



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**EL IMPACTO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN ZONAS
RURALES DE ESPAÑA**

Presentado por Sheila Sancho Zarzuela

Tutelado por Guillermo Briones Escolar

Segovia, 14 de julio de 2025

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1:.....	5
CONCEPTOS CLAVE PARA ENTENDER EL TURISMO SOSTENIBLE EN EL MEDIO RURAL.....	5
1.1. Turismo rural: definición, características y evolución en España.....	6
1.2. Turismo sostenible: principios clave.....	9
1.3. Convergencia entre turismo rural y sostenible.....	11
1.4. Políticas públicas.....	12
1.5. España vaciada.....	14
CAPÍTULO 2:.....	16
ANÁLISIS DE CASOS DE ESTUDIO: TURISMO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE ESPAÑA.....	16
2.1. Introducción.....	17
2.2. Caso 1: Orbaneja del Castillo (Burgos).....	17
2.3. Caso 2: Alquézar (Huesca).....	25
2.4. Caso 3: la Alpujarra (Granada).....	31
CAPÍTULO 3:.....	39
TURISMO SOSTENIBLE EN LA PRÁCTICA: ANÁLISIS.....	39
3.1. Análisis comparativo de los casos.....	40
3.2 Comparativa de indicadores.....	51
CONCLUSIONES.....	54
REFERENCIAS.....	59

INTRODUCCIÓN

Al crecer en el entorno rural, se es testigo tanto del retroceso como del potencial que encierran los pueblos. Podemos apreciar cómo el cierre de la tienda del pueblo o la despedida del panadero se convierten en heridas emocionales para quienes siguen allí. Por ello, es necesario comprender cómo el turismo sostenible puede influir, y quizás, transformar el modelo de turismo rural en España.

El turismo en las zonas rurales de España se ha consolidado como una actividad económica estratégica, ya que se considera como una gran fuente de ingresos que aumenta en gran medida el PIB local. Además, ayuda al crecimiento y revitalización de áreas más aisladas, y genera muchas oportunidades de empleo. Ante este auge, el Gobierno español ha impulsado la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, orientada a sentar las bases de la transformación del modelo turístico actual hacia uno más equilibrado y respetuoso con el medio ambiente. Esta iniciativa reconoce que, aunque el turismo puede traer beneficios significativos, también es importante entender y medir sus efectos sociales y ambientales para evitar impactos negativos a largo plazo

La Organización Mundial del Turismo define el turismo sostenible como aquel que considera plenamente las “repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales” de la actividad turística para satisfacer las necesidades de visitantes, industria y comunidades anfitrionas. Se busca minimizar los impactos ecológicos y culturales del turismo, haciendo que las comunidades locales se beneficien de manera equitativa. Sin embargo, sabemos que incluso un desarrollo turístico bien gestionado puede generar presiones: por ejemplo, en Barcelona, donde la avalancha de turistas ha convertido barrios enteros en parques temáticos, encareciendo los alquileres y provocando que los vecinos de toda la vida se vean obligados a marcharse; o en Venecia, donde la cantidad de visitantes diarios han vaciado el casco histórico hasta el punto de que hay más turistas que residentes. Incluso en pequeños pueblos de la Toscana italiana, el auge de alojamientos turísticos ha hecho casi imposible para los jóvenes locales comprar o alquilar una vivienda, dejando las calles llenas de visitantes pero vacías de vida comunitaria.

Además, sabemos que, en España, más de la mitad del territorio se encuentra afectado por la baja densidad poblacional, las zonas rurales viven una realidad cada vez más crítica: el envejecimiento, el cierre de servicios básicos y el abandono de muchos pueblos son síntomas de un modelo territorial desequilibrado. Esta pérdida conlleva que algunas tradiciones y ecosistemas culturales desaparezcan silenciosamente.

Por ello, buscamos estudiar casos concretos para determinar hasta qué punto el turismo sostenible contribuye a un desarrollo rural equilibrado o se convierte en una fuente de presión sobre los recursos locales.

METODOLOGÍA

La metodología de este trabajo se basa en un enfoque cualitativo con carácter comparativo, centrado en el estudio de tres casos concretos que permiten observar diferentes formas de afrontar el turismo sostenible en entornos rurales. La selección de los casos responde a la intención de contrastar distintas situaciones en cuanto a planificación, gestión y resultados. Se trata de Orbaneja del Castillo, donde el desarrollo turístico ha sido espontáneo y sin control; Alquézar, modelo de desarrollo turístico sostenible; y la Alpujarra Granadina, un territorio que representa un modelo mixto en el que se cruzan prácticas sostenibles con dinámicas de explotación turística.

A lo largo del trabajo trabajamos el concepto de turismo sostenible, confrontando sus principios teóricos con los efectos reales observados en los casos seleccionados. El objetivo no es solo describir lo que ocurre en estos lugares, sino también reflexionar sobre si el modelo que se presenta como solución puede, en determinadas circunstancias, convertirse en parte del problema.

OBJETIVOS

A través del estudio de los tres casos contrastados, se busca poner en cuestión los límites y las potencialidades de este modelo, prestando especial atención a sus efectos económicos, sociales y medioambientales. Para ello, se han definido un objetivo general y una serie de objetivos específicos que guiarán el análisis a lo largo del trabajo:

Objetivo general

- Analizar el impacto del turismo sostenible en zonas rurales de España, a través del estudio de tres casos concretos, con el fin de evaluar si este modelo contribuye a un desarrollo equilibrado y respetuoso con el territorio o si, por el contrario, reproduce dinámicas de presión sobre los recursos locales.

Objetivos específicos

- Examinar cómo se implementa el modelo de turismo sostenible en tres contextos rurales distintos (Orbaneja del Castillo, Alquézar y la Alpujarra Granadina) y qué diferencias existen entre ellos en términos de planificación, gestión y resultados.
- Evaluar los efectos económicos del turismo en cada zona, prestando especial atención al empleo, la diversificación productiva y la posible dependencia del sector turístico.
- Analizar el impacto social del turismo sobre las comunidades locales, incluyendo cambios en el estilo de vida, relaciones vecinales, identidad cultural y percepción del visitante.
- Investigar las consecuencias medioambientales derivadas del turismo en estos territorios, tanto en términos de conservación como de deterioro del entorno.
- Contrastar el discurso teórico del turismo sostenible con su aplicación práctica en los casos estudiados, identificando posibles contradicciones, limitaciones o distorsiones del modelo.

CAPÍTULO 1:

**CONCEPTOS CLAVE PARA ENTENDER EL TURISMO
SOSTENIBLE EN EL MEDIO RURAL**

1.1. Turismo rural: definición, características y evolución en España

No existe una única definición de turismo rural que esté aceptada universalmente. De hecho, la Comisión Europea ya señalaba en 1990 la dificultad de delimitar el concepto, dada la heterogeneidad de los espacios rurales en distintos países.

1.1.1. Concepto

Varios autores y organismos han propuesto definiciones desde distintas perspectivas. Por ejemplo, Corrales Bermejo (1993) definió el turismo rural como “la prestación de servicios turísticos, por motivos vacacionales y mediante precio, realizados en alojamientos ubicados en el medio rural” (Corrales, 1993, p. 6), destacando el papel del alojamiento de estilo tradicional en el campo.

Por su parte, la actual ONU Turismo se enfoca en la experiencia del visitante: “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés” (OMT, 2019, p. 55). Además, se añade que el turismo rural se desarrolla en entornos no urbanos con ciertas características: baja densidad demográfica, predominio de usos de suelo agrícolas/forestales y modos de vida tradicionales.

De estas y otras definiciones concluimos que el turismo rural implica turismo de interior (tierra adentro, alejándose del turismo de sol y playa), con motivaciones ligadas al disfrute de la naturaleza, la cultura y la autenticidad rural, y con el objetivo de conseguir integración con la comunidad y el entorno local. Al final, es un concepto paraguas que engloba varias modalidades (agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, enológico, turismo cultural de interior, entre otros) pero que comparten el escenario rural como denominador común.

1.1.2. Características

A partir de las definiciones anteriores, podemos sacar ciertas características del turismo rural que lo diferencian de otras formas de turismo:

- a) Localización en entornos rurales: se desarrolla en áreas de baja densidad poblacional, pueblos o zonas fuera de los núcleos urbanos masificados.
- b) Pequeña escala y gestión local: hay poca oferta turística, y los alojamientos típicos son casas tradicionales rehabilitadas (casas rurales, caseríos, etc.), con un número limitado de plazas, conservando la arquitectura y estilo propio de la zona.
- c) Interacción con la comunidad y la cultura local: el turista rural busca convivir e integrarse temporalmente en la vida del pueblo. Esto permite conocer mejor las costumbres, fiestas, gastronomía, folklore y más cultura.
- d) Contacto con la naturaleza y actividades al aire libre: la motivación principal suele ser disfrutar del entorno natural y la tranquilidad. Parte de la oferta son actividades recreativas vinculadas al medio natural: senderismo, rutas en bicicleta, observación de flora y fauna, turismo activo y de aventura, agroturismo (participación en tareas agrícolas o ganaderas), entre otras.
- e) Sostenibilidad y respeto al entorno: suele implicar un uso responsable de los recursos naturales y un interés por conservar el patrimonio local. Además, al ser una actividad complementaria a la economía rural (por ejemplo, para pequeños agricultores o emprendedores locales), contribuye al desarrollo local.

1.1.3. Evolución

Sus orígenes se remontan a finales del siglo XX, ya que surge por cambios sociales y económicos. España atravesaba un éxodo rural por la búsqueda de mejores oportunidades. Junto a esta situación, se sumó una crisis de la agricultura, por lo que se comenzó a buscar alternativas de desarrollo.

El turismo rural empezó a verse como una estrategia de diversificación económica y de fijación de población. Cánoves y Villarino (2000) señalan que en los años 80 se produjo la “eclosión de la moda del turismo rural” en España, impulsada por la necesidad de complementar las rentas agrarias en crisis, el agotamiento del modelo turístico de sol y playa, el crecimiento de turismo cultural, y una revalorización de las raíces rurales por parte de los habitantes urbanos. Aquí comienzan a ofertarse las casas rurales, apoyadas por iniciativas LEADER de la UE a partir de 1991.

Con el crecimiento de este tipo de turismo, muchas comunidades autónomas desarrollaron normativas para regular los alojamientos rurales y se crearon asociaciones (como ASETUR, Asociación Española de Turismo Rural). La oferta de alojamientos rurales creció: por ejemplo, solo en la primera década del siglo XXI la comunidad de Castilla y León multiplicó por nueve el número de alojamientos de turismo rural registrados (Muñoz Semeco, 2015, p. 45).

Claro está que la evolución no fue lineal, ya que a veces había sobreoferta en destinos. Pero poco a poco se diversificaron las modalidades (rutas rurales temáticas, turismo rural de lujo, centros de turismo rural con múltiples servicios, etc.) y se mejoró la calidad de las instalaciones y la promoción del producto rural.

Ahora bien, si nos remontamos a 2020, debido al COVID-19, el turismo rural sufrió un colapso (al igual que la mayoría de los tipos de turismo) por las restricciones de movilidad y el miedo al contagio. Sin embargo, fue el primer tipo de turismo con mayor capacidad de recuperación. Al no poder viajar al extranjero y visitar destinos masificados, aumentaron las escapadas a zonas rurales cercanas, ya que se percibían como más seguros y tranquilos.

Según datos de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Turísticos del INE, en 2021 los alojamientos de turismo rural contabilizaron 9,69 millones de pernoctaciones en España, lo que supuso un 53% más que en 2020, aunque aún un 16% por debajo del nivel pre pandemia de 2019 (INE, 2022). Un total de 3,35 millones de viajeros se alojaron ese año en establecimientos rurales (+60% vs. 2020).

En 2022 se superaron las cifras pre pandémicas. Ese año se registraron 4,3 millones de viajeros en alojamientos rurales, un 22% más que en 2021. Las pernoctaciones acumuladas de turismo rural en 2022 crecieron un 3,4% en comparación con 2019 (INE, 2023). Estos datos nos indican que el turismo rural ha conseguido más visibilidad como alternativa turística, incluso llegando a ponerse de moda.

Aún así, sigue existiendo la estacionalidad y la corta estancia media (en torno a 2-3 noches por viajero). También queda potencial de crecimiento en la atracción de turismo rural internacional, que todavía representa una fracción menor del total (en 2022 cerca del 20% de los viajeros rurales fueron extranjeros, principalmente de mercados cercanos como Alemania, Francia y Reino Unido) (INE, 2023).

En cuanto a la oferta, cada vez se ven más establecimientos de turismo rural. A finales de 2022 había más de 15.500 alojamientos rurales inscritos. Las comunidades que lideran en oferta y demanda son Castilla y León, Cataluña, Asturias o Andalucía, por su medio rural y posicionamiento de destinos de interior. Cabe destacar que Castilla y León se mantuvo en 2022 como el destino con mayor número de pernoctaciones rurales (aproximadamente 1,7 millones, un 18,5% del total nacional) (INE, 2023).

1.2. Turismo sostenible: principios clave

El turismo sostenible está en el foco de las discusiones sobre el desarrollo turístico. Sabemos que el término sugiere gestionar la actividad turística de modo que beneficie al presente sin hipotecar el futuro de destinos y comunidades locales, y así lo define ONU turismo, como aquel que tiene en cuenta las repercusiones del turismo en el tiempo, y que a su vez busca cumplir con las necesidades de los visitantes y anfitriones. Por lo tanto, el turismo sostenible debe atender a las demandas de los turistas, del sector, del medio ambiente y de la población local, teniendo en cuenta los impactos en el presente y en un futuro.

