



Documento de trabajo
SEMINARIO PERMANENTE DE CIENCIAS SOCIALES

**LA INDUSTRIA HOSTELERA RURAL EN LA ERA POST-COVID-19:
EL CASO DE ANDALUCÍA**

Francisco Sánchez-Cubo

SPCS Documento de trabajo 2020/7

<https://www.uclm.es/Cuenca/CSociales/publicaciones/inicio>

© de los textos: sus autores.

© de la edición: Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca.

Autor:

Francisco Sánchez-Cubo

francisco.scubo@uclm.es

Edita:

Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca

Seminario Permanente de Ciencias Sociales

Codirectoras:

Silvia Valmaña Ochaita

María Cordente Rodríguez

Pilar Domínguez Martínez

Avda. de los Alfares, 44

16.071–CUENCA

Teléfono (+34) 902 204 100

Fax (+34) 902 204 130

<https://www.uclm.es/Cuenca/CSociales/publicaciones/inicio>

I.S.S.N.: 1887-3464 (ed. CD-ROM) 1988-1118 (ed. en línea)

Impreso en España – Printed in Spain.

LA INDUSTRIA HOSTELERA RURAL EN LA ERA POST-COVID-19: EL CASO DE ANDALUCÍA

Francisco Sánchez-Cubo¹

Área de Estadística Económica y Empresarial, Universidad de Castilla-La Mancha

RESUMEN

La pandemia COVID-19 ha transformado sustancialmente la vida de las personas en todo el mundo, especialmente en lo referido a las restricciones a la movilidad y a la implantación de estrictos protocolos sanitarios. En este nuevo escenario, la industria turística ha sido la más damnificada y su futuro es incierto. Así, son muchas las voces que ven en el turismo nacional y en el entorno rural una oportunidad de reinventar la industria, tomando las tendencias del *low-density tourism* y *slow tourism*, ya en auge antes de la crisis sanitaria. No obstante, estas afirmaciones, en general, carecen de un soporte argumental siquiera teórico.

En consecuencia, este trabajo pretende ofrecer una aproximación a las posibilidades de la hostelería andaluza en el contexto post-COVID-19 mediante un análisis descriptivo de su infraestructura hostelera (número de plazas, ubicación, tipología de los establecimientos, características, etcétera), así como de los factores determinantes que podrían afectar a su demanda. Adicionalmente, se discuten las consecuencias que podría tener en estos negocios una “segunda ola” de la pandemia, especialmente por las limitaciones a la movilidad de las personas, la prolongación en el tiempo de las restricciones sanitarias y, consecuentemente, la disminución de la renta disponible entre los potenciales clientes. Asimismo, se discuten las soluciones adoptadas por el Gobierno autonómico andaluz, entre otras posibilidades.

Palabras clave: Andalucía, Capacidad de carga, COVID-19, Hostelería, Turismo rural.

Indicadores JEL: L83, I18, R11

¹ Francisco.scubo@uclm.es

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has substantially transformed the lives of people around the world, especially concerning restrictions on mobility and the implementation of strict health protocols. In this new scenario, the tourism industry has been the most affected, and its future is uncertain. Thus, many voices see in national tourism and rural areas an opportunity to reinvent the industry, taking on the trends of low-density tourism and slow tourism, which were already booming before the health crisis. However, these assertions, in general, lack even theoretical argumentative support.

Consequently, this work aims to offer an approach to the possibilities of Andalusian hospitality in the post-COVID-19 context through a descriptive analysis of its hospitality infrastructure (number of beds, location, type of establishments, characteristics, etcetera), as well as the determining factors that could affect their demand. Additionally, the consequences that a 'second wave' of the pandemic could have on these businesses are discussed, especially due to limitations to people's mobility, the prolongation of health restrictions over time and, consequently, the decrease in the available income of the potential customers. Likewise, the solutions adopted by the Andalusian regional government are discussed, among other likely events.

Key words: Andalusia, Carrying capacity, COVID-19, Hospitality, Rural Tourism.

