Semana Santa. Los grados de ocupación aumentan notablemente el fin de semana, especialmente en el caso de apartamentos turísticos y las casas rurales, que no llegan al 20% de media pero ascienden casi al 40% los fines de semana en 2013. Tras los campings, con un 58% de ocupación de parcelas (tanto en general como en fin de semana) en ese mismo año, los hoteles alcanzan al 41,25% en total y al 56,18% el fin del semana.

Otro elemento negativo es la duración media de la visita, que en ningún caso supera los tres días, y que oscilaban en 2013 entre el 1,74 de los hoteles y el 2,97 de los campings, situándose en 2,63 los apartamentos turísticos y en 2,39 los alojamientos rurales.

En otro orden de cosas, la grandísima mayoría de los visitantes son nacionales, el peso del turista internacional es muy minoritario. Son destinos que no han conseguido llegar a ese perfil de la demanda, siendo el enoturismo el que ha contado con una mayor capacidad de atracción, aunque también reducida.

## 5. Éxitos y dudas del turismo en La Rioja

Dos décadas de experiencia turística en La Rioja, de puesta en valor de sus atractivos y de creación de una infraestructura, e incluso de una “cultura del turismo en La Rioja”, se puede observar una serie de resultados en la actualidad. Estos reflejan no sólo los impactos de la oferta sino también los cambios que se van produciendo en una oferta cada vez más exigente y más diversificada:

- **Enoturismo**

Sin duda, es el gran éxito del turismo en La Rioja. El enoturismo se ha convertido en la bandera de la región y ha contado con grandes inversiones y apoyos, tanto desde la iniciativa pública como desde la privada. Siguiendo el modelo de Burdeos, las bodegas vieron en el enoturismo una nueva oportunidad de diversificar su actividad. Su apertura, su acondicionamiento a la experiencia turística y a las visitas, y el aumento de las actividades en las bodegas (por ejemplo, recorridos por los viñedos) se han convertido en consustanciales al sector vitivinícola. La oferta es muy amplia, tanto desde las bodegas como alojamientos y restauración, en las zonas afectadas, así como otras actuaciones que tratan de vincular al vino con la cultura, la naturaleza, etc. Además, el enoturismo cuenta con una demanda fiel y fidelizada. En el lado negativo, la competencia cada vez más creciente de otros territorios y denominaciones de origen, así como la necesidad de ofrecer novedades constantemente, en un enoturismo que en algunos momentos parece acomodado. En este sentido, se ha procedido a solicitar a la UNESCO el reconocimiento de “El paisaje cultural del vino y del viñedo de La Rioja y la Rioja Alavesa” como Patrimonio de la Humanidad, una forma de seguir poniendo en valor este recurso turístico.

- **Turismo rural**

Es una oferta con muchas dudas. Se ha creado una gran infraestructura, posiblemente sobredimensionada, pero no solamente en lo referido a los alojamientos, sino también a la restauración, equipamientos, etc. Se observa una importante falta de planificación, algo que no es exclusivo de La Rioja en relación con el turismo rural (Pillet, 2012; Jimeno, 2008) y es que “este proceso se ha caracterizado, en general, por un desarrollo espontáneo, en la mayoría de los casos carente de criterios mínimamente racionales y, por supuesto, no ha respondido a un planteamiento coherente de planificación, normalización y estructuración de productos y destinos” (Pulido y Cárdenas: 2011:156). Recorrer los recursos del turismo rural es, en no pocas ocasiones, encontrarse con centros de interpretación cerrados, señalizaciones desaparecidas o derruidas, casas rurales que no abren, etc. También hay que cuestionar su impacto en el medio rural, ya que no se ha aumentado la población del mismo, que sigue su proceso de envejecimiento. Además, el cambio del perfil del promotor del alojamiento rural, alejado de sus inicios en los que estaba vinculado a la actividad primaria, y

de los requerimientos de los visitantes (ya no es esa experiencia “auténtica” sino que se convierte en un alojamiento en el medio rural pero con todas las comodidades, así como la demanda de alquiler de casas completas), han transformado el turismo rural. Como aspectos positivos, ha contribuido a poner en valor al medio rural, a incorporar a la mujer del mismo al mercado de trabajo, y ha supuesto una alternativa a las actividades tradicionales (Andrés y Pascual, 2014). Sin embargo, sus bases son en débiles, la competencia es muy elevada y no cuenta con grandes hechos diferenciales.