Swarbrooke (1999) describió el turismo sostenible como aquel turismo “que es económicamente viable, pero que no destruye los recursos sobre los cuales dependerá el turismo en el futuro, en particular el ambiente físico y el tejido social de la comunidad anfitriona” (p.13). En esencia, un turismo que perdura en el tiempo porque no agota el capital natural ni sociocultural que lo sustenta. Asimismo, la Agenda 2030 de Naciones Unidas incorporó el concepto en sus metas: el Objetivo de Desarrollo Sostenible 8, meta 8.9, anima a conseguir un turismo sostenible que genere trabajo y promueva la cultura.

1.2.1. Los tres pilares fundamentales: medioambiental, social y económico

Los principios de sostenibilidad tienen tres dimensiones, y se debe establecer un equilibrio entre ellas para conseguir sostenibilidad. Esto se traduce en que, una buena gestión turística, debe tener objetivos ecológicos, sociales y económicos.

Dentro de la dimensión medioambiental, se ha de minimizar el impacto ecológico, o reducir la huella de la actividad turística y proteger los recursos naturales, para así conservar la biodiversidad. Por ejemplo, ya se han desarrollado políticas que contribuyen a la no degradación de paisajes, como la promoción de medios de transporte bajos en emisiones y una mejor gestión de residuos y aguas.

En cuanto a los objetivos sociales, se ha de respetar la autenticidad de las comunidades anfitrionas y mantener el patrimonio y valores. Para ello, involucramos a la población local en las decisiones turísticas, y así aseguramos que la actividad no atente contra el bienestar y mejore la comunidad (mediante empleo, rescate de tradiciones o evitando la turistificación).

Por último, tenemos la dimensión económica. Aquí debe haber una distribución equitativa de beneficios sin tener que depender de subsidios. Los beneficios tienen que traducirse en oportunidades laborales, desarrollo de empresas locales y reducción de pobreza. Ahora bien, ¿en la realidad puede haber una sinergia real de estos tres principios? Una correlación real de estas dimensiones implica tener las suficientes herramientas para determinar los límites del crecimiento turístico que garantizan la sostenibilidad.

Butler (1999) y otros autores han argumentado que, sin establecer umbrales de carga (el número máximo de visitantes o desarrollo que un destino puede soportar sin degradarse), el turismo sostenible corre el riesgo de quedarse en la retórica. Esto, ciertamente, es evidente en destinos saturados: se promueve la sostenibilidad, pero ¿cómo evitar la sobreexplotación? Necesitamos indicadores que marquen hasta dónde puede crecer la actividad turística antes de dejar de ser sostenible (Bertoni *et al.*, 2016, citado en Pérez Lemus & Ramírez, 2024).

Otro de los aspectos que lideran el debate de la sostenibilidad, es el *greenwashing*. Se han detectado casos en los que, los agentes turísticos, utilizan el término “sostenible” para mejorar su imagen sin tener un compromiso real. Simplemente puro marketing. Según analiza Regalado (2024), estas tácticas engañosas pierden la confianza del turista informado. Por un lado, se podría perpetuar la degradación ambiental o social bajo una fachada “verde”, y por otro, se corre el riesgo de trivializar el concepto de sostenibilidad hasta vaciarlo de contenido.

Por último, cabe mencionar el gran error de elaborar políticas de sostenibilidad sin tener en cuenta a la comunidad local. En muchos destinos, los planes de desarrollo no involucran a los residentes, lo que genera desequilibrios en la distribución de beneficios. Como señala Donato (2025), la falta de participación de las comunidades en la planificación y gestión turística puede llevar a la pérdida de su autonomía y control sobre sus propios recursos. Si la población local no tiene voz en los proyectos turísticos, difícilmente verá el turismo como algo deseable.

1.3. Convergencia entre turismo rural y sostenible

España es un país con increíbles entornos rurales, y el interés por lo rural sienta las bases para la sostenibilidad, ya que, como anteriormente hemos indicado, distribuye mejor los flujos turísticos. Lo más importante es que muchos destinos rurales en España están integrando ya los principios de sostenibilidad en su oferta. Según el Observatorio del Turismo Rural, 6 de cada 10 alojamientos rurales se consideran sostenibles, incorporando prácticas alineadas con los ODS: compra de productos locales, actividades de educación ambiental para huéspedes, eficiencia energética (por ejemplo, uso de energías renovables en un 33% de estos alojamientos y medidas de ahorro de agua en un 32%), separación y reciclaje de residuos, entre otras iniciativas.

Vemos que el contexto rural actúa casi como un laboratorio del turismo sostenible: en él se evidencian tanto las fortalezas como los desafíos de este modelo. Las fortalezas incluyen la posibilidad de un turismo a escala humana, con baja huella ecológica y alta involucración comunitaria, capaz de revitalizar economías locales y financiar la conservación. Los desafíos reflejan en pequeño lo apuntado a gran escala: evitar caer en masificación sin control incluso en entornos naturales sensibles, garantizar que la población local reciba una porción justa de los beneficios y participe en las decisiones, y mantener la coherencia entre el discurso y la práctica (evitando, por ejemplo, que un destino rural se promocióne como “ecológico” mientras su manejo real diga lo contrario).

Cabe añadir que la literatura científica ha evidenciado un gran crecimiento en investigaciones sobre turismo sostenible, especialmente en alojamientos rurales (Molina Azorín & Font, 2015). Estos estudios coinciden en señalar que la sostenibilidad debe abordarse desde tres dimensiones —económica, social y ambiental—, aunque la mayoría de los trabajos se han centrado en la vertiente medioambiental (Chin, 2017). Los alojamientos rurales juegan un papel clave, no solo como motores económicos locales, sino también como agentes de conservación y transmisión cultural (Marín & Jafari, 2002). Sin embargo, su compromiso con la sostenibilidad varía significativamente: Ferrari et al. (2010) identifican que solo un 33 % de los empresarios lo perciben como una oportunidad competitiva, mientras que un 48,25 % lo asocia a ahorro y eficiencia, y un 18,75 % lo adopta por beneficios a corto plazo. Este panorama evidencia la necesidad de políticas públicas, formación específica y la integración de prácticas innovadoras que permitan consolidar un modelo de turismo rural realmente sostenible.

1.4. Políticas públicas

Durante demasiado tiempo, el mundo rural fue visto como un espacio subsidiario de las ciudades, proveedor de recursos y población migrante, hasta que la despoblación y el envejecimiento pusieron en evidencia el desequilibrio. Con la entrada en la Unión Europea, surgieron los primeros programas de alcance real, como LEADER y PRODER, que pretendían revertir esta tendencia apoyándose en los recursos propios de cada territorio.

Existen pocas políticas que estén dirigidas al desarrollo rural nacional, y las que hay, se han basado en los programas anteriormente mencionados, LEADER y PRODER. LEADER, en sus primeras fases, aportó un soplo de aire fresco, ya que promovía la participación local y buscaba dinamizar las zonas rurales con proyectos por y para el territorio. En muchos lugares esto se tradujo en la rehabilitación de viviendas para convertirlas en alojamientos rurales, la mejora de infraestructuras básicas y el impulso a pequeñas empresas vinculadas al turismo. En apenas una década, el número de alojamientos rurales pasó de ser residual a alcanzar cifras cercanas a los 9.000. La llamada “fiebre del turismo rural” trajo consigo nuevas oportunidades económicas y una sensación de revitalización que, por momentos, parecía suficiente para frenar el éxodo. En este sentido, tal y como indican Cànoves et al. (2006, p. 199) “el turismo rural ha sido uno de los grandes beneficiados y a través de él, se ha ayudado al desarrollo local de los espacios rurales”. Entre los logros, destacamos el incremento del número de alojamientos rurales, que pasó de aproximadamente 1.000 en los años ochenta a casi 9.000 en la década de 2000. Sin embargo, los autores advierten que existen efectos no deseados de este crecimiento.

Por una parte, destacamos la gentrificación y el encarecimiento de la vivienda en la mayoría de destinos. Además, se suma la pérdida de identidad local y estandarización de la oferta turística, por no hablar de la presión ambiental que viene dada del aumento de visitantes en áreas con fragilidad ecológica. Por ello, tal y como indican Cànoves et al. (2006), es extremadamente importante crear políticas integradas y participativas, que tengan en cuenta la capacidad de carga de los territorios y fomenten un turismo de calidad y bajo impacto.

A esto se suma un problema de fondo: aunque en las últimas décadas han surgido programas y ayudas para el turismo rural, sigue faltando una visión que conecte a todos los actores y apueste de verdad por un desarrollo equilibrado. Vázquez Varela y Martín Gil (2011) destacan cómo la fragmentación de competencias entre administraciones ha dado lugar a intervenciones dispersas, muchas veces desconectadas entre sí. Las inversiones, en lugar de consolidar proyectos transformadores, tienden a centrarse en actuaciones básicas como pavimentar calles o habilitar aparcamientos. Esto deja en segundo plano otras áreas, como la formación de los trabajadores o la creación de productos turísticos con identidad propia.

El modelo que se ha extendido prioriza sumar alojamientos y restaurantes, pero no siempre presta atención a cómo hacerlos sostenibles en el tiempo. En algunos territorios esto ha derivado en una oferta demasiado homogénea y poco diferenciada, donde la única vía para competir es ajustar precios al límite. Esto puede generar crisis periódicas cuando el flujo de visitantes disminuye o las subvenciones se recortan.

Además, los autores subrayan un riesgo que empieza a ser evidente en muchos destinos: la pérdida de autenticidad. El turismo rural debería construirse sobre la personalidad y singularidad de cada territorio, pero las políticas públicas han tendido a replicar fórmulas idénticas que transforman paisajes y tradiciones en productos turísticos estandarizados. Para evitarlo, debemos repensar las estrategias para fomentar experiencias de calidad que valoricen los recursos locales (Vázquez Varela & Martín Gil, 2011).

1.5. España vaciada

Hablar del medio rural en España hoy implica necesariamente hablar de la llamada España vaciada, un término que se ha convertido en símbolo de la despoblación. Este término se popularizó con la publicación del ensayo *La España vacía* de Sergio del Molino (2016) y desde entonces, el concepto ha servido para visibilizar una realidad, además de servir como lema para manifestaciones en contra de este fenómeno.

No hay una sola causa de este vaciamiento, sino que se ha juntado la migración a ciudades por búsqueda de oportunidades laborales, con la falta de políticas de repoblación y la mala distribución de recursos en los territorios. Mientras las grandes ciudades tienen muchas oportunidades laborales e infraestructuras, los pueblos cierran escuelas por bajo número de niños, pierden transporte público por recortes, o se quedan sin consultas médicas por transportarlos a otros territorios.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2024), más del 40% de los municipios españoles tiene una población inferior a los 500 habitantes, y muchas provincias como Soria, Teruel o Cuenca presentan densidades inferiores a los 10 habitantes por kilómetro

cuadrado. En este escenario, el turismo rural ha aparecido como una posible vía de reactivación económica para muchos de estos territorios. Sin embargo, si esto no se gestiona de forma planificada, todo puede ir a peor, llegando incluso a perder la identidad local.

Por eso, aunque el turismo rural puede ser una herramienta útil para combatir los efectos del vaciamiento, no debe confundirse con una solución mágica. La lucha contra la España vaciada pasa por garantizar derechos y condiciones de vida dignas en el medio rural: educación, sanidad, conectividad, vivienda y participación política real. Solo así los pueblos podrán dejar de ser escenarios para el descanso urbano y volver a ser, plenamente, lugares para vivir.

CAPÍTULO 2:

ANÁLISIS DE CASOS DE ESTUDIO: TURISMO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES DE ESPAÑA

2.1. Introducción

Para abordar el impacto del turismo sostenible en zonas rurales de España se han seleccionado tres casos de estudio: Orbaneja del Castillo (Burgos), Alquézar (Huesca) y La Alpujarra Granadina. La elección de estos territorios responde a su representatividad en relación con distintos modelos de desarrollo turístico y su localización en áreas afectadas por procesos de despoblación. Cada uno de ellos muestra un tipo de planificación turística: un crecimiento sin orden ni planificación; iniciativas locales de gestión sostenible; y escenarios híbridos donde coexisten prácticas responsables con dinámicas de explotación turística.

Los criterios de selección se han basado en tres aspectos principales: la diversidad de enfoques en la gestión turística; el grado de presión turística sobre el territorio; y la relevancia cultural y medioambiental de cada zona, factores clave para comprender las tensiones y oportunidades del turismo rural sostenible en España.

2.2. Caso 1: Orbaneja del Castillo (Burgos)

2.2.1 Contexto general

Orbaneja se encuentra en el norte de la provincia de Burgos, en el límite con Cantabria, asentando en el valle del Ebro, dentro de la comarca de Páramos. Se trata de un pequeño pueblo de apenas 50 habitantes censados, lo que contrasta con los 200.000 visitantes anuales que recibe (Diario de Burgos, 2024).

Históricamente, Orbaneja tuvo mayor población y actividad agroganadera, pero como tantos pueblos del interior de España, se vio afectada por el éxodo rural en el siglo XX. Sin embargo, al tener un buen patrimonio natural y cultural, no ha desaparecido. Lo que más destaca de la villa, es su cascada natural que atraviesa el centro del pueblo, dividiéndolo en dos barrios (la Villa y la Puebla). Esta cascada tiene, aproximadamente, unos 20 metros de altura. Surge de la Cueva del Agua, y en su descenso se van formando pozas. Además, también se conocen cuevas con pinturas rupestres del neolítico, lo que ha llevado a geólogos a investigarlas.

También caracteriza el pueblo las calles y casas de piedra, con balcones de madera. Pasear por allí nos remonta a lo medieval, con las comunidades cristianas, judías y mozárabes que lo habitaron en el pasado. Por lo tanto, vemos que realmente tiene cierto atractivo turístico. De hecho, en los últimos años ha sido reconocido entre los destinos rurales más buscados de España.