JEL codes: L83, I18, R11

1. INTRODUCCIÓN

La pandemia COVID-19 ha transformado sustancialmente la vida de las personas en todo el mundo, especialmente en lo referido a las restricciones a la movilidad y a la implantación de estrictos protocolos sanitarios. En este nuevo escenario, la industria turística ha sido la más damnificada y su futuro, después de más de un año bloqueada, por es incierto. Aun así, continúan siendo muchas las voces que ven en el turismo nacional y en el entorno rural una oportunidad de reinventar la industria, tomando las tendencias del *low-density tourism* y *slow tourism*, ya en auge antes de la crisis sanitaria, mayoritariamente en los países occidentales.

No obstante, es habitual que estas afirmaciones carezcan de un soporte argumental siquiera teórico. En general, se sustentan en las compatibilidades que ofrece la naturaleza de la propia industria turística rural con las limitaciones sanitarias impuestas. Esto es, el distanciamiento social, la ventilación, la posibilidad de desinfectar entre grupos de huéspedes, los grupos reducidos de personas y que estas sean personas, en muchos casos, convivientes, etcétera. Sin embargo, todo ello no es sustentado por estudios o datos, más allá de preferencias declaradas en algunas encuestas (Club Rural, 2019; Escapada Rural, 2020). Es decir, las pocas cifras disponibles se centran mayoritariamente en el lado de la demanda, no contemplando las características reales de los establecimientos.

En consecuencia, se pretende, mediante un análisis descriptivo de la oferta hostelera andaluza, ofrecer una aproximación a las posibilidades de las que dispone esta para hacer frente al contexto post-COVID-19. Además, se analizan los factores determinantes que podrían afectar a su demanda, y se investigan las consecuencias que podría tener en estos negocios no sólo la actual “tercera ola” de la pandemia, sino las previsiones del Ministerio de Sanidad de, incluso, una “cuarta ola” de la pandemia a mediados del año 2021. Finalmente, se discuten las soluciones adoptadas por el Gobierno autonómico andaluz durante todo el periodo, inconcluso, de pandemia.

Así, el presente trabajo se estructura de la siguiente forma. Tras esta breve introducción, se realiza una revisión de la literatura acerca de los temas principales del turismo rural en España. Tras ello, se describe la metodología empleada y se realiza un análisis descriptivo de la estructura de la hostelería andaluza en el entorno rural,

atendiendo a elementos como el número de plazas o las características de los establecimientos. Finalmente, se discuten los resultados de dicho análisis, se plantean potenciales sucesos en base a las circunstancias actuales y pasadas, y se exponen las conclusiones y limitaciones de este estudio.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

A pesar de la ingente cantidad de información relativa a los efectos de la pandemia COVID-19, todavía son escasos los artículos científicos centrados en el turismo en España, más aún en el caso del turismo rural. En consecuencia, el marco teórico se ve limitado la exposición de las principales líneas de investigación en este campo. Generalmente, los estudios pueden dividirse en función de su objeto de estudio, esto es, desde la oferta y la demanda, y los subgrupos de estudio dentro de ellas.

Desde el lado de la oferta, son tres los pilares principales. En primer lugar, el estudio de los recursos humanos, en tanto que el turismo rural genera empleo y riqueza en pequeñas localidades, concretamente se analizan las características y condiciones laborales de los trabajadores. Estos estudios, fruto de sus propios resultados, se centran en las diferencias por razón de género. Ello se debe a que, a pesar de que las mujeres ocupan en su mayoría los puestos de trabajo en el entorno rural, estos adolecen de una alta estacionalidad y bajos salarios, entre otros (Morales-Hernández y Fernández-Hernández, 2019).

En segundo lugar, se encuentran los estudios acerca del potencial turístico –o no- del destino. Estos estudios son esenciales pues, a pesar de los esfuerzos de las Administraciones Públicas los últimos 30 años, los fondos públicos nacionales y europeos destinados a promover la actividad turística en el entorno rural han sido, a menudo, desaprovechados (Yubero y García-Hernández, 2019). Así, la definición de indicadores de potencialidad turística de los destinos es algo de vital importancia para una evaluación realista (Buhalis, 2000; Sanagustín-Fons, Lafita-Cortés y Moseñe, 2018). Pero no sólo del destino como territorio físico con atractivos turísticos sino también la propia actitud de los locales (Campón-Cerro, Folgado-Fernández y Hernández-Mogollón, 2017) y la orientación al mercado de las empresas turísticas, en

muchos casos microempresas familiares (Polo-Peña, Frías-Jamilena y Castañeda-García, 2015).

