

CAPÍTULO 4. ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN

Cataluña fue en el 2003 la primera destinación del turismo internacional en España, además de uno de los principales emisores de viajes turísticos internos, ya que ocupa el segundo lugar, tras Madrid, debiéndose anotar también el notable peso que tienen los viajes al extranjero de los residentes en esta comunidad, ya que alcanza un peso que supera el 15% del total de viajes turísticos realizados durante el año. A efecto de la investigación llevada a cabo hay que destacar que el parque de alojamientos turísticos en Cataluña en el 2003 era de 1.800.000 plazas. En la tabla siguiente (1) se observa la utilización y porcentaje de plazas de alojamiento, en función del tipo de alojamiento, y en la tabla 2 se expone la distribución de las casas rurales de la marca turística Costa Dorada.

Tabla 1
Utilización de la oferta de alojamientos turísticos en Cataluña, 2003

Tipos de alojamiento	Establecimientos	Plazas (miles)	Capacidad (miles de pernoctaciones)	Demanda (miles de pernoctaciones)	% de utilización
Hoteles	2.614	245	89.495	36.653	41.0%
Camping	360	246	89.846	14.264	15.9%
Turismo rural	1.132	9	3.309	531	16.0%
Establecimientos turísticos	505.194	500	1.82.650	51.448	28.2%
Habitaciones de uso turístico	-	1.336	487.625	135.277	27.7%
Total oferta	-	1.836	670.274	186.725	27.9%

Fuente: Departamento de Comercio, Turismo y Consumo de la Generalitat.

Tabla 2
Casas rurales en la Costa Dorada

CASAS RURALES	TOTAL
Alt Camp	15
Baix Camp	15
Baix Penedès	5
Conca de Barberà	20
Priorat	27
Tarragonés	3
TOTAL	85

Fuente: Base de datos virtual del Departamento de Comercio, Turismo y Consumo de la Generalitat.

Las tablas anteriores evidencian la importancia de los alojamientos tanto hoteleros como rurales. Se observa, además, que el turismo rural es ya uno de los rasgos característicos de la actividad turística en Cataluña, y en la marca turística Costa Dorada, cuyo litoral está muy densificado turísticamente¹²¹. La gigantesca infraestructura hotelera y de servicios construida en el litoral catalán durante medio siglo, ha determinado el deterioro del medio ambiente, en particular por la saturación urbanística de zonas costeras¹²². Es por ello que se habla de la transición hacia otros modelos turísticos¹²³. Por un lado, desestacionalizando el turismo mediante el turismo social y de tercera edad y el turismo de congresos y reuniones. Un turismo que a precios concertados se aproveche de la enorme infraestructura existente que se hace fantasmal fuera del verano. Por otro, diversificando el turismo mediante el turismo cultural y el turismo rural.

4.1. Hipótesis.

En la economía rural se destaca que la figura del empresario y del trabajador autónomo tiene mayor incidencia que en el medio urbano, y “la importancia que la condición de empresaria o autónoma tiene para las mujeres rurales españolas –una de cada cinco que trabajan lo hacen en esa posición-, se debe al carácter de las actividades que han sido señaladas como principales –pequeño comercio, agricultura y hostelería-. Es aquí donde reside una de las claves principales para comprender la figura de la emprendedora, en la fuerte correlación que existe en las mujeres rurales entre trabajo familiar y posición empresarial” (Sampedro, 2004: 14). Básicamente, los estudios consultados destacan que el

¹²¹ En nuestra investigación, hemos decidio tomar como objeto de estudio de la creación de alojamientos rurales una marca y no la comparación de dos o más. Decidimos hacer el recorte espacial en términos de marcas turísticas en tanto que los estudios del sector turístico, por lo general, se hacen en términos de marcas turísticas. Así, facilitamos que los datos obtenidos para la Costa Dorada puedan ser comparados con las distintas marcas turísticas existentes en España.