Figuras 1 y 2: fotografías de Orbaneja del Castillo

Fuente: [Booking](#)

Como hemos mencionado antes, el pueblo no tiene más de 50 habitantes censados, 3 más que en 2010. No nos resulta extraño, ya que esta es la realidad de muchas zonas rurales de España: pocos habitantes de perfil envejecido, con poca actividad económica. A día de hoy, lo que sustenta la economía local es el turismo. La oferta de servicios está enfocada al visitante, con alojamientos rurales y bares/restaurantes que trabajan sobre todo en temporada alta.

2.2.2. Evolución del turismo

Orbaneja se ha desarrollado turísticamente sin una planificación inicial. El turismo ha crecido bastante hace relativamente poco, y de manera espontánea. No fue hasta 1990 que comenzó a descubrirse por la afluencia del turismo rural, ya que antes solo lo visitaban pescadores o excursionistas.

Además, se sumó que se declaró Conjunto Histórico en 1993, y el acceso por carretera se mejoró. Pero eso no es suficiente para alentar a la gente a que vayan a visitar algún lugar, fue más bien el boca a boca, la difusión en medios de comunicación y el exponerse en internet y redes sociales. Lo empezamos a ver en reportajes en prensa y revistas especializadas, o en blogs de viajes. También veíamos cómo TripAdvisor o EscapadaRural comenzaron a llenarse de fotos e historias del lugar.

Hacia 2010 el flujo de visitantes ya era grande, pero se aceleró entre 2015-2019 gracias a la viralización en redes: turistas de toda España (y algunos extranjeros) lo visitaban atraídos por imágenes que habían visto del lugar. Por lo tanto, el número de visitantes no paraba de subir, pero eso sí, sin planificación turística previa. Orbaneja llegó a ser “el destino turístico más buscado en Google” de Burgos hacia 2017 según la Universidad de Burgos, y ese interés se tradujo en visitas. En Semana Santa y puentes festivos de 2016-2017, el pueblo comenzó a verse literalmente desbordado. Según la Junta Vecinal local, con unos 50 residentes, Orbaneja recibía entre 4.000 y 5.000 visitantes diarios en días punta. Esta situación provocó colapsos de tráfico (coches atascados en la única carretera de acceso y aparcamientos desbordados) y desórdenes varios.

La reacción inicial fue totalmente improvisada: “han sido los propios vecinos, ante la falta de coordinación y respuesta de las administraciones... los que se han encargado” de gestionar la situación, comentaba el alcalde de entonces. En 2017, la Junta Vecinal habilitó por su cuenta tres zonas de aparcamiento provisionales (unas 180-200 plazas) comprando terrenos, y eran los vecinos los que regulaban el tráfico y limpiaban las calles.

Vemos cómo la falta de planificación turística por parte de las instituciones dejan desnudos a los vecinos ante este tipo de situaciones, donde el activismo parece ser la única solución rápida. Nadie les ayudó con esta masificación repentina. De hecho, hubo tensiones entre la Junta Vecinal y el Ayuntamiento, ya que éstos le solicitaron que pidiese subvenciones para, por lo menos, instalar casetas de información turística. Llegaron incluso a plantearse la posibilidad de segregarse y constituir municipio propio para gestionar mejor sus recursos.

Durante los siguientes años, hasta la pandemia del COVID-19, el turismo siguió creciendo, superando incluso las 100.000 visitas anuales. Intentaban tapar los problemas que esta masificación generaba con pequeños parches, soluciones reactivas (más parkings improvisados en veranos, prohibiciones puntuales de baño en las pozas, etc.) pero a largo plazo, nadie sabía qué podrían hacer. Llegó la pandemia en 2020 y, con las restricciones, no tuvieron turistas. Sin embargo, cuando todo volvió a funcionar con normalidad, hubo un rebote de visitantes. El turismo nacional se disparó, y Orbaneja se volvió a ver al límite de sus posibilidades.

Por fin, en 2023 se comenzó a elaborar una planificación turística. Tras integrarse Orbaneja del Castillo en el nuevo municipio de Valle de Sedano (reorganizado en 2022) y un relevo en la alcaldía pedánea, surgieron varias iniciativas. El nuevo alcalde, José Martínez, expone que en temporada alta “tienen unos 1.500 visitantes a diario” y que 2023 batió récords de turistas, por lo que “ese boom tiene un retorno que se debe aprovechar”. Por ello, señalaron nuevas rutas de senderismo, se mejoraron los accesos peatonales e incluso se proyecta la creación de un nuevo parking que amplíe las 500 plazas actuales. Además, en 2024 inauguraron la Oficina de Turismo. Asimismo, se está promoviendo señalización con códigos QR, de tal manera que los turistas puedan seguir itinerarios autoguiados



Figuras 3, 4 y 5: publicaciones en medios sobre Orbaneja del Castillo

Fuentes: El Correo de Burgos, Europa Press y UniversalCorner

Aunque parezca irónico, Orbaneja ha comunicado que le gustaría unirse a la Asociación de los Pueblos Más Bonitos de España, lo que podría atraer aún más viajeros, pero las autoridades confían en que ayude a “dinamizar toda la zona” con un turismo más estructurado.

2.2.3. Impactos del turismo

Este desarrollo ha tenido varios impactos. A continuación, los analizamos en tres ámbitos: económico, sociocultural y medioambiental.

- a) Impactos económicos: sin duda, el turismo ha resucitado la economía. En un pueblo que durante décadas sufrió un declive y falta de oportunidades, la llegada masiva de visitantes ha creado empleo y ha impulsado a la gente a crear negocios. Eso sí, la economía, a día de hoy, depende en gran medida de la hostelería y los alojamientos rurales, que durante los fines de semana y vacaciones, consiguen ocuparse al completo. El alcalde reconoce que gracias al turismo “bares y tiendas se llenan con el buen tiempo”. Asimismo, se han generado algunos empleos directos ligados al sector: personal de atención en la nueva oficina de turismo, mantenimiento de parkings, guías locales, etc. Por ejemplo, la regularización del aparcamiento conllevará contratar a un vecino para esa gestión. No obstante, también tiene sus contras. La economía local se ha vuelto monosectorial, girando casi exclusivamente alrededor del turismo, lo que implica una gran dependencia que, en caso de descenso por cualquier motivo, afectaría demasiado a los negocios. De hecho, eso mismo ocurrió en 2020, ya que los negocios cerraron y no tuvieron ingresos durante meses. Por otro lado, gran parte de las ganancias pueden estar quedando en manos de inversores o propietarios de fuera (dueños de casas rurales, etc.), reduciendo el impacto positivo real en los residentes permanentes. También existe el peligro de la inflación de precios locales, ya que la demanda encarece el precio de la vivienda y del suelo (al querer invertir en alojamientos turísticos). Por ejemplo, en el Pirineo catalán se ha visto cómo turismo y segundas residencias dispararon el coste de la vivienda, dificultando que los locales accedan a ella (Parejo, 2024). Por lo que Orbaneja podría sufrir algo parecido.

b) Impactos sociales y culturales: mirando el lado positivo, la llegada de visitantes ha traído vida y dinamismo a un pueblo que de otro modo estaría semivacío. Durante buena parte del año, sobre todo por vacaciones, hay gente por las calles, eventos, comercios abiertos... Esto ha contribuido a mantener servicios (bares, tiendas) que probablemente habrían cerrado sin la demanda turística, lo cual redundaría también en la calidad de vida de los residentes. Incluso se aprecia cierta estabilización demográfica: en contra de la tendencia general de despoblación, se mantiene el número de habitantes (incluso ha aumentado, aunque mínimamente sea, en la última década) en parte gracias a que familias han encontrado en el turismo una oportunidad para emprender (abriendo un negocio de turismo rural) o para trabajar en la zona. En este sentido, se ha revalorizado la cultura y patrimonio local: se han restaurado casas para convertirlas en posadas, e incluso se han recuperado fiestas y mercados. Pero, por el lado negativo, la “invasión” turística ha supuesto también una pérdida de la tranquilidad y del día a día allí. Los mismos residentes lo dicen, que están cansados del ruido, del continuo vaivén de personas. Los fines de semana, el pueblo puede parecer más un parque turístico que un pueblo. Esto genera fatiga social. Además, si los turistas no son sostenibles con el entorno (haciendo ruido a deshoras, dejando basura fuera de las papeleras, etc.), se produce malestar en los habitantes, que ven perturbada su rutina. Otro impacto es el riesgo de exclusión de los habitantes. En temporada alta es casi imposible comer en el único restaurante sin reservar, porque está lleno de turistas; o los vecinos han de evitar sacar el coche en horas punta porque luego no encontrarán dónde aparcar cuando vuelven. Por la parte cultural, algunos edificios se han restaurado por el interés turístico. Sin embargo, los servicios básicos, como colegios o centros de salud, aún no han regresado al pueblo. Orbaneja forma parte del municipio de Valle de Sedano, por lo que la asistencia sanitaria se presta desde el centro de salud de allí. Esto indica que, pese a los efectos positivos en el patrimonio natural y la actividad económica, el turismo no basta por sí solo para devolver la infraestructura pública esencial.

c) Impactos medioambientales: comenzando por la capacidad de carga del entorno, ésta ha sido, obviamente, sobrepasada. El espacio está bastante limitado para los vehículos y las personas, y aún así llegan miles de turistas en un solo día, lo que produce congestión hasta en senderos. Esto genera problemas, como la erosión del terreno y deterioro de infraestructuras naturales: en las orillas del arroyo y las pozas de la cascada, por donde caminan muchos visitantes, se aprecian grietas en suelo, y además se ha perdido parte de la vegetación en zonas que son muy transitadas. La administración del Parque Natural ha tenido que instalar pasarelas y vallados en ciertos puntos para canalizar el flujo de gente y permitir la regeneración de la flora. Relacionado con lo anterior, el turismo ha traído un aumento de residuos y contaminación. Una pequeña población de 50 habitantes difícilmente genera problemas de basura, pero cuando 4.000 personas visitan en un día, los contenedores se desbordan. Los propios vecinos se han organizado en cuadrillas de limpieza después de los festivos para retirar restos de algunos turistas. Si miramos por los animales, ya se ha apreciado una pérdida de aves cerca de la cascada, y las nutrias ya no se dejan ver por allí donde el humano pasa. En la Cueva del Agua se aprecia fácilmente que los visitantes han arrancado o tocan las estalactitas, lo que ha llevado a plantear restringir el acceso sin guía. Además, cuando es temporada alta, aumenta el consumo de agua, energía y genera más residuos. Aunque se han lanzado campañas para un uso responsable, siguen reproduciendo las aglomeraciones, la basura, perturbación de fauna y el desgaste del suelo.

2.2.4. Valoración

En la práctica, el desarrollo turístico hasta la fecha no cumple plenamente con el ideal de sostenibilidad. No cabe duda de que el turismo ha aportado beneficios, ya que desde la perspectiva de la lucha contra la despoblación rural, Orbaneja ejemplifica cómo el turismo –debidamente gestionado– podría ser una tabla de salvación: un estudio de la Universidad de Burgos y SODEBUR señala que el turismo sostenible puede ser “una solución eficaz a la despoblación” al crear puestos de trabajo en los pueblos y proporcionar recursos económicos que mejoren los servicios. En este caso, el flujo turístico ha dado nueva vida a la localidad y ha revalorizado su patrimonio.

Sin embargo, la cuestión es si este turismo tal como existe hoy es sostenible en el tiempo o si, por el contrario, está hipotecando el futuro del propio destino. Los datos evidencian que actualmente hay desequilibrios. El número de visitantes (hasta 200.000 al año) es desproporcionado en relación a la escala del pueblo y su entorno. Esto ha producido tensiones en la comunidad (hartazgo de algunos vecinos) y daños ambientales incipientes, como hemos descrito. Así, en los últimos años Orbaneja del Castillo se ha encontrado más cerca de un modelo de turismo de masa no planificado (o “turismo extractivo” podríamos decir, que explota los recursos locales rápidamente) que de un turismo verdaderamente sostenible.

La buena noticia es que tanto los vecinos como las autoridades locales han tomado conciencia del problema y han iniciado acciones para corregirlo. De hecho, Paula Antón, investigadora de la UBU, subraya que las mejoras en destinos de interior solo pueden lograrse “con prácticas turísticas que tienen en cuenta no solo el impacto económico..., sino también el impacto ambiental y sociocultural a largo plazo”. El pueblo está dando sus primeros pasos en esa dirección, pero aún hay gran margen de mejora.

Como señaló Bernard Lane (1994), uno de los pioneros en turismo rural: “es de gran importancia que las comunidades locales controlen el turismo”. Partiendo de esa premisa, se ha de limitar la afluencia a niveles asumibles para proteger recursos a largo plazo. Quizás, si se diversificase la oferta se conseguiría cierta desestacionalización, mediante el fomento de visitas en temporada baja, creando eventos en otoño e invierno, incorporar ecoturismo, etc.

Una de las próximas medidas para la villa, podría dirigirse hacia la creación de un plan estratégico, que esté apoyado institucionalmente y con objetivos claros —como reducir picos de afluencia, obtener certificaciones verdes y facilitar infraestructuras sostenibles—, que asegure un turismo de calidad sin comprometer el entorno.

2.3. Caso 2: Alquézar (Huesca)

2.3.1. Contexto general

Vamos a hablar de una pequeña villa medieval, situada en Huesca. Hace algunas décadas, el pueblo contaba con nada más que un centenar de habitantes. A día de hoy, tiene censados 338 residentes, según el INE (2024). Esta recuperación demográfica va ligada al desarrollo de un turismo cultural y de naturaleza gestionado bajo criterios de sostenibilidad. La Organización Mundial del Turismo (OMT) la ha reconocido como uno de los “Mejores Pueblos Turísticos del Mundo” (Program Best Tourism Villages, 2023), y al mismo tiempo, ha sido nombrado el “Pueblo Más Bonito de España”.