En adición, los estudios de precios hedónicos se sitúan a medio camino entre la oferta y la demanda, pues analizan la disponibilidad a pagar de los consumidores con respecto a determinadas características del establecimiento turístico, usualmente en referencia al servicio de alojamiento. Estos estudios son de gran interés para el objeto de este trabajo en tanto que reflejan las preferencias de los consumidores con anterioridad a la pandemia COVID-19 y permiten conocer qué elementos aportan valor añadido a los turistas. De los estudios pre-COVID-19 se desprende una preferencia clara por la disponibilidad de piscina en el alojamiento -generalmente privada-, su aislamiento y el paisaje (Bilbao-Terol, Cañal-Fernández, Valdés y Del-Valle, 2017; Hernández, Suárez-Vega y Santana-Jiménez, 2016; Santana-Jiménez, Sun y Hernández, 2015), entre otras características. Aunque, entre dichas preferencias, el aislamiento resulta especialmente compatible con los requerimientos sanitarios.

De otra parte, desde el lado de la demanda, los estudios se dividen entre los análisis de estacionalidad, actualmente inaplicables por la práctica paralización del mercado turístico, y las características de los viajeros, algo especialmente relevante en la optimización de las múltiples campañas turísticas que se están llevando a cabo. Respecto al primer grupo de estudios, se considera sobradamente probada la existencia de fuertes ciclos de estacionalidad, acentuados según el tipo de alojamiento, y con concentración durante festivos y fines de semana (Martín-Martín, Salinas-Fernández, Rodríguez-Martín y Ostos-Rey, 2020; Guaita-Martínez, Martín-Martín, Salinas-Fernández y Mogorrón-Guerrero, 2019; Guzmán-Parra, Quintana-García, Benavides-Velasco y Vila-Oblitas, 2015). No obstante, también se han descubierto diferencias notables en dichos ciclos entre destinos muy cercanos (Martín-Martín et al., 2020; Guaita-Martínez et al., 2019). Por último, cabe destacar el incremento continuado en la demanda de turismo rural (Guzmán-Parra et al., 2015), lo que podría ayudar a paliar los efectos de la estacionalidad.

3. METODOLOGÍA

Lamentablemente, muchos de los estudios previamente citados se limitan al ámbito regional o de un destino concreto, a excepción de Guaita-Martínez et al. (2019) y Yubero y García-Hernández (2019), que plantean una visión más holística. En consecuencia, en este estudio se trata de analizar las características de la oferta turística de la totalidad de los municipios andaluces, a fin de ofrecer una primera visión del estado de la industria en Andalucía.

Para la consecución de este objetivo, empleando datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2019), se realiza un análisis descriptivo de la infraestructura hostelera andaluza (número de plazas, ubicación, tipología de los establecimientos, características, etcétera) de los 785 municipios que comprenden la Comunidad Autónoma de Andalucía. Asimismo, se cruzan los datos hallados con los resultados de la literatura existente, con especial atención a los requisitos demandados por la situación post-COVID-19.