¹²² Por ejemplo, la construcción y el turismo sumaron el 27% del PIB de Cataluña en el 2003. Por otra parte, durante el período 1992-2000 se construyeron en España 3.096.870 viviendas, de las que 1.316.208, más del 42 por 100 lo fueron en las provincias situadas a lo largo del Arco Mediterráneo, principal región turística española (Costa Brava, Costa Dorada, Costa del Azahar, Costa Blanca, Costa Cálida, Costa del Sol), y en las dos comunidades insulares, precisamente aquellas regiones de mayor implantación de la oferta de alojamiento extrahotelero.

¹²³ Los touroperadores insisten en que los hábitos de los turistas, tanto extranjeros como nacionales, ya no son los mismos que antes. El ancestral paquete de un mes en la playa, siempre en la misma y comprado en la agencia de viajes más cercana al domicilio mediante un gran touroperador ha pasado a la historia. Los viajeros optan hoy por estancias más cortas en destinos diversificados y con billetes comprados por internet a aerolíneas de bajo coste.

empresariado rural femenino es doméstico y se vincula a mujeres casadas con responsabilidades familiares. Un colectivo que tiene una formación netamente inferior que el colectivo de las asalariadas. La subcualificación de las empresarias “se mantiene en el interior de los sectores en que el empresariado femenino es más numeroso” (Sampedro, 2004: 16).

Las casas rurales constituyen un producto turístico que ejemplifica la unidad de los espacios de producción y reproducción, la identidad entre roles y jerarquía familiares y estructura de la organización del trabajo. Y es que “las mujeres rurales acceden al empresariado en función de la posición que se ocupa dentro de la familia, más que desde proyectos individuales, más acordes con el modelo teórico de ‘empresaria’” (Sampedro, 2004: 17). Así, en la actividad de las empresarias se entremezcla constantemente el trabajo productivo y reproductivo, de forma tal que cumplir con el deber femenino de atención y cuidado de la familia, es la condición sine qua non para asumir la gestión del negocio, e incluso en ocasiones, la razón oculta para hacerlo. A pesar de que en ocasiones “oímos hablar de las ‘naturales’ habilidades empresariales femeninas, adquiridas en la gestión doméstica, lo cierto es que existe una profunda inadecuación entre los roles femeninos y los roles empresariales, que convierte a las empresarias, en la medida en que lo sean realmente, en mujeres marginales dentro de la propia comunidad rural. Esta condición de marginalidad, se asume en muchas ocasiones mediante la autoafirmación del proyecto y la experiencia empresarial vinculando las propias decisiones a los proyectos colectivos de la casa, los hijos o la familia” (Sampedro, 2004: 19).

Por otro lado, el turismo rural responde, si nos atenemos al discurso oficial, a la necesidad de crear actividades económicas para el mundo rural que posibilite a sus habitantes vivir en su territorio de origen y en donde la agricultura no constituya la única renta. El crecimiento y sostenimiento de este sector de actividad se justifica, pues, en base a que contribuye al rejuvenecimiento de la población rural por lo que es una alternativa al abandono de áreas rurales. Durán (2000: 28) señala que frente a la antigua imagen del campo como vivero o suministrador de población a las zonas urbanas, y la idea, todavía muy extendida, de que las familias rurales son más extensas que en las zonas urbanas, la

realidad es bastante diferentes debido sobre todo al proceso de envejecimiento. Así, “según el Censo de 1991, el tamaño medio de las familias de los municipios menores de dos mil habitantes es de 3’15 personas; en los municipios de dos a diez mil habitantes es de 3’30 y en los de más de diez mil habitantes es de 3’29 personas. Estas dos condiciones demográficas (envejecimiento y menor tamaño de los hogares) son importantes en la determinación del estilo de vida y en el tipo de demandas de trabajo (por ejemplo, en la necesidad de cuidar a niños o cuidar enfermos) que se producen dentro de los hogares”¹²⁴.