El caserío de Alquézar mantiene la estructura original de la antigua villa, con un trazado de calles estrechas y empedradas que se adapta al relieve del terreno. En lo alto se encuentra la colegiata de Santa María la Mayor, construida sobre un antiguo castillo árabe y declarada Monumento Nacional, que domina visualmente el conjunto urbano.



Figura 6: pasarelas de Alquézar

Fuente: <https://pin.it/18bTpKCEk>

A los pies del pueblo discurre el río Vero, donde se ha instalado un recorrido de pasarelas ancladas a la roca que permite acceder a los cañones y observar el entorno desde dentro. También hay un museo etnológico en la casa Fabián, donde se conservan herramientas, mobiliario y objetos que muestran cómo era la vida cotidiana en la comarca hace décadas. En los alrededores se pueden visitar varios abrigos con pinturas rupestres declaradas Patrimonio Mundial por la UNESCO. Además, Alquézar es un punto de partida habitual para actividades como el barranquismo y el senderismo, que han dado un nuevo uso a los barrancos y cañones del entorno.

Al igual que como comentamos en el caso anterior, en la década de 1980 Alquézar se quedó con apenas 100 personas viviendo allí, y parte del caserío quedó abandonado. De hecho, cuatro años más tarde, se declaraba Conjunto Histórico Artístico al pueblo, pero sin recursos suficientes para su restauración. A partir de entonces se implementaron planes de rehabilitación patrimonial y social, como el Plan Director 1988–2000 que restauró unas 70 fachadas y movilizó cerca de 3 millones de euros (Pano, 2015). Gracias a ello, se logró frenar la despoblación y atraer a nuevas personas que quisieran habitar el lugar, logrando triplicar el número de censados, una cifra que refleja el retorno de residentes atraídos por las oportunidades derivadas del turismo sostenible.

Así, el turismo no ha sido una invasión que desplace a la gente, sino una herramienta para que el pueblo vuelva a ser un lugar habitable y con futuro. Esta experiencia abre la puerta a pensar cómo otros pueblos en situación de abandono podrían encontrar en la gestión sostenible una vía para recuperar vida y actividad.

2.3.2. Evolución del turismo

Con la intención de fomentar el turismo, las autoridades de la región comenzaron a diseñar estrategias que, además, tuvieran en cuenta la protección de patrimonio. Como hemos comentado, en 1984 se declaró Conjunto Histórico, y a partir de los 90 se rehabilitaron una gran cantidad de edificios antiguos para convertirlos en alojamientos, restaurantes, o crear un centro cultural.

Como parte de estas restauraciones tenemos la famosa Ruta de las Pasarelas del río Vero. Se construyeron con el fin de que existiese un camino de obra para la ingeniería hidráulica, pero a partir del 2000 se regularizaron para el turismo y su último tramo se inauguró en 2015 (Ferrer, 2020). Por lo tanto, se convirtió en un itinerario de 3km, siendo a día de hoy el principal atractivo de la villa. Además, el Ayuntamiento, para financiar el mantenimiento y la limpieza del recorrido, instauró unas tasas de acceso (5€/persona). Con esa aportación económica también se ha podido incluir un servicio de seguridad e información.



Figuras 7, 8, 9 y 10: apariciones de Alquézar en medios, prensa y redes

Fuentes: TikTok, Hoy Aragón, National Geographic Viajes y El Español

Según Hoy Aragón (2025) también se ha reforzado la infraestructura turística: en Alquézar se contabilizan actualmente 5 hoteles, 3 albergues, 2 campings y unos 50 apartamentos turísticos (antes prácticamente inexistentes), así como 16 restaurantes.

La oficina de turismo se trasladó en 2023 a Alquézar para aprovechar su centralidad, y la Marca Guara Somontano promueve el destino a nivel autonómico. Se potencia también la conectividad: se puede acceder a la villa por carretera y, además, hay servicio de autobús. A diferencia del anterior caso, Alquézar cuenta con aparcamiento grande a las afueras para evitar congestión urbana. En paralelo, se ha impulsado el desarrollo de actividades (senderismo, barranquismo, escalada) y la tutela del entorno (Parque Cultural del Río Vero, con arte rupestre declarado Patrimonio de la Humanidad), de modo que la oferta trasciende la simple visita urbana. Todo ello se integra en un plan de turismo sostenible comarcal: la Comarca de Somontano presentó en 2022 una candidatura piloto ante Turismo de Aragón para extender prácticas sostenibles a todos sus municipios.

Todo este éxito, es debido a la colaboración por parte de las administraciones locales (como el Ayuntamiento de Alquézar), comarcales (Somontano), autonómicas (Gobierno de Aragón) y nacionales (Secretaría de Estado de Turismo, a través de Turespaña). Cabe añadir que el alcalde Mariano Altemir lideró gran parte del impulso inicial. Además, la actual alcaldesa, Ana Blasco, sigue apostando por la sostenibilidad del modelo. La Comarca de Somontano coordinó la promoción y la candidatura internacional, participando en redes europeas de turismo rural.

Por su parte, Turismo de Aragón avaló estas iniciativas, y la Diputación de Huesca ha aportado subvenciones para obras de mejora (por ejemplo, la limpieza y ampliación de las pasarelas). Por otro lado, también participan en estas mejoras el sector privado y comunitario. Hay que tener en cuenta a los empresarios y a la propia población: los hosteleros, guías de montaña y algunas empresas de aventura son parte del motor económico. Los vecinos han asumido el proyecto turístico como propio y se han sensibilizado sobre su conservación y prácticas responsables. Como resumió el presidente de la comarca, el desarrollo de Alquézar se ha basado en valores de “sostenibilidad del destino, cuidado de la arquitectura tradicional y el medio ambiente”, gracias al compromiso conjunto de autoridades, empresas y ciudadanos. (Huguet, 2023).

2.3.3. Impactos del turismo

Como bien se puede esperar, la economía ha notado un gran repunte por el turismo, y no solo en su localidad, sino en todo su entorno.

- a) Impacto económico: Según datos de la Comarca del Somontano, los alojamientos turísticos registraron 99.211 viajeros en 2022, cifra que aumentó a 106.930 en 2023, superando incluso los niveles pre pandemia (que se situaron en 106.333 en 2019). La estancia media se mantiene en torno a 2,3 días y cerca del 60 % de los visitantes proceden de España, principalmente de regiones como Cataluña y Madrid, mientras que el turismo extranjero está encabezado por Francia. Las pasarelas del río Vero, el principal atractivo, recibieron más de 131.245 visitas en 2023, siendo el motivo de visita para el 74 % de las personas que eligieron la comarca.

El impacto del turismo ha transformado la infraestructura local: en los años 80 solo había un restaurante, ahora hay 15, y los alojamientos han pasado de uno en la década de 1990 a cinco hoteles, tres albergues, dos campings y 50 apartamentos turísticos. Además, la colegiata de Santa María recibe unas 50.000 visitas anuales, lo que contribuye a financiar la conservación del patrimonio.

- b) Impacto social: el turismo ha revertido la despoblación: el alza demográfica refleja la llegada de nuevas familias y la permanencia de la juventud. Se ha recuperado el orgullo local y se han reabierto servicios (comercio, actividades comunitarias) gracias a la demanda turística.
- c) Impacto medioambiental: la llegada masiva de visitantes exigió medidas de gestión. Por un lado, la oferta turística está orientada hacia actividades de bajo impacto (senderismo, descenso de cañones, divulgación del patrimonio natural) en un entorno protegido; no obstante, la presión humana genera retos (erosión en senderos, gestión de residuos, etc.). Para mitigarlo, el Ayuntamiento cobra una tasa y aplica normas estrictas: los visitantes deben llevarse la basura fuera de la ruta y no meter objetos grandes, tales como neveras, toallas, etc. Se han establecido protocolos de seguridad en la ruta (obligatoriedad de buen calzado) y se cierran tramos en condiciones adversas.

Las propias pasarelas, además, son estructuras ligeras de madera y metal diseñadas para minimizar el impacto en el cañón. La presión turística ha promovido campañas de concienciación –por ejemplo, en 2020 se creó el hashtag #AlquézarTeCuida al reabrir la villa tras el confinamiento–, y la supervisión comarcal vela por la sostenibilidad del destino.

2.3.4. Valoración

Podríamos tomar a Alquézar como referencia de un buen modelo de planificación turística rural sostenible. De hecho, esto lo certifican los diferentes galardones que ha obtenido: en 2015, la villa entró en la asociación Los Pueblos Más Bonitos de España, lo que resaltó su patrimonio. Más recientemente, en diciembre de 2022 ONU Turismo lo incluyó en su segunda edición de *Best Tourism Villages*, premiando los destinos rurales comprometidos con el desarrollo turístico sostenible. Vemos también cómo España presentó a Alquézar como una de sus tres candidatas nacionales al galardón (junto con Rupit y Guadalupe), con un plan piloto de turismo sostenible que se extendía al resto de Somontano.

A nivel autonómico, ha destacado en el turismo de Aragón como modelo de sostenibilidad rural y se integra en rutas promocionales (p.ej. “Alto Aragón Reserva de la Biosfera”). La UNWTO/ONU subrayó en 2022 que el mérito del pueblo reside en su gestión sostenible (no solo en su belleza): “tener un centro histórico bonito (...) no es suficiente, sino que el mérito está en la gestión sostenible del turismo” (Viajes National Geographic, 2025). Esto es, justamente, lo que lo hace un referente en turismo rural sostenible y garantizan visibilidad global al proyecto local.

Los datos confirman el éxito: ha multiplicado su población, ha consolidado una oferta turística completa y ha alcanzado cifras de visitantes sin saturar el espacio en la comarca. Vemos que, lo que diferencia a Alquézar de otros territorios muy visitados, es su buena gestión: los efectos ambientales se contrarrestan con inversión continua en mantenimiento y educación ambiental, intentando que el auge turístico conviva con la conservación del paisaje y ecosistemas locales.

2.4. Caso 3: la Alpujarra (Granada)

2.4.1. Contexto general

Cuando hablamos de “las Alpujarras” en plural, nos referimos a dos zonas diferenciadas: la Alpujarra de Granada y la de Almería. Sin embargo, en Granada se usa el término en singular para referirse a los pueblos que pertenecen a su territorio provincial. Entre ellos sobresalen Pampaneira, Bubión y Capileira, situados en el emblemático Barranco de Poqueira y declarados Conjunto Histórico-Artístico. Pampaneira es probablemente el más conocido, con sus calles empedradas, acequias y lavaderos que conservan el trazado original de influencia bereber. Bubión, por su parte, ofrece un ambiente más tranquilo y menos turístico. Capileira, el más alto de los tres, tiene vistas al Mulhacén y es punto de partida de varias rutas de senderismo por el Parque Nacional de Sierra Nevada.

Otro de los pueblos emblemáticos es Trevélez, conocido como el más alto de España y famoso por sus jamones curados al aire puro de la sierra. También destaca Soportújar, que ha sabido reinventarse en las últimas décadas como “el pueblo de las brujas”, y ahora es un gran destino turístico. Órgiva es considerada la capital administrativa y comercial de la zona de la Alpujarra. Como curiosidad, es un pueblo que acoge a una comunidad *hippie*, donde se pueden realizar rituales. En cambio, Lanjarón es conocido por sus aguas medicinales y su balneario, lo que le ha dado fama como destino de bienestar (con su Ruta del Agua, fuentes y lavaderos). Otros pueblos como Pítre y el resto de núcleos que conforman La Taha conservan intacta la esencia rural por su arquitectura y su ritmo de vida (perfecto para el *slow tourism*). Por último, mencionamos Válor y Cáñar que destacan por sus fiestas tradicionales.

La región en conjunto es uno de los destinos más visitados de la provincia de Granada, y está rodeada de un aura de leyenda por su historia. Desde hace décadas, ha transmitido una gran fascinación en visitantes de todo el mundo, especialmente entre la comunidad británica, que ha encontrado en estos pueblos blancos y en sus paisajes de montaña un refugio de calma y autenticidad.

Fue declarada Reserva de la Biosfera por la UNESCO en 1986. Sierra Nevada abarca este territorio donde el turismo rural y gastronómico se han convertido en uno de sus grandes atractivos. La arquitectura tradicional incluye casas de piedra y barro, techos planos de launa y unas antiguas acequias aún en uso. Este patrimonio es un claro reflejo de la herencia morisca que sigue moldeando el paisaje.



Figura 11: la Alpujarra granadina

Fuente: [Rural Sierrasol](#)

A pesar de que la comarca quedó aislada tras la expulsión de los moriscos en 1568 y la posterior repoblación con colonos castellanos y gallegos, la Alpujarra ha sabido mantener un estilo de vida rural muy singular. Tras sufrir décadas de despoblamiento (ya nos sabemos esta historia), la llegada del turismo rural supuso una revitalización parcial de la zona, hasta convertirla en un auténtico referente de turismo sostenible de montaña en Andalucía.

Este nuevo dinamismo ha atraído también a nuevos residentes. Entre 1998 y 2011, el porcentaje de población extranjera en la Alpujarra creció del 1,4 % al 12,95 %, gracias a la llegada de personas que buscan una vida más sostenible en un entorno rural. Estos recién llegados han reactivado el mercado y la agricultura. No obstante, la población autóctona sigue disminuyendo y envejeciendo. Como señala un estudio, “la Alpujarra está perdiendo su población autóctona, a la vez que más forasteros (españoles y extranjeros) están quedándose a vivir en ella” (ResearchGate, s.f.).

2.4.2. Evolución del turismo

Una de las primeras decisiones clave en cuanto a planificación turística fue proteger su patrimonio natural y cultural. Gran parte de su territorio quedó integrado en el Parque Natural y, posteriormente, en el Parque Nacional de Sierra Nevada (1989 y 1999), y zonas como el Barranco de Poqueira fueron declaradas Bien de Interés Cultural ya en 1982. A ello se sumó la declaración de la Alpujarra Media y La Taha como Sitio Histórico de Interés Etnológico en 2013. Con ello, consiguieron mantener la arquitectura y los sistemas de riego heredados de las anteriores culturas. Incluso la candidatura como “Paisaje Cultural” ante la UNESCO, impulsada en 2014, refleja un reconocimiento a ese modo de vida donde cultura y naturaleza se entrelazan (La Vanguardia, 2014).