- **Turismo de naturaleza y de montaña**

Con un medio natural diverso y desconocido, los valores turísticos de naturaleza y montaña de la región se han vinculado en no pocas ocasiones con el turismo rural. A pesar de haber existido planes para desarrollar el turismo de naturaleza y de montaña, en su conjunto no han cuajado. Sí que es cierto que han triunfado más las experiencias de carácter comarcal o en zonas específicas, como por ejemplo el caso de Ezcaray. Habiéndose realizado un esfuerzo importante, por sí mismo el turismo de naturaleza y de montaña atrae a visitantes que buscan conocer nuevos destinos, fundamentalmente de comunidades limítrofes y cercanas. También se constituye como complemento a los turistas que acuden por otras motivaciones.

- **Turismo cultural**

Tampoco ha conseguido asentarse, a pesar de contar con San Millán de la Cogolla, que ha sido la gran baza de la apuesta regional. Los valores turísticos del Patrimonio Histórico-Artístico riojano no pueden competir con los grandes monumentos u otros bienes culturales. Es decir, por sí mismo es difícil que consigan atraer visitantes. Sin embargo, se han convertido en un importante complemento para los visitantes que acuden a La Rioja por el enoturismo, el turismo rural o el de naturaleza y de montaña. Además, no hay que olvidar que el turismo y el patrimonio cultural en ocasiones pueden llegar a chocar, en relación a criterios de sostenibilidad, pero en la actualidad han establecido un vínculo muy difícil de romper (Velasco, 2009).

- **La Rioja en su conjunto como destino turístico**

“Vender” La Rioja como destino turístico en su conjunto no resulta complicado, debido a las dimensiones de la región. En este sentido, y como se ha señalado anteriormente, se recurre a valores intangibles y tópicos que hablan de la forma de ser de los riojanos y riojanas (hospitalarios, cercanos, afables), de la calidad de vida y de la tranquilidad. Y todo ello en el marco de una sociabilidad en torno a la comensalidad, el vino y la gastronomía. Esta última adquiere también un valor en sí mismo, ya que es uno de los aspectos más reconocidos y valorados. Sin embargo, la alta estacionalidad del turismo en La Rioja y la corta duración de la visita, impiden alcanzar al conjunto de la región. Se argumenta, por el contrario, y especialmente desde ámbitos institucionales, que se puede producir una repetición del viaje porque el turista se ha quedado con “ganas de más”. Lamentablemente, carecemos de datos que nos demuestren este hecho.

## Conclusiones

La Rioja es un ejemplo de un territorio que se incorpora tardíamente al sector turístico y cómo, en las dos décadas analizadas, va constituyendo su oferta a medida que intuye un crecimiento de la demanda. Y decimos intuye porque los indicadores de ocupación nos muestran que nos encontramos ante una infraestructura turística sobredimensionada, a la que en no pocas ocasiones le ha fallado la planificación. Existe una abundancia de alojamientos, especialmente en el medio rural, y de recursos turísticos (por ejemplo centros de interpretación), que no obedecen a criterios racionales de planificación. Aunque es cierto que hay aspectos positivos en el desarrollo turístico de La Rioja, el ejemplo del enoturismo y la puesta en valor del conjunto de la región, contando con que Rioja es una marca de calidad y reconocida, que abraza al territorio independientemente que tenga viñedos o no, en algunos aspectos nos encontraríamos ante oportunidades perdidas y en otros ante expectativas no cumplidas.

Oportunidades perdidas porque, aunque partiendo de buenas posibilidades de desarrollo turístico, las acciones emprendidas no han sido eficaces, como podría ser el caso de San Millán de la Cogolla y el turismo cultural. Y señalamos expectativas no cumplidas porque se ha depositado en este sector unas esperanzas de desarrollo que no eran reales. Nos referimos, fundamentalmente, al turismo rural, posiblemente el más afectado por este fenómeno, a pesar de contar también con puntos positivos en su constitución y evolución.