Sampedro (2004: 12-16) indica, según datos del Censo de Población de 2001, que el 48% de la población ocupada en municipios rurales españoles trabaja fuera de su localidad. La movilidad segmenta claramente a hombres rurales en sus oportunidades laborales y provoca, al mismo tiempo, una mayor disposición a emigrar por parte de las mujeres más orientadas al empleo. Esta orientación al empleo asalariado se caracteriza “por su gran ‘irregularidad’, irregularidad legal –las mujeres tienen muchas más probabilidades de trabajar sin contrato o derechos sociales reconocidos-, e irregularidad temporal: los sectores en los que se emplean las mujeres (textil, agroalimentación, hostelería, ...) están sometidos a una fuerte estacionalidad e irregularidad horaria, que hace que las mujeres rurales desarrollen complejas estrategias diseñadas a compatibilizar distintos tipos de ocupaciones, con el objetivo último de minimizar los tiempos empleados en desplazamientos”. Una estrategia extrema en este sentido es el trabajo “a domicilio” en el que los espacios productivos y reproductivos vuelven a confundirse. La experiencia femenina en el trabajo asalariado, tampoco favorece la emergencia de una identidad y autoconocimiento como trabajadoras. La investigación empírica realizada hasta el momento “sugiere que la participación de las mujeres rurales en el trabajo remunerado está muy mediatizada por las representaciones asociadas a la ruralidad y su conexión con las identidades de género. Todo parece indicar que existe una fuerte presión social hacia la reproducción de los modelos tradicionales de domesticidad femenina, alimentada tanto por la centralidad económica y social que la institución familiar conserva en el medio rural (...), como, paradójicamente, por las nuevas identidades asociadas al ‘idilio rural’ en la postmodernidad”.

¹²⁴ “La presencia de una numerosa población anciana, implica una demanda creciente de trabajos de atención y cuidado para las mujeres, que compiten obviamente con la dedicación a la actividad productiva” (Sampedro, 2004: 11).

A partir de la argumentación de Sampedro, cabe preguntarse si “las emprendedoras” han roto con los modelos tradicionales de vinculación femenina a las explotaciones agrarias. Se trata de plantear si este viejo modelo sigue articulando tanto la organización del trabajo en los alojamientos de turismo rural como su puesta en marcha. Una actividad llevada a cabo por mujeres de zonas rurales, cuya actividad anterior estaba alejada de la actividad turística, de ahí que sea necesario tener información respecto a si la incorporación de mujeres a esta actividad reproduce o modifica las habituales divisiones de género. Aparte de que desde los años 80 se ha establecido un profundo debate a nivel internacional sobre la posición de la familia en la producción agraria. Se han introducido “mecanismos de valoración del trabajo familiar en la explotación agraria, debido sobre todo a la transformación del papel de las mujeres rurales, que no sólo se incorporan al trabajo agrario, sino que también pasan a desempeñar labores de dirección de empresas agrícolas. Esto produce una valoración individualizada del trabajo de cada componente de la empresa agraria familiar. Pero coincidiendo con las transformaciones del trabajo agrario familiar, ‘algo se mueve’ en el conjunto de las actividades laborales del medio rural” (Duran, 2000: 22).

Ese algo se mueve tiene que ver con el hecho de que ya no se pueden confundir agricultura y ruralidad, pues en los últimos años se ha dado un fuerte proceso de desagrarización, que por supuesto ha afectado al mundo rural y que dicho proceso ha dado lugar a otro complementario de diversificación de la actividad. Si en la actualidad “solamente uno de cada cinco rurales activos trabaja de forma directa en la agricultura, no se puede seguir defendiendo que este sector es exclusivo o mayoritario. Tan importante como el sector agrario, al menos en términos cuantitativos, están los servicios, que absorben nada menos que al 42 por ciento de los activos, o la industria rural, que se acerca en términos absolutos y en porcentajes a los activos de la agricultura (21%)” (García Sanz. 2000: 42)¹²⁵.