En paralelo, la comarca ha visto cómo mejoraba su conectividad e infraestructuras. Sigue habiendo una falta de comunicación mediante trenes, pero las carreteras que la unen con Granada y la costa han sido renovadas.

Cabe mencionar que, gracias a los programas como los fondos LEADER y el Plan de Actuación Económica de la Alpujarra, iniciado en 1989, financiaron la electrificación rural, accesos y hasta pequeños aeródromos. Mientras, la Cámara de Comercio de Granada ha reforzado la formación de pymes turísticas, al darse cuenta de que la calidad del servicio es algo diferenciador en este turismo cada vez más competitivo y exigente.

Además, la promoción turística ha sabido jugar con las fortalezas de la Alpujarra. La marca “Alpujarra·Granada. Calidad Rural certifica alojamientos y productos locales, vinculando el turismo a la excelencia gastronómica y artesanal. Rutas como la del Jamón Serrano de Trevélez o la del Vino Alpujarra–Contraviesa han convertido el simple viaje en una experiencia para los sentidos, mientras la participación en redes europeas como Europarc, Cittaslow (Bubión) o *slow tourism* apuesta por un visitante más consciente y menos masivo.

En el terreno de la sostenibilidad, destaca la adhesión a la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) desde 2004, con planes quinquenales que coordinan a gestores ambientales, empresarios y administraciones.

Las empresas que operan dentro del parque se comprometen a prácticas respetuosas: ahorro de recursos, minimización de residuos y formación en turismo responsable. Esto se traduce en una mayor satisfacción de los turistas y en un mejor posicionamiento.

Pero todo esto no habría sido posible sin la colaboración de quienes viven y trabajan en la Alpujarra. Los ayuntamientos y mancomunidades han gestionado servicios básicos y ordenanzas urbanas, mientras que la Diputación de Granada ha impulsado proyectos comarcales como Culturmed. Asociaciones de desarrollo rural como la ADR Alpujarra–Sierra Nevada han canalizado fondos europeos hacia proyectos de sostenibilidad, agricultura ecológica y la revalorización de productos locales como el queso y la miel. La población local, junto con los llamados “neorrurales” —personas llegadas de entornos urbanos que buscan un modo de vida más sostenible—, participan activamente en negocios de agroturismo, alojamientos rurales y actividades ligadas a la naturaleza.

Alpujarra Experience: un caso de éxito en turismo sostenible en Andalucía

Big data - Esther Reinoso, fundadora del negocio, recibe el galardón 'Empresarias Andaluzas' a la mejor empresaria del ámbito rural de la comunidad autónoma



Estos 4 pueblos son algunas de las maravill...

Figuras 12, 13, 14 y 15: aparición en medios de la Alpujarra

Fuentes: periódicos IDEAL, Granada Hoy y TikTok

Sierra Nevada sigue siendo Reserva de la Biosfera de la UNESCO desde 1986, y varios municipios han entrado en redes de calidad de vida como Cittaslow. Incluso en la gastronomía, productos como el Jamón de Trevélez (IGP) o el Vino de Granada (DOP) se han convertido en embajadores de un territorio que apuesta por un turismo donde la experiencia va de la mano con el respeto por el entorno.

Cabe mencionar que, en los últimos años, la Alpujarra granadina ha empezado a transformar su forma de entender el turismo gracias a proyectos como Alpujarra Experience.

Esta plataforma ha conseguido reunir a más de 20 pequeñas empresas locales, dándoles las herramientas para avanzar hacia un modelo más sostenible, con un enfoque que combina respeto por el entorno y dinamización económica. En 2025 fue reconocida en los Premios Empresarias Andaluzas de FAME por su capacidad para generar oportunidades en la comarca a través de un turismo más consciente y alineado con los valores del territorio (Andalucía Lab, 2025). Entre sus iniciativas destaca la creación de un sello de calidad propio, pensado para evaluar el compromiso de los negocios con las energías renovables y las buenas prácticas ambientales.

Con esto dejamos claro que, cuando la planificación y la colaboración se alinean, incluso una comarca aislada puede reinventarse sin perder su alma.

2.4.3. Impactos del turismo

- a) Impactos económicos: como hemos visto anteriormente, con el turismo rural se ha generado una diversificación de la economía local. Según estudios recientes, el turismo está generando empleo tanto por los alojamientos rurales, como por la rehabilitación de casas y al estímulo de sectores asociados como la construcción y los servicios. Esto ha generado un aumento de la oferta en restaurantes, tiendas de artesanía y actividades al aire libre, mientras que el empleo agrario se mantiene estancado. Este impulso económico ha contribuido a incrementar los ingresos familiares y ha actuado como freno parcial a la despoblación.

No obstante, persisten retos significativos: gran parte del empleo generado es estacional o temporal, y se concentra en pocas manos, ya que algunas familias gestionan varios alojamientos, fomentando la distribución no equitativa de la renta.

- b) Impactos sociales: por esta parte, se ha revitalizado en parte el tejido comunitario en algunos pueblos de la Alpujarra. La llegada de visitantes ha permitido recuperar población y servicios básicos como tiendas, consultorios médicos o transporte público, gracias a que hay más demanda turística. Pero esta recuperación viene acompañada de masificación (como en Pampaneira y Capileira, donde en temporada alta hay decenas de buses diarios), generando consecuencias en la infraestructura local. Además, hay gentrificación debido a la emigración de los jóvenes con formación superior por falta de empleos estables, mientras que inversores foráneos compran viviendas, generando un encarecimiento del mercado inmobiliario. Aunque algunas tradiciones como las artesanías o las festividades locales se han revitalizado gracias al interés turístico, otras están perdiendo autenticidad frente a una oferta más uniforme e influencias externas.
- c) Impacto medioambiental: los recursos naturales han notado este aumento en la demanda. Desde la declaración de Sierra Nevada (que incluye la Alpujarra) como Parque Nacional, se han desarrollado iniciativas como rutas guiadas planificadas, centros de interpretación y programas de educación ambiental para que los visitantes puedan disfrutar sin poner en riesgo la integridad del parque. Sin embargo, hay un uso desmedido del agua, tanto para abastecimiento doméstico en alojamientos, como para actividades recreativas e incluso el riego de cultivos. Por ello, se debe gestionar el agua de una manera más sostenible, ya que genera escasez.

Además, con las carreteras tan estrechas que tiene esta localización y el gran volumen de vehículos circulando, se genera una gran contaminación acústica y medioambiental en los valles. Pero las autoridades no lo han pasado por alto, y han comenzado a promover medidas como el control de acceso a senderos, el fomento del transporte público y la promoción de alojamientos energéticamente eficientes.

2.4.4. Valoración

Aquí tenemos otro vivo ejemplo de cómo el turismo rural puede dar una segunda vida a un territorio que durante años vio cómo sus pueblos se vaciaban. Sin embargo, tras el impulso de visitantes, ahora se enfrenta a un desafío aún mayor: conseguir que este desarrollo no se vuelva en su contra.

En pueblos como Pampaneira, Capileira o Lanjarón, la llegada masiva de turistas en verano ha empezado a pasar factura. El agua escasea en algunos períodos, los sistemas de recogida de residuos se ven desbordados y las carreteras, pensadas para la vida tranquila de montaña, se llenan de coches y autobuses que rompen el silencio de los valles. Incluso los senderos, antaño discretos, sufren el desgaste de caminantes que a veces se desvían fuera de ruta, erosionando el paisaje. En este contexto, cada vez se habla más de medidas como limitar el número de visitantes o cobrar pequeñas tarifas de acceso en las zonas más sensibles, aunque no sin cierta polémica.

La identidad cultural es otro frente abierto. El turismo ha traído dinero y movimiento, pero también un efecto “escaparate” que preocupa a muchos. Algunos ayuntamientos han optado por uniformar las fachadas de sus pueblos o por abrir más tiendas de souvenirs que mercados locales. Esto ha hecho saltar la alarma sobre el riesgo de perder autenticidad. Además, mientras los jóvenes con formación se marchan por la falta de trabajos estables, muchas casas son compradas como segundas residencias, lo que encarece el acceso a la vivienda para la población local. Aun así, surgen iniciativas interesantes que buscan dar la vuelta a esta tendencia: proyectos de turismo comunitario, rutas culturales que ponen a los vecinos en el centro, o actividades que recuperan tradiciones para compartirlas con los visitantes.

Y luego está el factor ambiental. La Alpujarra forma parte de Sierra Nevada, una Reserva de la Biosfera, y esto obliga a cuidar especialmente sus recursos. El uso del agua en los alojamientos y actividades ya es una disputa importante, debido a su escasez. “La presión humana y la escasez de agua” son retos que requieren soluciones inteligentes y sostenibles, desde programas de ahorro hasta una gestión más eficiente de las cuencas (Granada Hoy, s.f.).

Frente a todo esto, las autoridades locales están empezando a apostar por un turismo diferente: menos masivo, más respetuoso y con mayor valor añadido. El senderismo interpretativo, el agroturismo ecológico o las rutas guiadas en pequeños grupos son ejemplos de prácticas que buscan equilibrar desarrollo y conservación. Y aunque el camino no es fácil, la experiencia de la Alpujarra deja claro que la clave está en sumar fuerzas: instituciones, empresas y vecinos trabajando juntos para que el turismo sea un motor de futuro y no una amenaza para el paisaje y la cultura que hacen de esta comarca un lugar tan especial.

CAPÍTULO 3:

TURISMO SOSTENIBLE EN LA PRÁCTICA: ANÁLISIS

3.1. Análisis comparativo de los casos

El turismo en el medio rural es un arma de doble filo: puede ser un auténtico motor de cambio positivo para las comunidades locales, pero también puede traer problemas si no se gestiona bien. Lo ideal es que esta actividad encaje de forma respetuosa con el entorno para evitar que los efectos negativos acaben eclipsando sus ventajas.

Nivel	Impactos positivos	Impactos negativos
Económico	Creación de empleo. Generación de renta y mejora de su distribución Diversificación de actividades. Mayor potencial para atraer inversiones. Establecimiento de infraestructuras.	Inflación. Especulación. Carácter estacional de los trabajos. Distorsiones en la economía local. Excesiva dependencia de la actividad turística.
Medioambiental	Mantenimiento, conservación y mejora de las zonas naturales. Creación de Áreas Naturales Protegidas y preservación de lugares. Sensibilización medioambiental. Rentabilización de los recursos naturales.	Degradación del entorno. Desarrollo urbano no integrado en el paisaje. Congestión de tráfico y ruido. Riesgo de perturbación de la flora y fauna por exceso de afluencia de visitantes.
Sociocultural	Elevación de la calidad de vida. Mantenimiento de las tradiciones y costumbres locales. Rehabilitación y preservación de monumentos históricos. Mayor movilidad social en comunidades locales muy jerarquizadas. Intercambios culturales.	Riesgo de conflictos entre locales y visitantes. Cambio de las tradiciones locales y la cultura. Excesiva presión de la afluencia de visitantes que provoque conductas antisociales y tensiones.

Tabla 1: impactos económicos, medioambientales y socioculturales del turismo rural

Fuente: elaboración propia a partir de Crosby (2009); García Henche (2005) y Sanagustín (2018).

Si miramos sus impactos desde tres perspectivas —económica, ambiental y sociocultural—, veremos luces y sombras. Por el lado positivo, el turismo rural ayuda a diversificar la economía de los pueblos, generando ingresos alternativos a los que antes dependían solo de la agricultura. Esto, además, contribuye a frenar la despoblación y el envejecimiento, manteniendo vivos los núcleos rurales. También favorece el consumo de productos locales, la conservación de tradiciones y el cuidado del patrimonio histórico, algo que disfrutaban tanto visitantes como vecinos.

Ahora bien, no todo son buenas noticias. Cuando no hay una planificación adecuada, el turismo puede causar estragos: daños en el entorno natural por la masificación, construcciones que rompen con el paisaje rural, o empleos que son tan estacionales como los propios visitantes. Todo esto nos recuerda la importancia de apostar por un turismo rural sostenible que ponga en equilibrio desarrollo y conservación.

Hablar de sostenibilidad exige algo más que buenas intenciones o declaraciones de principios; requiere herramientas que nos permitan observar con lupa lo que sucede en los territorios. En este trabajo se ha optado por un enfoque que combina datos y reflexión crítica, apoyándose en el sistema de 24 indicadores de sostenibilidad propuesto por Pérez et al. (2022). Estos indicadores, estructurados en torno a las dimensiones económica, social y medioambiental, ofrecen una perspectiva completa de cómo el turismo transforma los pueblos. En palabras sencillas, un indicador de sostenibilidad es una señal o pista que nos muestra cómo de equilibrada es la relación entre la actividad turística y el territorio en el que se desarrolla. Por ejemplo, cuánto empleo genera el turismo, qué cantidad de agua consume o qué nivel de satisfacción tienen los visitantes. Estos indicadores permiten a gestores, administraciones y comunidades locales tomar decisiones informadas, planificar mejor el desarrollo turístico y detectar posibles áreas de mejora.

Esta metodología se complementa con las directrices recogidas en la Guía metodológica para la elaboración de sistemas de indicadores de sostenibilidad (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2020) para poder interpretar las dinámicas que operan en estos destinos. Con esta base, el capítulo avanza hacia un análisis comparativo que cuestiona los modelos de desarrollo turístico rural, poniendo sobre la mesa sus logros, límites y retos futuros.