El turismo se ha expandido a todos los territorios, que se consideran en sí mismo destinos, produciéndose una suerte de banalización del turismo. No queremos decir que cualquier lugar no tenga el derecho, ni esté legitimado, para ser un destino turístico, al contrario. El problema es que no hay tantos turistas para tantos destinos. Esto obliga a un importante esfuerzo de planificación por parte de las instituciones y los agentes turísticos, y a contar con el conjunto de los actores sociales. En no pocas ocasiones, las planificaciones han venido de “arriba a abajo”, sin tener en cuenta las visiones tanto de los agentes turísticos como de las personas afectadas por estas actividades.

La oferta riojana es diversa e interesante, pero no ofrece grandes hechos diferenciales ante una competencia cada vez más creciente. Sí que es interesante la referencia a los valores intangibles, especialmente en una postmodernidad más vinculada a la rapidez y la inconsistencia. Sin embargo, la demanda se encuentra en ese escenario y cada vez buscan las mismas comodidades que tienen en sus lugares de origen. Gestionar el vínculo entre la postmodernidad y sus valores contrapuestos, por ejemplo querer un entorno tranquilo pero querer contar con red Wi-Fi para poder contarlo en el momento en mis redes sociales, es un desafío para destinos como La Rioja.

Romper con la alta estacionalidad y la reducida duración de la visita se antoja muy complicado, de nuevo, y en parte, también por la competencia existente. Posiblemente haya que asumir este hecho e insistir en la calidad, siguiendo con el enoturismo como buque insignia del turismo riojano, pero sin dormirse en los laureles, un riesgo elevado. El turismo de naturaleza y de montaña y el cultural aparecen como complementos, mientras que el turismo rural tiene todavía mucho que reflexionar y analizar para conseguir un mejor aprovechamiento de sus recursos. Sin embargo, sí que parece claro que la no masificación del medio rural riojano, especialmente en sus zonas de montaña, es un valor positivo para los visitantes que acuden al mismo, a diferencia de otros modelos que en La Rioja tienen su único expo-

nente en Ezcaray. Es una paradoja que obliga a repensar el turismo rural, y su vínculo indisociable con el turismo de naturaleza y de montaña, definitivamente como una actividad complementaria, por lo que es necesario dotar a estos territorios de otras oportunidades. De no ser así, hasta el propio turismo rural corre el riesgo de desaparecer.

## Bibliografía

Andrés, Sergio y Pascual, Nuria. 2014. Desarrollo rural y turismo rural: el caso de las zonas de montaña de La Rioja (España). En *Complejidad del turismo en la frontera del conocimiento*, coordinado por Tomás Cuevas Contreras y Alejandro Palafox Muñoz, pp. 23-46. México D.F.: Gasca.

Andrés, Sergio; Cámara, Luis Miguel; Castro, Javier y Pascual, Nuria. 2009. *Descubrir el Alto Iregua*. La Rioja. Logroño: Sepinum Editores.

Andrés, Sergio y Bengoechea, Carmen. 2008. *Descubrir la Sonsierra Riojana y Briones*. La Rioja. Logroño: Sepinum Editores.

Andrés, Sergio. 2007. La identidad riojana: procesos de construcción e institucionalización. *Berceo* 153: 43-63.

Andrés, Sergio. 2002. San Millán de la Cogolla. Un símbolo de la identidad riojana. En *Actas del III Simposio de Historia Actual*, compilado por Carlos Navajas, pp. 835-848. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos.

Ariño, Antonio. 2002. La patrimonialización de la cultura y sus paradojas en la sociedad del riesgo. En *¿Más allá de la modernidad? Las dimensiones de la información, la comunicación y sus nuevas tecnologías*, editado por José María García y Pablo Navarro, pp. 329-354. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Arnáez, José. 1981. Pautas de comportamiento en la estación de esquí de Valdezcaray (La Rioja). *Cuadernos de Investigación Geográfica* 7: 101-114.

Barrado, Diego. 2004. El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos* 160: 45-68. <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-160-2004-pag45-68-91963.pdf> (20 de agosto de 2014).

Diéguez, M<sup>a</sup>. Isabel; Sinde, Ana I. y Gueimonde, Ana. 2014. Actividad empresarial y resultados percibidos más allá de la racionalidad económica: el caso del turismo rural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 12 (1): 79-93.

Estatuto de Autonomía de La Rioja. 1999. Logroño: Parlamento de La Rioja.