¹²⁵ Respecto a la carga total de trabajo de las mujeres rurales, Duran (2000: 30-31) argumenta que “si se suma el trabajo doméstico (en casa y fuera de casa) con el trabajo remunerado, la carga global media de los varones rurales es de 6,34 horas (6 horas y 20 minutos) los días laborables. La carga global media de las mujeres rurales es de 7,95 horas, prácticamente ocho horas diarias. La diferencia es que las mujeres trabajan 1 hora y

Además, a partir del Consejo Europeo de Ámsterdam de 1997, promover el espíritu empresarial constituye uno de los objetivos principales de la estrategia europea para el empleo, tanto a escala nacional como de la Unión Europea en su conjunto. De esta manera se pone en el centro del debate económico y político el concepto de espíritu empresarial. Académicamente, se asocia el espíritu empresarial con el concepto de aprovechamiento de oportunidades económicas y movilización de recursos. La existencia de oportunidades se considera como la demanda de empresarios que existe en una economía y la respuesta que los potenciales empresarios dan a las oportunidades que se perciben en la economía se considera como la oferta de empresarios. La OCDE (1998) define a los empresarios como agentes de cambio y de crecimiento. No solamente seleccionan y detectan oportunidades económicas de beneficios potenciales, sino que están dispuestos a correr riesgos. Las actividades empresariales no se limitan a las nuevas industrias de alta tecnología, sino que se difunden por toda una gama de actividades e implican métodos innovadores para todas las funciones principales económicas.

Desde una orientación individual, aprovechar una oportunidad económica implica estar dotado de una serie de actitudes y competencias psicológicas, como orientación al logro, independencia, autorrealización, creatividad. Estas actitudes vinculadas al desarrollo empresarial perfila, para Romero (1990: 27), la situación actual de nuestro empresario femenino. Nos encontramos con un colectivo, dentro de un universo más amplio, el de la mujer, “que se abre camino hacia la actividad productiva impulsado por un fuerte deseo de logro personal, con mayor perentoriedad que cualquier otro motivo que podríamos

36 minutos diarios más que los hombres. En otras palabras, la jornada total de trabajo diario de las mujeres rurales es de un 25% más larga que la de los varones” La proporción de su tiempo de trabajo que dedican al trabajo remunerado los días laborales es de 82% entre los varones y 18% entre las mujeres. A la inversa, las mujeres rurales dedican al trabajo no remunerado el 82% de su tiempo de trabajo los días laborables, en tanto que los varones sólo le dedican el 18% de su tiempo de trabajo. Los sábados, la carga global de trabajo de las mujeres rurales aumenta, y llega a 10,07 horas. Sin embargo, la de los varones desciende considerablemente, es sólo de 4’72 horas. Las mujeres rurales trabajan los sábados 5,35 horas más que los varones, o lo mismo un 113% extra, que es más del doble. Para las mujeres rurales, la proporción de trabajo no remunerado en el trabajo total de los sábados es el 89%, mientras para los varones es el 36%. Los domingos, la carga global de trabajo disminuye tanto para las mujeres rurales como para los varones. La carga global de las mujeres es de 5,39 horas y la de los varones es de 1,78 horas. La diferencia es de 3.61 horas (3 horas y 36 minutos), que trabajan más que las mujeres. En otras palabras, su carga global de trabajo en los días festivos es triple que la de los varones, un 203% mas alta” (Durán, 2000: 30-31).

clasificar como empresarial o económico, como es el de la obtención de beneficios o riqueza; aunque, no hay que olvidarlo, la obtención de beneficios o riqueza es un índice cuantitativo importante de la realización de sus tareas, una medida del valor de sus acciones”¹²⁶. Ahora bien, concluye Romero (1990: 167), la ganancia por sí misma no constituye la causa y fundamento de la acción emprendedora. Lo que verdaderamente se arriesga en este experimento “es la propia identidad personal, es decir, nuestras propias posibilidades de desarrollo. En este sentido, la actividad empresarial representa una vía excelente de desarrollo personal, al experimentarnos en una serie de tareas y líneas de acción diversificadas e intensivas, respondiendo a finalidades concretas. Representa un proceso de transformación del propio capital humano, acrecentando recursos de baja productividad y cualificando nuestras propias potencialidades”.