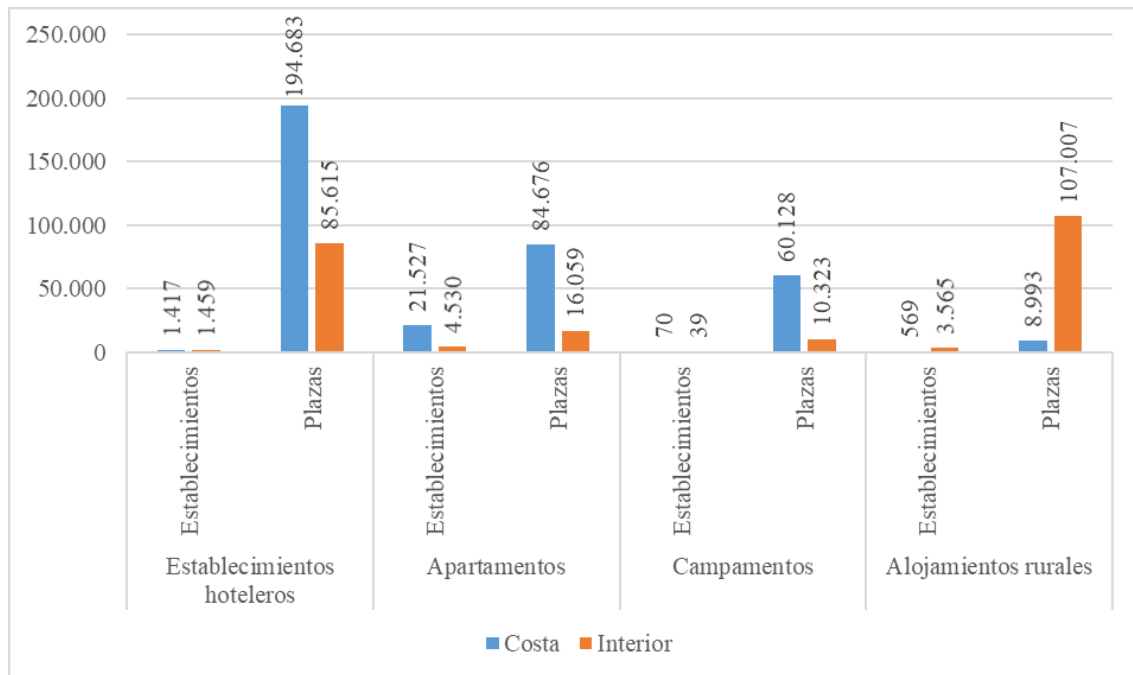
Finalmente, es preciso destacar dos problemas en el tratamiento de los datos. De una parte, la existencia de oferta no reglada, habitual en áreas rurales, es abundante. De hecho, una sencilla búsqueda en internet devuelve plazas de alojamiento en municipios que, oficialmente, no cuentan con oferta de alojamiento. Su consideración excede los límites de este estudio. Por otra parte, la publicidad como establecimiento rural de alojamientos que realmente no lo son, y viceversa, dificulta el análisis. También, la no disponibilidad pública de los datos referidos a municipios de pequeño tamaño por motivos de secreto estadístico conlleva cierto sesgo en el análisis. No obstante, se han realizado los esfuerzos oportunos para un análisis riguroso de los datos.

4. RESULTADOS

En primer lugar, es preciso conocer la dimensión de la oferta hostelera rural en Andalucía. Para ello, la gráfica 1 muestra la distribución de las plazas y establecimientos de alojamiento, divididos según la naturaleza del territorio -costero o de interior-. Dicha gráfica evidencia un desequilibrio muy importante entre territorios en tanto que los municipios costeros, inferiores en número, poseen un mayor volumen de

establecimientos de alojamiento, principalmente apartamentos turísticos. Sin embargo, este desequilibrio se atenúa en términos de plazas, pues los alojamientos rurales concentran un 18.86% de las plazas totales. Este fenómeno refleja el mayor tamaño de los alojamientos rurales, un fenómeno característico de estos (Club Rural, 2019).

GRÁFICA 1: Oferta de alojamiento en Andalucía. Distribución por tipo de alojamiento y zona



Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2019)

No obstante, la gráfica anterior distingue entre territorios costeros y de interior, pero no aporta información acerca de las características de los alojamientos. En este sentido, y en línea con el objetivo principal de este estudio, esto es, el análisis de la oferta hostelera rural andaluza, se limita el análisis de dichas características a los establecimientos rurales. Previamente se introdujo la problemática de la publicidad como alojamiento rural sin serlo y viceversa, si bien es cierto que los criterios para su identificación se encuentran apropiadamente regulados (LTA 13/2011, de 23 de diciembre, por delegación de la LDSMR 45/2007, de 13 de diciembre). Además, no todos los alojamientos que cumplen los requisitos solicitan ser alojamiento rural y, por otra parte, alojamientos que no cumplen los requisitos se publicitan como tal. Con todo, y a fin de ofrecer la visión más completa posible, se consideran alojamientos rurales aquellos ubicados en zonas rurales, de acuerdo con los criterios del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2018), esto es, en zonas con una densidad de

población de entre 1 y 299 personas por kilómetro cuadrado y menos de 5.000 habitantes.