Giró, Joaquín. 2003. *Familia burguesa y capitalismo industrial*. Santander: Fundación CDESC

Instituto Nacional de Estadística (INE). 2014a. Padrón. Población por municipios. [http://www.ine.es/inebmenu/mnu\\_padron.htm](http://www.ine.es/inebmenu/mnu_padron.htm) (25 de agosto de 2014)

Instituto Nacional de Estadística (INE). 2014b. Encuesta de ocupación hotelera. <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Ft162eoh&file=inebase&L=0> (26 de agosto de 2014)

Instituto Nacional de Estadística (INE). 2014c. Encuesta de ocupación en campings. <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Ft162eoac&file=inebase&L=0> (26 de agosto de 2014)

Instituto Nacional de Estadística (INE). 2014d. Encuesta de ocupación en Apartamentos Turísticos.

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoap&file=inebase&L=0> (26 de agosto de 2014)

Instituto Nacional de Estadística (INE). 2014e. Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural. <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11/e162eotr&file=inebase&L=0> (26 de agosto de 2014)

Jimeno, Pilar. 2008. La asignación del valor cultural al producto turístico y sus contradicciones. En Diez años de cambios en el Mundo, en la Geografía y en las Ciencias Sociales, 1999-2008. Actas del X Coloquio Internacional de Geocrítica. <http://www.ub.edu/geocrit/-xcol/111.htm> (20 de agosto de 2014)

Lasanta, Teodoro; Arnáez, José y Pascual, Nuria. 2014. La contribución de una pequeña estación de esquí al desarrollo de su entorno: el caso de Valdezcaray (La Rioja). Cuadernos de Turismo 33: 151-172. <http://revistas.um.es/turismo/article/view/195691/160221> (27 de agosto de 2014).

López-Guzmán, Tomás J. 2008. La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 6 (2): 159-171.

Parque Natural Sierra de Cebollera, 1999. Logroño: Gobierno de La Rioja.

Pascual, Nuria. 2009. Patrimonio y oferta de alojamientos en Cameros para su desarrollo turístico. En Gestión, usos de suelo y paisaje en Cameros (Sistema Ibérico, La Rioja), coordinado por Teodoro Lasanta, pp. 273-338. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos. Universidad de La Rioja.

Pilquimán, Marisela. 2013. Nuevos horizontes para el turismo de balneario en España y sus implicaciones para el mundo rural. Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas 8: 42-61.

Pillet, Félix. 2012. El turismo de interior en la España peninsular: el patrimonio territorial como destino turístico. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles 59: 345-366.

Pillet, Félix. 2011. El turismo de interior y el patrimonio territorial en Castilla-La Mancha. Cuadernos de Turismo 27: 725-741.

Prats, Llorenç. 2011. La viabilidad turística del patrimonio. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 9 (2): 249-264. [http://pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211\\_03.pdf](http://pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_03.pdf) (23 de agosto de 2014).

Pulido, Juan Ignacio y Cárdenas, Pablo J. 2011. El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles 56: 155-176.

Requejo, Juan, 2007. La diferenciación y el reforzamiento de la identidad basados en la naturaleza, la cultura y el paisaje como factores de competitividad turística. Estudios Turísticos 172-173: 115-120. <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-172-173-2007-pag115-120-101053.pdf> (21 de agosto de 2014).

Rubio, Ángeles y Mazón, Tomás. 2009. El capital social como factor coadyuvante de los procesos de desarrollo turístico y socioeconómico de los destinos de interior. Papers de Turismo 45: 41-55. <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/72/66> (23 de agosto de 2014).

Rubio, Ángeles. 2003. Turismo, sociedad y desarrollo. En Sociología del Turismo, coordinado por Ángeles Rubio, pp. 267-292. Madrid: Ariel.

Santos, Xosé M. 2008. Paisaje e identidad en la promoción de la imagen de los destinos turísticos. En Espacios turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad, compilado por Josep A. Ivars y J. Fernando Vera, pp. 195-206. Alicante: Universidad de Alicante.

Valenzuela, Manuel. 2008. Nuevos turismos para nuevos turistas. De la identificación a la captación de la clientela. En Turismo rural y desarrollo local, coordinado por Francisco Cebrián, pp. 57-65. Cuenca:

Universidad de Castilla-La Mancha.

Velasco, María. 2009. Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. Cuadernos de Turismo 23: 237-253. <http://revistas.um.es/turismo/article/view/70121> (26 de agosto de 2014).