La situación del empresario femenino que describe Romero (1990: 167), y que para este autor constituye “la vía excelente, privilegiada, para acoplarse al sistema activo, productivo y público de las sociedades desarrolladas”, no toma en cuenta las complejas redes sociales que inicialmente se han formado entre las familias y las empresas¹²⁷, como escenarios de producción y reproducción de bienes y servicios. La imagen del empresario femenino como la imagen gerencial femenina que plantea Romero no se diferencia de la imagen habitual de empresario como individuo neutro¹²⁸. Una imagen idéntica para ambos géneros, obviando que la vida cotidiana se estructura desde una matriz de relaciones interpersonales que configuran la personalidad de los sujetos. En esta matriz, “se encierra el núcleo reproductor de estructuras sociales, la raíz de los referentes socializadores del sujeto y de su identidad como persona. En esta matriz las relaciones políticas, por las que se definen los valores y normas legitimadoras de la autoridad, poseen una fuerza estructurante mayor como referente simbólico de las formas de dominación establecidas y aceptadas por

¹²⁶ “En lo que se refiere al empresariado femenino, el motivo de realización, ya sea personal y/o profesional, está en la base de todo el impulso emprendedor. La iniciativa empresarial femenina está fundamentada en la autorrealización como articulación motivacional del desarrollo de la persona social y profesional que así se convierte en sujeto económico cada vez más importante del empresariado de este país” (Romero, 1990: 27).

¹²⁷ Gálvez (2004).

¹²⁸ “La clave principal para abordar la cuestión de las mujeres rurales emprendedoras es que las políticas de desarrollo rural definen a las emprendedoras como sujetos individuales, sujetos que en realidad no existen como tales. La mujer rural emprendedora existe pero inserta en una unidad familiar y fuertemente condicionada por tal inserción” (Sampedro, 2004: 21).

la cultura política de un país. Ahí parece encontrarse una de las razones de la permanencia de actitudes y comportamientos patriarcales en hombres y mujeres” (Alberdi, 1996: 66).

Si, como indica Alberdi (1996), la familia es la principal socializadora de valores y normas sociales, y si el análisis de las relaciones hombre/mujer implican la comprensión de los fenómenos de dominación, dependencia y autonomía que se producen en el ámbito familiar con sus dimensiones políticas y económicas, adquiere plenamente sentido que haya que analizarse, para explicar bien la naturaleza de la explotación de oportunidades que se dan en la economía rural, las relaciones que se dan entre las familias rurales y las empresas turísticas rurales.

La creación de empresas se asocia, también, con la creación de empleo¹²⁹ y el autoempleo ya que una gran proporción de nuevas empresas se crean como consecuencias de situaciones de necesidad o por las políticas de las grandes empresas tendentes a reducir actividades y a la presión sobre desempleados y antiguos asalariados para hacerse autónomos¹³⁰. Además, la escasez de empleo o una situación desfavorable en el mercado de trabajo, así como las características de las economías domésticas influyen en la decisión de independizarse. Por tanto, consideramos que la creación de empresas no es independiente de la propia realidad de las economías familiares. Economías cuyas tareas están organizadas por género, de ahí emerge la pregunta siguiente: ¿la relación que se da entre género y familia se reproduce entre género y empresa? ¿la incorporación de la mujer en la actividad empresarial turística cambia o reproduce la división sexual del trabajo doméstico? Sampedro (1996: 137) señala que “la esencial y primigenia relación entre la vida urbana y la emancipación femenina, y la identificación entre la vida urbana y la vida social en general, ha provocado de forma paradójica una cierta desatención de los llamados ‘estudios de la mujer’, por la variable rural/urbano en el análisis de las relaciones de género. La sociología rural, por su parte, se ha topado también con serios obstáculos conceptuales e

¹²⁹ El turismo es una actividad que requiere mucho empleo debido a que es una actividad de prestación de servicio, y como tal tiende a crear más empleos por unidad de inversión que otras actividades más basadas en el capital. La creación de empleo es una de las necesidades más importantes desde el punto de vista económico y político del mundo desarrollado y en desarrollo, y muchos gobiernos apoyan el turismo con el fin de crear oportunidades de empleo. Véanse Lickorish y Jenkins (2000); Brunet y Alarcón (2005).