TABLA 1: Número de municipios de Andalucía según su oferta de alojamiento en el medio rural

Hotel	38		
	+ Apartamento	2	
		+ Campamento	0
		+ Alojamiento rural	21
	+ Campamento	1	
+ Alojamiento rural		15	
+ Alojamiento rural	99		
Apartamento	0		
	+ Campamento	0	
		+ Alojamiento rural	3
+ Alojamiento rural	21		
Campamento	0		
	+ Alojamiento rural	5	
Alojamiento rural	211		
Todos	3		

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2019)

La tabla 1 muestra el número de municipios que cuentan con una determinada -o varias- infraestructura de alojamiento. Esta figura se complementa con 1 municipio que cuenta con oferta de hotel y camping y 21 municipios que sólo cuentan con apartamentos y alojamientos rurales. De este diagrama se destaca que 357 municipios (45.48%) cuentan con algún tipo de oferta rural, así como el importante peso de los hoteles frente a otras alternativas, a priori, más acordes al mundo rural como son los campamentos. Por desgracia, las estadísticas acerca de las características de los establecimientos no se encuentran disponibles públicamente, presumiblemente por secreto estadístico. Si bien, Club Rural (2019) elabora informes semestrales, gracias a su base de datos propia, que muestran un aspecto esperanzador de cara a la promoción turística en la era post-COVID-19, esto es, la mayor parte de la oferta rural en Andalucía se corresponde con el arrendamiento del alojamiento completo (79.84%), frente a un 16.14% alquilado por habitaciones y un 4.01% de alojamiento mixto.

Complementariamente, la tabla 2 muestra las características de los municipios estudiados. De ella se desprende, de una parte, un cierto grado de despoblamiento rural, pues en los 63 municipios costeros reside el 35.64% de la población andaluza, mientras que el resto se reparte en los 722 municipios restantes, incluidas cuatro capitales de

provincia de interior. De otra parte, un mayor reparto de los atractivos turísticos entre los municipios rurales, ya que los puntos turísticos se aglutinan en las zonas costeras, mientras que las zonas turísticas abarcan varios municipios. Esto es consecuencia, principalmente, de la consideración de zonas naturales como zonas de interés turístico, pues abarcan una extensión de terreno que incluye, generalmente, varios municipios.

Finalmente, la distancia media a la capital de provincia repercute en un mayor aislamiento de los alojamientos rurales. Esto es positivo de cara a una reducción de las aglomeraciones en la época post-COVID-19, aunque también resulta negativo en tanto que se encuentran a mayor distancia de los núcleos de comunicaciones -aeropuertos, estaciones ferroviarias de alta velocidad e, incluso, estaciones de autobús-, lo que dificulta la llegada de turistas nacionales, pero, sobre todo, internacionales.

TABLA 2: Caracterización, por provincias, de los municipios andaluces

	Zona	Número de municipios	Población	Densidad de población	Zona turística	Punto turístico	Zona rural	Distancia media (Km) a capital
Andalucía	Costa	63	2.998.673	47.598	28	34	12	51
	Interior	722	5.415.567	7.501	180	19	510	63

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2019)

En adición al subsector del alojamiento, se ha de considerar el estado de la restauración en los municipios estudiados, incluso asumiendo que una parte importante de los alojamientos rurales tienen cocina propia. Así, la tabla 3 muestra la distribución de los municipios según su oferta de restauración en términos de plazas de restauración por plazas de alojamiento. A priori, los datos concuerdan con las proporciones observadas respecto al alojamiento. No obstante, es evidente una menor presencia de plazas de restauración en las zonas rurales, lo que puede desincentivar a los excursionistas de acudir a determinados destinos de interior.