Antes de continuar, conviene aclarar algo: no se van a utilizar los 24 indicadores tal como están. En su lugar, hemos hecho una selección razonada: nos quedamos solo con aquellos que cumplen dos criterios fundamentales:

- a) Que sean importantes para la gestión del turismo rural, es decir, que ofrezcan información útil para tomar decisiones sobre el desarrollo del destino.
- b) Que exista disponibilidad de datos recientes y fiables.

A continuación, se presenta una tabla que recoge los indicadores originales propuestos por Pérez et al (2009). En ella, las columnas se dividen en: dimensión (económica, social o medioambiental), indicador y sentido (positivo o negativo). El signo “+” indica que valores altos son deseables. El signo “-” indica lo contrario (valores altos representan una peor situación).

INDICADORES SOCIALES	I ₁	Número de centros de documentación públicos por habitante	Positivo
	I ₂	Número de instalaciones deportivas por habitante	Positivo
	I ₃	Número de centros de salud por habitante	Positivo
	I ₄	Número de transportes de uso público por habitante	Positivo
INDICADORES ECONÓMICOS	I ₅	Duración media de la estancia en la zona	Positivo
	I ₆	Número de sitios o estructuras que reúnen las condiciones que reciben algún tipo de designación (sitio histórico, monumento, jardín histórico, etc.) por Km ²	Positivo
	I ₇	Nivel de satisfacción global de los visitantes	Positivo
	I ₈	Llegadas de turistas en el mes de máxima afluencia.	Positivo
	I ₉	Proporción entre el número de turistas en el mes de máxima y mínima afluencia	Negativo
	I ₁₀	Proporción de los puestos de trabajo en temporada alta respecto a temporada baja	Negativo
	I ₁₁	Cantidad de empleo generado por el sector turístico	Positivo
	I ₁₂	Número total de turistas recibidos	Positivo
	I ₁₃	Gasto por turista	Positivo
	I ₁₄	Gama de servicios turísticos que se ofrecen en el destino	Positivo
	I ₁₅	Porcentaje de rutas de acceso en buenas condiciones para el uso turístico	Positivo
INDICADORES AMBIENTALES	I ₁₆	Extensión en Km de áreas naturales protegidas	Positivo
	I ₁₇	Consumo total per cápita de energía (todas las fuentes)	Negativo
	I ₁₈	Porcentaje de consumo energético de recursos renovables	Positivo
	I ₁₉	Volumen de agua consumida (o litros por turista)	Negativo
	I ₂₀	Volumen de agua reutilizada	Positivo
	I ₂₁	Cantidad total de residuos recogidos por persona al año atribuible al turismo	Negativo
	I ₂₂	Cantidad de vidrio reciclado en la zona por persona al año	Positivo
	I ₂₃	Erosión del suelo	Negativo
	I ₂₄	Número de turistas por metro cuadrado del sitio	Negativo

Tabla 2: sistema de indicadores de sostenibilidad turística

Fuente: Pérez y González (2009)

A continuación, se procederá a detallar los seleccionados. Muchos indicadores han quedado fuera porque no existen datos actualizados. Es el caso del número de centros de documentación (I1), instalaciones deportivas (I2) o volumen de agua consumida por turista (I19). Otros, como la erosión del suelo (I23) o el vidrio reciclado per cápita (I22), requieren mediciones que no están disponibles para los destinos estudiados. En cambio, se han conservado indicadores como el número de centros de salud por habitante (I3), la duración media de la estancia (I5) o el gasto medio por turista (I13), para los que sí hay datos fiables. También se mantienen aquellos que permiten evaluar la presión ambiental y económica, como la densidad turística (I24) o el empleo generado por el turismo (I11). Así, el conjunto final queda formado por 10 indicadores.

A. Indicador I3 – Centros de salud por habitante

Este indicador refleja la relación entre el número de centros de salud disponibles y la población total de cada destino, ofreciendo una medida del acceso a servicios sanitarios en áreas rurales. La fórmula utilizada para su cálculo es la siguiente:

$$\text{Centros por habitante} = \frac{\text{Número de centros de salud y consultorios en el destino}}{\text{Población total del destino}}$$

La población de Orbaneja del Castillo es de aproximadamente 50 habitantes, según datos recientes del Instituto Nacional de Estadística (INE). Este enclave, al formar parte del municipio de Valle de Sedano, depende de los servicios sanitarios del ámbito municipal y provincial. La provincia de Burgos cuenta con 37 centros de salud y 647 consultorios locales para atender a su población. Para una estimación aproximada, se considera la disponibilidad de un centro de referencia en el municipio para los habitantes de Orbaneja. La ratio estimada es de 0,02 centros por habitante —aunque debemos tener en cuenta que este dato está alterado, ya que los habitantes deben desplazarse al centro de salud que pertenecen, pero realmente el pueblo en sí no tiene un centro habilitado para este servicio—.

Alquézar tiene una población de 348 habitantes, según el último padrón municipal. Dispone de un centro de salud local que atiende a la población residente y a los visitantes. La ratio en este caso es de 0,0029 centros por habitante.

La Alpujarra granadina, como comarca, presenta un caso más complejo debido a su extensión y la dispersión de sus municipios. A modo de ejemplo, en Alpujarra de la Sierra hay dos consultorios locales y ninguna infraestructura de centro de salud de mayor tamaño. La población total de la comarca asciende a 24.736 habitantes. Aplicando la fórmula, la ratio aproximada es de 0,00008 centros por habitante, lo que evidencia la escasez de infraestructuras sanitarias en la zona, algo normal en áreas rurales con población dispersa.

Vemos que todos los ratios son bajos, pero destaca la Alpujarra por el hecho de tener más superficie que los otros dos.

B. Indicador I5 - Duración media de la estancia

Este indicador muestra la media de días que permanecen los visitantes en cada destino, un dato clave para entender la intensidad y el tipo de impacto que genera el turismo. A diferencia de otros indicadores, esta información se ha obtenido a través de investigación de campo, contactando directamente con las oficinas de turismo de cada destino para asegurar la fiabilidad y la actualidad de los datos. De todas maneras, la fórmula para calcular el dato quedaría así:

$$\text{Duración media de la estancia} = \text{Total de días de estancia} / \text{Número de visitantes}$$

En Orbaneja del Castillo, la estancia media del visitante es muy breve, ya que se trata principalmente de turismo de paso. Según la oficina de turismo local, la mayoría de las personas llegan por la mañana, visitan el pueblo, suelen comer allí y continúan su ruta, resultando en una estancia media de medio día. En Alquézar, el perfil del visitante es diferente: un 54 % de los turistas pernoctan una noche y un 41 % permanecen entre dos y tres noches, con una media general en la comarca de 2,53 días según los datos de los alojamientos turísticos en Guara Somontano para 2022. En la Alpujarra granadina, la estancia media se sitúa entre 2 y 4 días, ya que los visitantes tienden a explorar varios pueblos de la comarca y disfrutar de su oferta cultural y natural.

Mientras en unos casos se percibe un modelo de paso que deja un beneficio limitado y más presión sobre el entorno, en otros la mayor permanencia permite un retorno económico y social mucho más equilibrado.

C. Indicador I7 – Nivel de satisfacción del visitante

Este indicador mide el grado de satisfacción de los turistas tras su experiencia en cada destino, una variable clave para evaluar la calidad percibida de la oferta turística y su impacto en la fidelización de visitantes. Para su cálculo se ha tomado como referencia el porcentaje de reseñas positivas (valoraciones de 4 y 5 estrellas) en la plataforma TripAdvisor, una de las fuentes de opinión más utilizadas a nivel mundial en el ámbito turístico. Este método es útil en entornos rurales, donde los estudios oficiales de satisfacción suelen ser escasos o inexistentes.

$$\text{Nivel de satisfacción} = (\text{Número de reseñas positivas} \div \text{Número total de reseñas}) \times 100$$

En TripAdvisor, Orbaneja del Castillo cuenta con 1.918 reseñas sobre sus principales atractivos turísticos y alojamientos. Tras analizar la proporción de valoraciones positivas, se observa que aproximadamente un 93% de los visitantes califican su experiencia con 4 o 5 estrellas. Este elevado nivel de satisfacción destaca la valoración positiva de aspectos como el paisaje, la conservación del patrimonio y la calidad del servicio en el destino.

Alquézar acumula más de 10.600 reseñas, incluyendo opiniones sobre alojamientos, restauración y actividades. El análisis muestra que alrededor del 89 % de las valoraciones son positivas (4 o 5 estrellas). Entre los aspectos mejor valorados se encuentran la belleza del entorno natural y la riqueza histórica de la localidad.

En el caso de la Alpujarra granadina, se han tenido en cuenta las reseñas de alojamientos rurales y actividades de turismo activo en los municipios que componen la comarca. La media de valoraciones positivas alcanza el 87%, reflejando una satisfacción general alta por parte de los visitantes, especialmente en lo relativo a la hospitalidad y la autenticidad del entorno rural.

D. Indicador I10 - Proporción de empleos en temporada alta respecto a temporada baja

Con ello medimos la estacionalidad del empleo turístico, comparando el número de puestos de trabajo en temporada alta con los de temporada baja. Un alto valor sugiere una mayor dependencia del empleo temporal, mientras que valores bajos indican un sector más estable y sostenible.

Las cifras se basan en datos regionales de afiliación al sector turístico proporcionados por Dataestur y las consejerías autonómicas, que reflejan los patrones de empleo estacional en entornos rurales.

$$\text{Proporción de empleos} = (\text{Empleos en temporada alta} \div \text{Empleos en temporada baja})$$

Dado el tamaño del núcleo y su dependencia de la estacionalidad turística, la proporción de empleo turístico presenta una marcada diferencia entre temporadas. Según los datos de afiliación al sector turístico en Castilla y León, la región experimenta un incremento medio del 42 % en empleos durante los meses de verano respecto al invierno (Dataestur, 2024). Extrapolando esta tendencia a Orbaneja, se estima una proporción aproximada de 1,42.

En Aragón, los datos del Instituto Aragonés de Estadística (2024) muestran un incremento del 38 % en los contratos turísticos entre temporada baja y alta. Aplicando esta cifra a Alquézar, la proporción de empleos en temporada alta respecto a la baja sería de 1,38, reflejando una cierta estacionalidad, aunque moderada.

En Andalucía, la afiliación al sector turístico aumenta en torno a un 33 % en los meses de mayor actividad, según la Junta de Andalucía (2024). Para la Alpujarra granadina se estima una proporción de 1,33, que indica menor estacionalidad comparada con los otros dos destinos. Esto podría relacionarse con la diversificación de la oferta turística en la comarca, que incluye actividades de turismo activo durante todo el año.

E. Indicador I11 – Empleo generado por el sector turístico

Este indicador cuantifica el número de personas vinculadas directamente al sector turístico en cada territorio, lo que ofrece una visión clara de su capacidad para generar empleo y contribuir al desarrollo económico local. La afiliación a la Seguridad Social en el sector turístico es un indicador primario y tangible del nivel de empleo generado por dicha actividad.

Empleo generado = Número de afiliados a la Seguridad Social en actividades turísticas

Según Turespaña, hay 2.787.704 afiliados en el sector turístico, lo que representa un aumento interanual del 1,2 % respecto al primer trimestre de 2024. Para la región de Andalucía (2024), se registró una media de 402 900 afiliados al sector turístico, lo que supone un crecimiento del 4,7 % respecto al año anterior.

En el caso de Castilla y León (abril 2025), la comarca rural emplea 4.689 trabajadores en alojamientos rurales. Orbaneja del Castillo: Dado que la comarca rural de Castilla y León emplea 4.689 personas en alojamientos rurales, se estima que el entorno provincial (Burgos) refleja una tendencia similar, lo que apoya la relevancia del empleo turístico en el destino.

Aragón cuenta con importantes polos de turismo activo que generan empleo, como 4.798 puestos solo en empresas de turismo activo en Huesca (un nivel bastante significativo). La Alpujarra, al encajar dentro de la media regional andaluza (402.900 afiliados), se considera que su peso en el empleo turístico es proporcional al volumen demográfico y turístico de la comarca.

F. Indicador I12 – Número total de turistas

Aquí medimos el volumen anual de turistas en cada destino, lo que nos indica la presión turística y su impacto en el desarrollo local.

Número total de turistas = Total de visitantes anuales registrados en alojamientos y actividades turísticas

Orbaneja del Castillo es un destino eminentemente turístico y sus cifras anuales así lo demuestran. Como ya hemos visto, la temporada alta recibe aproximadamente 1.500 visitantes diarios, lo que implica un volumen aproximado de 200.000 visitantes anuales. En Alquézar, nos consta que el municipio recibió cerca de 110.000 turistas en 2024, sumando turistas que pernoctan y aquellos que visitan por el día. Por último, la Alpujarra acumuló aproximadamente 280.000 visitantes en 2024, incluyendo tanto estancias en alojamientos como visitas diurnas.

G. Indicador I13 – Gasto medio por turista

Vamos a calcular el gasto promedio por turista durante su estancia, ya que queremos valorar el impacto económico que genera el turismo rural.

Gasto medio por turista = Gasto total de los turistas / Número total de turistas

El gasto medio diario en alojamientos rurales en Castilla y León se sitúa en 61 € por persona. En Alquézar, se ha aplicado el dato aragonés, donde el gasto diario medio en turismo rural es de 72 €, cifra respaldada por estadísticas regionales de consumo en actividades y alojamiento rural. En la Alpujarra se utiliza la cifra andaluza: el gasto medio diario de turistas rurales en 2024 fue de 82,2 €, considerando tanto pernoctaciones como actividades en destino, lo que se ajusta al perfil turístico de la comarca.

Estos datos pueden estar influenciados por la variación de precios de la oferta turística, siendo así la Alpujarra la zona más cara. Además, atrae un turismo con voluntad de pagar más por confort y experiencia. Orbaneja, al ser un destino de paso, se mantiene más económico, y Alquézar está en una zona intermedia, con opciones para todos los bolsillos.