¹³⁰ Brunet y Alarcón (2005).

ideológicos a la hora de incorporar a su reflexión la perspectiva de género”. Excepto algunos estudios que muestran que el trabajo de las mujeres es básico para la adaptación y pervivencia de la explotación agraria familiar¹³¹ y que son explotaciones en las que la presencia de ambos cónyuges lleva a mantener la titularidad masculina¹³².

La investigación que efectuamos respecto al turismo rural tiene por objeto la creación de casas rurales en el marco de un modelo idealizado de turismo generador de dinámicas de desarrollo sostenible que contribuyen a la modernización ecológica de la empresa. Esta proclamación suponemos que se ha consolidado más en el nivel retórico-formal de la política de la empresa que en el sustantivo, igual que acaece respecto a la igualdad de género. Así, hemos planteado la siguiente hipótesis principal: la diferencia de género es clave en la estructura y modalidades de organización del trabajo en las casas rurales. Un trabajo marcado por la doble presencia en la esfera de la producción y en la esfera de la reproducción. De esta hipótesis principal, se deriva otra secundaria: el marco institucional público y sus incentivos no ha condicionado, necesariamente, la creación y proliferación de casas rurales, en tanto que dicho marco se centra en la imposibilidad de mejorar las rentas agrarias cuando el mundo rural se había distanciado ya de la igualdad rural=agrícola. Antes al contrario, las iniciativas de creación de casas rurales no se explican por estrategias de autoocupación, es decir, no obedecen a estrategias de inserción en el mercado de trabajo mediante la autoocupación, sino que más bien están motivadas por estrategias patrimoniales, a consecuencia del desarrollo de nuevas oportunidades de negocio derivadas de la desagrarización.

4.2. Diseño metodológico

En el estudio de las casas rurales se ha utilizado una estrategia cualitativa mediante entrevistas en profundidad que nos ha permitido acceder a las estrategias de creación de casas rurales. En el diseño de la investigación sobre turismo rural se ha adoptado como población objeto de estudio el conjunto de alojamientos rurales de la marca turística Costa

¹³¹ Cánoves (1994); Cánoves et al. (1995); García Ramón (1994); Garía Ramón y Baylina (2000); Villarino y Cánoves (2000); Bryan (1991).

¹³² Cánoves y Villarino (2000).

Dorada. Además, se obtuvo información procedente de las 14 casas rurales certificadas con el sello de calidad Q de ICTE existentes en Cataluña. Éstas se distribuyen de la siguiente forma: 6 en Barcelona, 5 en Girona, 2 en Lleida y 1 en Tarragona. Las 14 casas pertenecen a un total de 7 propietarios (véase la siguiente tabla) que en un mismo municipio poseen hasta 3 casas rurales. Como se puede observar, por tanto, entre los propietarios de casas rurales encontramos una mayor propensión a poseer un mayor número de establecimientos y que como se observará en el análisis de la información obedece a criterios de racionalización de la actividad.