TABLA 3: Relación entre plazas de restauración y plazas de alojamiento rural

	0	Entre 0 y 1	1 o más	Ratio medio	Ratio medio en zonas rurales
ALMERÍA	50	15	38	7,40	6,06
CÁDIZ	4	8	33	2,97	2,74
CÓRDOBA	22	20	35	4,97	2,69
GRANADA	77	32	65	8,35	2,77
HUELVA	27	14	39	12,73	10,09
JAÉN	31	10	56	9,61	11,24
MÁLAGA	34	28	41	4,17	2,09
SEVILLA	52	17	37	4,58	2,60

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2019)

Finalmente, la declaración de un segundo “Estado de Alarma”, en el que la autoridad competente se transfiere a las presidencias autonómicas, y en el que en el caso de Andalucía se ha decretado el cierre perimetral y municipal de la Comunidad Autónoma, hacen peligrar cualquier previsión optimista. Más aún cuando el propio Ministerio de Sanidad alerta de una “cuarta ola” de la pandemia a mediados del año 2021 (López, 2021), y el agotamiento financiero de las empresas se transforma en cierres definitivos y despidos, rozando la tasa de paro en la hostelería el 19% (Instituto Nacional de Estadística, 2020), sin contabilizar las más de 150.000 personas que continúan en ERTE en este subsector (Expansión, 2020).

De esta forma, los establecimientos hosteleros rurales han visto nuevamente detenida su actividad y las perspectivas, en base a los datos generales de la industria, no son esperanzadoras. Esto, para un segmento cuyas empresas sufren de una alta estacionalidad y una escasa rentabilidad, hace peligrar seriamente la supervivencia empresarial de muchos de estos negocios. De hecho, dado que los últimos datos disponibles se refieren a 2019, aún no quedan claras las secuelas de la “primera ola” de la pandemia en la infraestructura hostelera andaluza. Es más, atendiendo a los datos generales proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (2021), la destrucción de pequeñas y microempresas es manifiesta. Y, aunque la Organización Mundial del Turismo (2020) augure una relación paulatina de las restricciones de movilidad, calcula que hasta 2025 puede no haber visos de mejora (El Economista, 2020). En este sentido, resta conocer los datos definitivos una vez concluya la pandemia y se reactive el sector turístico. Si bien, el aumento de los requisitos para obtener créditos (Menéndez-Pujadas

y Mulino, 2020) y la acumulación de deuda generada durante el cierre de los establecimientos puede ser clave en matizar las cifras provisionales disponibles.

Además, también ha de considerarse en este escenario el poder adquisitivo de los consumidores tras el paso de la pandémica COVID-19. De una parte, algunas encuestas privadas ofrezcan datos esperanzadores, reconociendo el interés de las personas en el turismo rural y su confianza en que se trata de un turismo seguro (Escapada Rural, 2020), y, de otra parte, la industria hostelera rural goza de caracteres demandados para la práctica de turismo seguro, tal y como se ha expuesto en este trabajo. No obstante, esto no es reflejo de la demanda futura en un contexto en el que el número de empleos y de horas trabajadas puede continuar en descenso (Soler y Izquierdo, 2020), mientras que la precariedad y el riesgo de despido aumenta en los estratos más bajos de la población (Eurostat, 2020). Con todo, la supervivencia de un número importante de pequeñas y medianas empresas, principales actores en el entorno rural, pueden verse abocadas a la insolvencia y, por tanto, a cerrar definitivamente (Blanco, Mayordomo, Menéndez y Mulino, 2020). Esto, en municipios y comarcas en los que la única actividad económica terciaria es el turismo rural, puede agravar el problema de despoblamiento que sufre el interior peninsular.

5. CONCLUSIONES

Las restricciones impuestas en todo el mundo para tratar de frenar la pandemia COVID-19 han supuesto que las economías de países muy dependientes del turismo se vean abocadas a una crisis de un calado aún desconocido. Regiones como Andalucía, cuyo sector turístico es el principal motor económico, han visto cómo su entramado empresarial, en especial el hostelero, sufría -y continúa sufriendo- pérdidas y cierres. En este contexto, destaca la puesta en valor del turismo rural como un turismo alternativo, sostenible, seguro y responsable para con las medidas sanitarias impuestas. Sin embargo, estas afirmaciones, generalmente, han carecido una base argumental sólida.