H. Indicador I16 – Extensión de espacios naturales protegidos

Este indicador mide la superficie de espacios naturales protegidos en los que se localiza cada destino para evaluar la dimensión ambiental de la sostenibilidad turística.

Extensión de espacios protegidos = Superficie total de espacios protegidos (km²)

Orbaneja del Castillo se encuentra dentro del Parque Natural de las Hoces del Alto Ebro y Rudrón, un espacio protegido de 46,5 km² que destaca por su valor paisajístico y biodiversidad. Este parque forma parte de la Red de Espacios Naturales de Castilla y León y ha sido declarado Lugar de Interés Comunitario (LIC) y Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA).

En el caso de Alquézar, la localidad está incluida en el Parque Natural de la Sierra y los Cañones de Guara, que abarca una superficie de 474,5 km². Este espacio protegido es uno de los mayores de Aragón y ofrece una amplia diversidad de ecosistemas, además de ser un atractivo turístico por sus cañones y rutas de senderismo.

Por último, la Alpujarra granadina forma parte del Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada, cuya superficie total protegida alcanza los 2.100 km², convirtiéndose en el espacio natural protegido más grande de España y uno de los de mayor relevancia en Europa. Este territorio incluye múltiples hábitats de interés comunitario y cuenta con designaciones internacionales como Reserva de la Biosfera.

I. Indicador I18 – Porcentaje de consumo energético procedente de fuentes renovables

Con esto reflejamos el grado de compromiso de cada lugar con las energías renovables, así vemos qué parte de la energía consumida en cada destino procede de este tipo de fuentes, algo fundamental para evaluar el impacto ambiental de la actividad turística y el alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

$$\% \text{ Energía renovable} = (\text{Consumo de energía renovable} / \text{Consumo energético total}) \times 100$$

Castilla y León lidera el ranking nacional con un 88,4% de su consumo energético procedente de fuentes renovables, principalmente eólica e hidráulica. La localidad se beneficia de un suministro energético con baja huella de carbono.

En Alquézar, dentro de Aragón, el porcentaje de energía renovable en 2024 fue del 61,2%, con una aportación destacada de energía hidroeléctrica y solar.

Finalmente, en la Alpujarra, la cifra se corresponde con el promedio andaluz, donde un 52,7% del consumo energético provino de estas fuentes. Este porcentaje es menor en comparación con las otras dos comunidades, pero nos consta que hay un avance respecto a años anteriores.

J. Indicador I24 – Densidad turística

Este indicador mide la presión turística sobre el territorio, calculando el número de turistas por kilómetro cuadrado en cada destino. Es clave entender hasta qué punto el turismo puede suponer una carga para los recursos locales y los espacios naturales.

$$\text{Densidad turística} = \text{Número total de turistas} / \text{Superficie del destino (km}^2\text{)}$$

En Orbaneja del Castillo, con una superficie de 34,52km² y un volumen turístico anual de 200.000 visitantes, la densidad turística alcanza aproximadamente 5.793 turistas/km². Es un valor muy alto para un territorio relativamente pequeño y con un patrimonio natural y arquitectónico muy frágil. En Alquézar, con 32km² de superficie y 110.000 turistas anuales, la densidad turística es de 3.437 turistas/km², lo que también evidencia un alto grado de concentración de visitantes en el municipio. En el caso de la Alpujarra la situación es diferente: la comarca tiene una extensión de 1.200 km² y recibe alrededor de 280.000 visitantes al año, lo que da una densidad turística de 233 turistas/km². Lógicamente, hay una distribución más equilibrada del turismo en comparación con los otros dos destinos.

INDICADOR	ORBANEJA	ALQUÉZAR	LA ALPUJARRA
I3	0,02	0,0029	0,00008
I5	0,5	2,5	3
I7	93%	89%	87%
I10	1,42	1,38	1,33
I11	Alto, pero estacional	Estable, menos estacional	Alto pero más distribuido
I12	200.000	110.000	280.000
I13	61	72	82,2
I16	46,5	474,5	2.100
I18	88,4%	61,2%	52,7%
I24	5.793	3.437	233

Tabla 3: tabla resumen de indicadores

Fuente: elaboración propia

3.2 Comparativa de indicadores

Para la interpretación de los resultados se ha identificado qué indicadores están determinando en mayor medida la posición alcanzada por cada destino en la comparación. Este análisis permite extraer información útil para orientar futuras políticas públicas que busquen mejorar la sostenibilidad de cada zona.

Desde el punto de vista social, las zonas rurales que ocupan las posiciones más altas en el ranking son aquellas con mejores dotaciones de servicios públicos y mayor capacidad para retener población residente gracias al turismo.

Alquézar destaca especialmente en esta dimensión, con una cobertura sanitaria aceptable, alta satisfacción del visitante y un impacto positivo sobre la estructura social local. La Alpujarra granadina muestra resultados intermedios, beneficiándose de la revitalización de servicios

básicos en algunos municipios, aunque la presión turística en ciertos núcleos genera desequilibrios. Orbaneja del Castillo, por su parte, evidencia deficiencias en infraestructuras y tensiones sociales derivadas de la alta concentración de visitantes en un espacio reducido.

En la dimensión económica, las zonas con mejores resultados son aquellas con un turismo menos estacional, un gasto medio por visitante más elevado y una capacidad de generar empleo relativamente estable. Alquézar sobresale nuevamente por mantener una demanda continua y una actividad turística diversificada que reduce la estacionalidad y favorece la calidad del empleo. En la Alpujarra granadina, aunque la actividad turística se extiende a lo largo del año, persisten altas tasas de empleo temporal. Orbaneja del Castillo, a pesar de recibir un volumen considerable de visitantes, concentra la actividad en temporadas muy concretas, lo que hace su economía más frágil y dependiente.

En cuanto a la dimensión ambiental, los mejores resultados se asocian a zonas integradas en amplias superficies naturales protegidas y con una gestión activa de sus recursos. Alquézar y la Alpujarra granadina comparten esta ventaja gracias a su integración en parques naturales y reservas de la biosfera. Alquézar, además, destaca por las medidas locales de control del flujo turístico y por el uso de energías renovables en un porcentaje notable. La Alpujarra, aunque con una gran extensión de espacios protegidos, empieza a sufrir impactos en áreas con mayor concentración de visitantes. Orbaneja del Castillo, en cambio, es la más vulnerable ambientalmente debido a la altísima densidad turística sobre un territorio reducido y a la ausencia de planificación eficaz para mitigar estos efectos.

Tras la agregación de las dimensiones, Alquézar alcanza la mejor posición global en términos de sostenibilidad gracias a un equilibrio entre sus indicadores sociales, económicos y ambientales. Este resultado sugiere que los destinos con empleo más estable, menor estacionalidad, buena gestión de recursos naturales y adecuados servicios públicos son los que logran un turismo rural más sostenible.

Por lo tanto, el análisis posiciona a Alquézar como el destino más sostenible, gracias a su equilibrio entre economía, cohesión social y gestión ambiental. La Alpujarra, aunque con mayor capacidad de carga, afronta retos por la presión en puntos concretos. Orbaneja refleja un modelo de éxito turístico con claros costes sociales y ambientales.

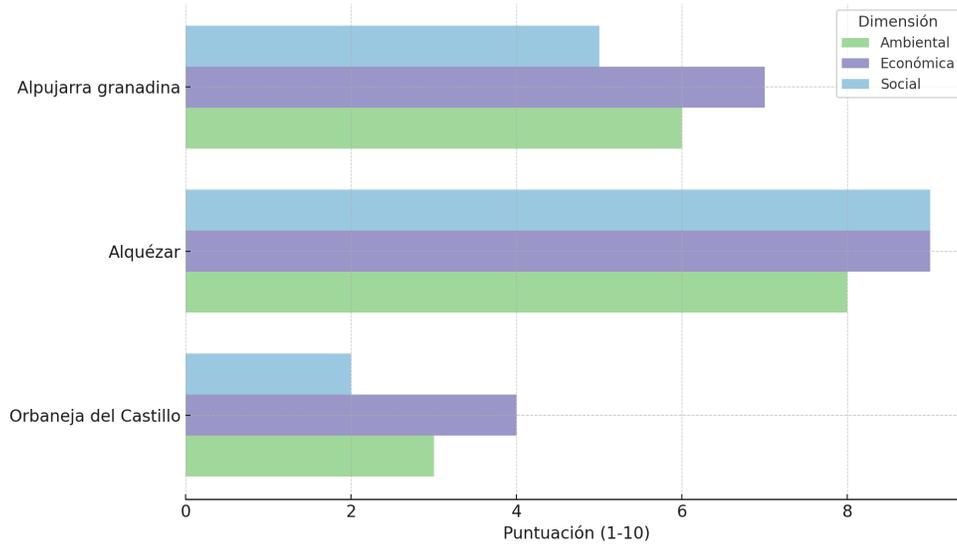


Gráfico 1: dimensiones social, económica y ambiental de la sostenibilidad

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

La evolución del turismo rural en España ha dejado claro que no basta con atraer visitantes: es necesario pensar en cómo su presencia afecta al territorio, a quienes lo habitan y a los recursos que los sostienen. Los tres casos estudiados —Orbaneja del Castillo, Alquézar y la Alpujarra granadina— muestran las dos caras de una moneda, y el canto (el balance entre las dos caras). Por un lado, el éxito turístico puede revitalizar economías locales, crear empleo y dinamizar comunidades; por otro, si no existe planificación, puede derivar en masificación, tensiones sociales y deterioro ambiental.

Quizá una de las formas más efectivas para comenzar con la planificación sea algo tan sencillo, y a la vez tan controvertido, como implantar una tasa de acceso. Puede que, de entrada, nos incomode la idea de pagar por visitar un espacio natural o un pequeño pueblo con encanto. Sin embargo, la experiencia de lugares como las Islas Cíes o Venecia demuestra que, bien gestionadas, estas tasas nos ayudan a reducir la presión de visitantes y a generar ingresos que se reinvierten en mantener vivos esos espacios. Imaginemos por un momento que en Orbaneja del Castillo existiera una tasa destinada a reparar senderos, reforzar infraestructuras o contratar más personal de limpieza en temporada alta. Y aún más, que esa tasa se ajustara según la época del año: más alta en los días de mayor masificación y más baja en los meses tranquilos. Con ello estaríamos incentivando un turismo más equilibrado y ayudando a romper la estacionalidad, un problema que tantos destinos rurales sufren. Si además se acompaña de un control de accesos, podremos gestionar mejor quién entra, cuándo y cuántos son, avanzando hacia un turismo más consciente y respetuoso.

Cabe mencionar que la estacionalidad tiene sus dos vertientes, y por esta parte, le tenemos que ver también el lado bueno (ya que revertir este fenómeno no es algo imposible, pero sí muy difícil de gestionar). Las temporadas bajas pueden convertirse en un momento necesario de descanso, tanto para las personas como para el propio entorno. Es el tiempo en el que los vecinos pueden dedicarse a arreglar sus negocios, pensar nuevas ideas o simplemente recuperar energías tras meses intensos de trabajo. Además, la ausencia de turistas abre espacio para que la comunidad local se encuentre, organice actividades propias y fortalezca sus lazos. Por otro lado, estos períodos permiten diversificar la oferta turística: se pueden impulsar eventos culturales,

talleres artesanos o rutas gastronómicas que atraigan a un perfil de visitante diferente y menos condicionado por las estaciones. En definitiva, si en lugar de ver la estacionalidad como una amenaza se entiende como una oportunidad para reequilibrar tiempos y recursos, puede ser una pieza más en un modelo de turismo que funcione a largo plazo.

Aunque es cierto que en algunos destinos rurales la falta de planificación ha llevado a superar su capacidad de acogida —lo que podríamos definir como territorios “maduros” que no han ordenado ni regulado bien su crecimiento—, lo cierto es que, a medio plazo, la sostenibilidad ambiental no parece ser el mayor problema. La preocupación se centra más en el plano económico. No todos los entornos rurales parten de las mismas condiciones para desarrollar un turismo fuerte y rentable: algunos cuentan con un patrimonio natural y cultural excepcional, otros con buena accesibilidad desde las ciudades o climas favorables, mientras que muchos quedan en desventaja por la falta de estos elementos. Por eso, las áreas con mayor potencial suelen concentrarse en la mitad norte del país, especialmente en zonas de montaña y cerca de grandes núcleos urbanos, donde la proximidad a los mercados emisores y las condiciones climáticas juegan a favor.

En los últimos años, con un notable apoyo público, hemos visto cómo la oferta turística rural se ha multiplicado y ha llegado a lugares que antes no tenían apenas actividad. Sin embargo, este crecimiento no siempre ha venido acompañado de estudios de mercado o estrategias que garanticen su viabilidad a largo plazo. Muchos territorios no han logrado diferenciarse más allá de la etiqueta genérica de “rural” y, en consecuencia, su oferta carece de complejidad, innovación y calidad. El predominio de microempresas y de empresarios pluriactivos con recursos y tiempo muy limitados dificulta la inversión en formación, redes de colaboración o planes de innovación y comercialización. Todo esto pone en entredicho la sostenibilidad económica del turismo rural en el medio y largo plazo.

Aun así, comienzan a percibirse cambios interesantes. Cada vez hay más personas que apuestan por profesionalizarse, algunas procedentes del propio sector turístico y otras que, desde campos diferentes, han decidido invertir y abrir nuevas empresas en el medio rural. Este nuevo perfil empresarial podría ser clave para transformar el turismo rural en un modelo más competitivo y sólido.

Cuando pensamos en el futuro de nuestros pueblos, buscamos devolverles la vida que antes tenían. Como se ha ido comentando a lo largo de este trabajo, las políticas son muy importantes en este aspecto. A veces parecen lejanas, ya que están pensadas para el pueblo pero no por el pueblo, lo que genera brechas entre la teoría y la aplicación. Antes veíamos que, uno de los grandes fallos en este tipo de iniciativas, era la fijación en crear más oferta turística, dejando de lado la calidad de la misma. Sin embargo, poco a poco esta brecha se va estrechando.