En este sentido este trabajo trata de ofrecer un primer análisis de la industria hostelera rural andaluza, a fin de ponderar apropiadamente la posibilidad de que el turismo rural se perfile como el primer escalón de la recuperación turística de Andalucía. Así, los datos extraídos en el muestran la disponibilidad de infraestructuras

hosteleros suficientes en una parte importante de los municipios andaluces para soportar un eventual incremento de la demanda de turismo rural. Sin embargo, las condiciones actuales respecto a los protocolos sanitarios y los límites a la movilidad de las personas a causa de las “segunda y tercera olas” de la pandemia COVID-19 ha provocado un mayor escepticismo respecto a un incremento sostenido de la demanda de turismo rural, así como el volumen real de oferta turística rural superviviente a esta crisis, que ya se demora más de un año. Será preciso permanecer a la espera de la evolución de los acontecimientos y el fin de las prohibiciones a la libre circulación de personas para corroborar si, efectivamente, se produce tal fenómeno.

REFERENCIAS

- BILBAO-TEROL, C.; CAÑAL-FERNÁNDEZ, V.; VALDÉS, L. y DEL-VALLE, E. (2017). “Rural Tourism Accommodation Prices by Land Use-Based Hedonic Approach: First Results from the Case Study of the Self-Catering Cottages in Asturias”, *Sustainability*, 9(10), 1688. DOI: 10.3390/su9101688
- BLANCO, R.; MAYORDOMO, S.; MENÉNDEZ, Á. y MULINO, M. (2020). “El impacto de la crisis del COVID-19 sobre la situación financiera de las empresas no financieras en 2020: evidencia basada en la central de balances”, *Artículos Analíticos, Boletín Económico del Banco de España*, 4/2020.
- BUHALIS, D. (2000). “Marketing the competitive destination of the future”, *Tourism Management*, 21, pp. 97-116.
- CAMPÓN-CERRO, A.M.; FOLGADO-FERNÁNDEZ, J.A. y HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J.M. (2017). “Rural Destination Development Based on Olive Oil Tourism: The Impact of Residents’ Community Attachment and Quality of Life on Their Support for Tourism Development”, *Sustainability*, 9(9), 1624. DOI: 10.3390/su9091624
- CLUB RURAL (2019). “*Barómetro del Turismo Rural*”. Recuperado el 15 de septiembre de 2020 de: <https://www.clubrural.com/barometro-turismo-rural/informes>

- EL ECONOMISTA (2020). “La OMT calcula que el turismo tardará 3 o 4 años en recuperar el nivel de crecimiento previo al covid”, *El Economista*. Recuperado el 25 de noviembre de 2020 de: <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10776432/09/20/La-OMT-calcula-que-el-turismo-tardara-3-o-4-anos-en-recuperar-el-nivel-de-crecimiento-previo-al-covid.html>
- ESCAPADA RURAL (2020). “*Estudio sobre el turismo rural post COVID-19*”. Recuperado el 15 de septiembre de 2020 de: <https://www.escapadarural.com/blog/estudio-turismo-rural-post-covid-19/>
- ESPAÑA. Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía. *Boletín Oficial del Estado*, 23 de diciembre de 2011, núm. 17, pp. 4732 a 4771.
- ESPAÑA. Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural. *Boletín Oficial del Estado*, 13 de diciembre de 2007, núm. 299, pp. 51339-51349.
- EUROSTAT (2020). “*COVID-19 labour effects across the income distribution. Eurostat: Statistics Explained*”. Recuperado el 24 de noviembre de 2020 de: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=COVID-19_labour_effects_across_the_income_distribution
- EXPANSIÓN (2020). “Agonía del comercio y la hostelería: los trabajadores afectados por ERE se multiplican por 97 y 47, respectivamente, en un año”, *Expansión*. Recuperado el 24 de noviembre de 2020 de: <https://www.expansion.com/economia/2020/10/25/5f956024468aeb7e7d8b4662.html>
- GUAITA-MARTÍNEZ, J.M.; MARTÍN-MARTÍN, J.M.; SALINAS-FERNÁNDEZ, J.A. y MOGORRÓN-GUERRERO, H. (2019). “An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism”, *Journal of Business Research*, 100, pp. 165-174. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.03.033
- GUZMÁN-PARRA, V.F.; QUINTANA-GARCÍA, C.; BENAVIDES-VELASCO, C.A. y VILA-OBLITAS, J.R. (2015). “Trends and seasonal variation of tourist demand in Spain: The role of rural tourism”, *Tourism Management Perspectives*, 16, pp. 123-128. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.07.014

- HERNÁNDEZ, J.M.; SUÁREZ-VEGA, R. y SANTANA-JIMÉNEZ, Y. (2016). “The inter-relationship between rural and mass tourism: The case of Catalonia, Spain”, *Tourism Management*, 54, pp. 43-57. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.10.015
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA (2019). “*Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA)*”. Recuperado el 23 de octubre de 2020 de: https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/informe/anual?CodOper=b3_151&idNode=23204
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA (2018). “*Clasificación del grado de urbanización*”. Recuperado el 23 de octubre de 2020 de: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/blog/2018/10/grado-urbanizacion/>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2021). “*Información estadística para el análisis del impacto de la crisis COVID-19*”. Recuperado el 10 de febrero de 2021 de: https://www.ine.es/covid/covid_inicio.htm
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2020). “*Economically Active Population Survey*”. Recuperado el 25 de noviembre de 2020: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/en/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595
- LÓPEZ, C. (2021). “Simón no descarta una cuarta ola, pero más leve”, *La Vanguardia*. Recuperado el 10 de febrero de 2021 de: <https://www.lavanguardia.com/vida/20210208/6232600/simon-descarta-cuarta-ola-mas-leve.html>
- MARTÍN-MARTÍN, J.M.; SALINAS-FERNÁNDEZ, J.A.; RODRÍGUEZ-MARTÍN, J.A. y OSTOS-REY, M.S. (2020). “Analysis of Tourism Seasonality as a Factor Limiting the Sustainable Development of Rural Areas”, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1), pp. 45-75. DOI: 10.1177/1096348019876688
- MENÉNDEZ-PUJADAS, Á. y MULINO, M. (2020). “Encuesta sobre préstamos bancarios en España: octubre de 2020”, *Artículos Analíticos, Boletín Económico del Banco de España*, 4/2020.

- MORALES-HERNÁNDEZ, A.M. y FERNÁNDEZ-HERNÁNDEZ, C. (2019). “Acceso a la autonomía económica de las mujeres a través del turismo rural en la isla de La Palma”, *Revista Investigaciones Turísticas*, 18, pp. 22-41. DOI: 10.14198/INTURI2019.18.02
- POLO-PEÑA, A.I.; FRÍAS-JAMILENA, M. y CASTAÑEDA-GARCÍA, J.A. (2015). “Market orientation and business results among small-scale service firms”, *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28(1), pp. 135-166. DOI: 10.1108/ARLA-04-2013-0005
- SANAGUSTÍN-FONS, V.; LAFITA-CORTÉS, T. y MOSEÑE, J.A. (2018). “Social Perception of Rural Tourism Impact: A Case Study”, *Sustainability*, 10(2), 339. DOI: 10.3390/su10020339
- SANTANA-JIMÉNEZ, Y.; SUN, Y.Y. y HERNÁNDEZ, J.M. (2015). “The Influence of Remoteness and Isolation in the Rural Accommodation Rental Price among Eastern and Western Destinations”, *Journal of Travel Research*, 54(3), pp. 380-395. DOI: 10.1177/0047287513517423
- SOLER, I. y IZQUIERDO, M. (2020). “La evolución del empleo y del paro en el tercer trimestre de 2020, según la Encuesta de Población Activa”, *Notas Económicas, Boletín Económico del Banco de España*, 4/2020.
- YUBERO, C. y GARCÍA-HERNÁNDEZ, M. (2019). “El turismo en el medio rural en España desde el enfoque de la transferencia de políticas públicas”, *Boletín de la Asociación de Geografía Española*, 81(2766), pp. 1–34. DOI: 10.21138/bage.2766