Vemos iniciativas como la de Campus Rural, por ejemplo, que nos demuestra que hay maneras de acercar a los jóvenes al mundo rural. Lo que hace este programa es facilitar hacer las prácticas universitarias en pequeños municipios, y de esta manera consigue atraer talento y energía a lugares más olvidados y abandonados, además de facilitar la empleabilidad en el pueblo y mejorar la formación de los profesionales. Es una forma de tender puentes y reconectar a los pueblos con la actualidad. Solo es necesario recordar que la despoblación no es un futuro inevitable si se ofrecen oportunidades. Junto a esta iniciativa tenemos los fondos europeos LEADER o programas de la PAC, que ayudan a financiar proyectos rurales para que sean las comunidades quienes definan cómo quieren desarrollarse. Ahora, con el impulso de los fondos Next Generation, se abren nuevas posibilidades para modernizar infraestructuras y renovar los servicios, haciendo todo algo más eficiente y sostenible. También hay propuestas menos conocidas, como el proyecto Forestur para la formación de profesionales del turismo en estas zonas, o EDEN, que reconoce a los mejores destinos europeos de excelencia en sostenibilidad, algunos de ellos en pequeños municipios como los que hemos estudiado.

Todo esto nos hace pensar que el cambio no viene dado solo de grandes inversiones o decisiones desde arriba, ya que todo esto necesita apoyo de la gente del pueblo. Si los programas como Campus Rural logran que los más jóvenes se impliquen, o si las ayudas europeas permiten a los empresarios innovar, quizás veremos menos pueblos vacíos. Si algo hemos aprendido de todo esto es que, al final, quienes sostienen de verdad la vida en los pueblos son las propias personas que lo habitan. Las asociaciones y sus pequeñas iniciativas, son las que mantienen abiertas las puertas de la panadería del pueblo de la que hablábamos al principio, las que organizan actividades culturales, mercadillos, jornadas, etc. Es el claro ejemplo de que, cuando el pueblo se organiza, el pueblo se salva.

El asociacionismo en los entornos rurales es más que participación. Es una red de apoyo donde los vecinos se sienten parte de algo más grande, donde se consigue que un pueblo que parecía condenado al abandono recupere su vida, que vuelvan las fiestas, los talleres, el cine en el local polifuncional. Ya sabemos que para que esta fuerza comunitaria no se agote, tiene que contar con el respaldo de subvenciones públicas, o el apoyo de administraciones y, por supuesto, la colaboración del sector privado.

Lo que hemos visto en Alquézar, por ejemplo, es la capacidad de la comunidad para gestionar el turismo. ¿Hasta dónde puede llegar un pueblo cuando trabaja unido? Este modelo puede inspirar a otras zonas rurales, incentivando a sumar esfuerzos que vayan en una misma dirección.

Por otro lado, después de analizar tres destinos tan diferentes, es imposible no preguntarse qué hace que un modelo sea realmente sostenible. La respuesta no está en una conclusión generalizada, sino en los pequeños detalles que hemos ido encontrando. Por una parte, el éxito turístico (como en Orbaneja) puede convertirse en una amenaza cuando no viene con una planificación diseñada anteriormente. Luego, la Alpujarra nos enseña que el tener una gran extensión de territorio y distribuir el turismo en varios núcleos puede ayudar a amortiguar la presión, pero no es suficiente si no se trabaja sobre problemas más de fondo como la estacionalidad o la presión de ciertos pueblos. Y luego está Alquézar, que se presenta como un ejemplo de cómo un turismo bien gestionado puede convertirse en una herramienta para fijar población.

Todo esto nos lleva a pensar que el turismo rural sostenible no es una utopía, como muchos indican. Lo que ocurre es que debe existir una gran investigación detrás, determinando estrategias claras y adaptadas a cada lugar, con un equilibrio de actividad turística y calidad de vida de residentes. Por ello, la sostenibilidad no solo depende de la riqueza natural de un lugar. También se apoya en su gente y su capacidad para construir un modelo que respete los ritmos del territorio.

Además, como opción, se podría incentivar la creación de redes de cooperación entre municipios rurales que compartan buenas prácticas, fomentando el aprendizaje mutuo y la innovación en modelos turísticos respetuosos con el medio ambiente y la identidad cultural local.

Así, se podría contribuir a que los beneficios del turismo se distribuyan de forma más equitativa y refuercen el tejido social y económico de las comunidades rurales.

Quizás esta sea la gran lección de todo lo que hemos visto: los pueblos importan. Durante demasiado tiempo se ha hablado del medio rural como si fuera algo que, simplemente, existe y sobrevive; algo primario, anticuado y vacío. Pero la verdad es otra. El turismo bien gestionado puede ser un motor de vida para los pueblos, pero para ello hace falta compromiso y colaboración de todos. Hace falta creer en el valor de lo que el pueblo tiene y atrevernos a organizarnos, a reivindicar, y por qué no, a imaginar un futuro mejor. Porque esto no trata de resistir y buscar la resiliencia en el pueblo, esto va de vivir con oportunidades bien distribuidas y equitativas, y con la tranquilidad de saber que elegir quedarse en el pueblo no es un acto de sacrificio, sino de convicción y amor por lo tuyo.

REFERENCIAS

Andalucía Lab. (2025). *Estrategia de marketing de contenidos: Alpujarra Experience como caso de éxito en turismo sostenible*. Andalucía Lab.

<https://www.ideal.es/economia/factoria-de-empresas/alpujarra-experience-exito-turismo-sostenible>

Arranz Val, P., Puche Regaliza, J. C., Antón Maraña, P., & Aparicio Castillo, S. (2024). *Determining factors for tourist satisfaction in inland destinations: Impact on the depopulation problem*. *Investigaciones Turísticas*, 27, 77–104. <https://doi.org/10.14198/INTURI.24396>

Burgosnoticias. (2017, 17 de abril). *La Junta Vecinal de Orbaneja del Castillo lamenta los problemas que genera la saturación turística de la localidad*. Burgosnoticias. <https://www.burgosnoticias.com/provincia/010790/la-junta-vecinal-de-orbaneja-del-castillo-lamenta-los-problemas-que-genera-la-saturacion-turistica-de-la-localidad>

Cadena SER (Radio Castilla). (2024, 7 de mayo). *El turismo sostenible como respuesta a la despoblación en la provincia de Burgos*. Cadena SER – Radio Castilla Diario de Burgos.

Recuperado de <https://cadenaser.com/castillayleon/2024/05/07/el-turismo-sostenible-como-respuesta-a-la-despoblacion-en-la-provincia-de-burgos-radio-castilla/>

Cánoves, G., & Villarino, M. (2000). *Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo*. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37, 51–77. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/DocumentsAnalisi/article/view/31725/31559>

Cánoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). *Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio*. *Boletín de la A.G.E.*, 41, 199–217.

Chin, C. H., Lo, M. C., Songan, P., & Nair, V. (2017). Rural tourism destination competitiveness: A study on Malaysia's rural tourism destinations. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(4), 355–376. <https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1183144>

Chuet-Missé, J. P. (Actualizado por Huguet Millat, C.) (2025, 27 de enero). *Alquézar, el pueblo de Huesca reconocido por la ONU con un claustro muy extraño*. Viajes National Geographic. Recuperado de <https://viajes.nationalgeographic.com.es>

Corrales Bermejo, L. (1993). *Apuntes para la definición y concepto de turismo rural*. Ávila: Fundación Cultural Santa Teresa.

Crosby, M., García Henche, S., & Sanagustín, P. (2018). *Turismo rural: impactos económicos, medioambientales y socioculturales* (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Cádiz. <https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/29835/turismo%20rural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dataestur. (2024). *Afiliación a la Seguridad Social en el sector turístico por comunidades autónomas*. SEGITTUR. Recuperado de: <https://www.dataestur.es/>

Diario de Burgos. (2024, 7 de abril). *Pueblos que temen morir de bonitos*. <https://www.diariodeburgos.es/noticia/z61cd0ca8-df3f-b100-3a9bdba51a1a60fc/202407/pueblos-que-temen-morir-de-bonitos>

Diputación Provincial de Huesca. (2024). *Alquézar*. Recuperado de <https://dphuesca.es/localidades>

Donato, W. F. (2025, 20 de febrero). Sostenibilidad, una bonita apuesta en el turismo del país de la belleza. *Blog Pensamiento Emprendedor, Portafolio*. Recuperado de <https://blogs.portafolio.co/pensamiento-emprendedor/sostenibilidad-una-bonita-apuesta-en-el-turismo-del-pais-de-la-belleza/>

Ferrari, G., Mondéjar, J. A., & Vargas, M. (2010). Environmental management systems and SMEs: Motivations and results. *International Journal of Business Environment*, 3(1), 27–43. <https://doi.org/10.1504/IJBE.2010.031489>

Ferrer, P., & Ferrer, P. (2020, 7 junio). Así son las pasarelas del Vero en Alquézar: historia, cómo llegar y precios. *heraldo.es*. <http://heraldo.es/noticias/aragon/2020/06/07/pasarelas-vero-alquezar-rio-barbastro-huesca-13791>

[54.html#:~:text=manera%20eran%20casi%20inaccesibles%2C%20adem%C3%A1s,la%20Fuente%3B%20va%20desde%20el](#)

Granada Hoy. (s.f.). *Retos del turismo en Sierra Nevada y la Alpujarra: sostenibilidad frente a masificación*. Recuperado de <https://www.granadahoy.com>

Hoy Aragón. (2025, 12 de febrero). *De casi desaparecer a 140.000 turistas al año: el renacer de este pueblo aragonés*. Recuperado de <https://www.hoyaragon.es>

Huguet, Á. (2023, 13 de marzo). *Alquézar, reconocido en Arabia Saudita*. Diario del Alto Aragón. Recuperado de <https://www.diariodelaltoaragon.es>

INE. (2023, 1 de febrero). *Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros. Diciembre 2022 y Año 2022 (datos provisionales)* [Nota de prensa]. Madrid: INE.

Instituto Aragonés de Estadística. (2024). *Empleo en el sector turístico: variación estacional en Aragón*. Gobierno de Aragón. Recuperado de: <https://www.aragon.es/>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2022, 1 de febrero). *Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros. Diciembre 2021 (datos provisionales)* [Nota de prensa]. Madrid: INE.

Junta de Andalucía. (2024). *Observatorio del Turismo de Andalucía: empleo y estacionalidad*. Consejería de Turismo, Cultura y Deporte. Recuperado de: <https://www.juntadeandalucia.es/>

Maestro, R. E. (2023, 15 de noviembre). *Orbaneja del Castillo quiere aprovechar más el tirón turístico*. *Diario de Burgos*.

Marín, M., & Jafari, J. (2002). Sustainable rural tourism: A reference model for destinations. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 702–719. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00065-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00065-6)

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2025). *El sector turístico comienza el año con 2,7 millones de ocupados, un 1,2 % más que en el primer trimestre de 2024* [Nota de prensa]. Turespaña.

<https://www.mintur.gob.es/es-es/GabinetePrensa/NotasPrensa/2025/Paginas/datos-EPA-turistica-primer-trimestre-2025.aspx>

Molina-Azorín, J. F., & Font, X. (2015). Mixed methods in sustainable tourism: A new approach to tourism research. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(6), 770–782. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.953543>

Muñoz Semeco, D. (2015). Una aproximación al turismo rural en España. *Terra. Nueva Etapa*, 31(50), 39–54.

Observatorio del Turismo Rural. (2024). *Informe de resultados 2023 del Observatorio del Turismo Rural (EscapadaRural/CETT-UB/Netquest)*. [Datos resumidos en EscapadaRural.com]. Recuperado de <https://www.escapadarural.com/blog/observatorio-del-turismo-rural-2023-2024/>

Organización de las Naciones Unidas (ONU). (1987). *Nuestro Futuro Común (Informe de la Comisión Brundtland)*. Nueva York: Naciones Unidas.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Definición de turismo rural* (Comité de Turismo y Competitividad, 2019). Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (s. f.). *Definición de turismo sostenible*. Recuperado de <https://sdt.unwto.org/content/definicion>

Pano, J. L. (2015, 19 de marzo). *El milagro de Alquézar*. Heraldo de Aragón.

Pérez, V. E., Blancas, F. J., González, M., Guerrero, F. M., Lozano, M., Pérez, F., & Caballero, R. E. (2009). Evaluación de la sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos. *Revista Investigación Operacional*, 30(1), 40-51.

Pérez Lemus, G., & Ramírez, A. M. (2024). Algunas críticas a la sustentabilidad del turismo a partir de una revisión teórica. *Revista Crítica, sección Medio Ambiente*. Recuperado de <https://critica.cl/medio-ambiente/algunas-criticas-a-la-sustentabilidad-del-turismo-a-partir-de-una-revision-teorica>

Regalado, O. (2024, 12 de marzo). Greenwashing: impacto en el turismo. *Conexión ESAN*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/greenwashing-impacto-en-el-turismo>

Sodebur, S. (2025, 1 de abril). Los recursos turísticos patrimoniales y naturales de la provincia se puntúan con un 9,27. *Sodebur – Agenbur*. Recuperado de <https://sodebur.es/los-recursos-turisticos-patrimoniales-y-naturales-de-la-provincia-se-puntuan-con-un-927/>

Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Wallingford: CABI Publishing.

Vázquez Varela, C., & Martín Gil, J. (2011). *Problemas de sostenibilidad del turismo rural en España*. En M. López Palomeque & X. Font i Garolera (Eds.), *Turismo rural y desarrollo sostenible* (pp. 133–153). Girona: Universitat de Girona, Institut de Medi Ambient.

Villares, A. (2025, 14 de enero). Así es el pueblo más buscado de España en Booking: está en Burgos, tiene cascadas y es tendencia. *Diario de Castilla y León – El Mundo*.