Tabla 6. Rasgos sociodemográficos de los propietarios de casas rurales

Sexo	Año de creación	Edad	Estado civil	Nivel de instrucción	Titulación del padre	Profesión del padre	Titulación de la madre	Profesión de la madre	
C01	M	2001	30-34	Soltera	Licenciada	Secundarios	Agricultor	Secundarios	Administrativa
C02	H	1997	40-45	Casado	Licenciado	Secundarios	Administrativo	Secundarios	Administrativa
C03	M	2004	35-40	Soltera	Licenciada	Licenciado	Empresario químico	Secundarios	Ama de casa
C04	M	1997	45-50	Casado	Secundarios	Diplomado	Consultor	Licenciada en Relaciones Públicas	Administradora
C05	H	2002	35-40	Casado	Licenciado	Sin estudios	Mecánico textil	Primarios	Administrativa
C06	M	2001	35-40	Casada	Secundarios	Secundarios	Tendero	Secundarios	Administrativa
C07	M	2003	40-45	Casada	Diplomada	Primarios	Agricultor	Primarios	Ama de casa

Fuente: Elaboración propia.

En total se realizaron 48 entrevistas a los propietarios de 57 casas rurales censadas por la Generalitat en la marca turística Costa Dorada. Esta diferencia se debe a que hay propietarios que poseen más de una casa rural¹³³. El total de casas rurales censadas en esta marca, según el Departamento de Turismo de la Generalitat en el año 2004, era de 82 casas, con un total de 70 propietarios. Por lo tanto, se ha entrevistado al 68,57% de los

¹³³ El trabajo de campo ha consistido, pues, en: 1. Identificación de las casas de turismo rural del Campo de Tarragona (a través de la Guía de la Generalitat). 2. Contactación con todas las casas. 3. Desplazamiento y realización de la entrevista a la misma casa rural en todas las casas con las que se había podido acordar una cita. 4. Transcripción literal de la entrevista y realización de la base de datos cuantitativa. Aproximadamente, se han calculado unos 1.400 km. en desplazamientos, cifra que, todo y haber intentado –y conseguido, en parte- agrupar las casas más próximas, es muy elevada. El tiempo utilizado es imposible de calcular. Aún así, teniendo en cuenta que la media de las entrevistas ha sido de unos 40-50 minutos, y que la transcripción requiere aproximadamente cuatro veces ese tiempo, podamos decir que, sin tener en cuenta los desplazamientos, se han invertido más de 200 horas.

propietarios, que representan la titularidad del 69,51% de las casas rurales del ámbito territorial objeto de estudio. Respecto al porcentaje de propietarios al que no se ha tenido acceso, los motivos han sido tres: en algunos casos no se ha localizado la casa rural, mostrando indicios de que había cerrado. En otras no ha sido posible acordar una cita y, en otras los propietarios no han querido colaborar en el estudio. En muchos de estos casos han afirmado que están hartos de colaborar en estudios, encuestas y demandas de la Administración. Por otro lado, las variables e indicadores fueron recogidos en el cuestionario que puede verse en el anexo 9.1.

Según comarcas, la distribución poblacional y de la muestra es la siguiente:

Tabla 7. Establecimientos en los que se desarrolló el trabajo de campo

	Alt Camp	Baix Camp	Baix Penedès	Conca de Barberà	Priorat	Tarragonès
Casas entrevistadas	9	12	2	16	17	1
Total de casas	16	13	4	23	24	2
Porcentaje	56,25%	92,3%	50%	69,56%	70,83%	50%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Propietarios entrevistados

	Alt Camp	Baix Camp	Baix Penedès	Conca de Barberà	Priorat	Tarragonès
Propietarios entrevistados	8	10	2	12	15	1
Total de propietarios	14	11	4	19	20	2
Porcentaje	57,14%	90,90%	50%	63,15%	75%	50%

Fuente: Elaboración propia.

En 28 de las 48 entrevistas, la persona entrevistada fue una mujer, frente a 20 hombres. Es una diferencia significativa que no se produce en el resto del sector turístico. Por lo tanto, el 58,33% de las personas entrevistadas fueron mujeres. Si lo comparamos con los datos de la guía de la Generalitat, vemos que los porcentajes son muy diferentes. Esta diferencia se debe a que en muchos casos el propietario de la casa es un hombre, pero la persona que se ocupa de la gerencia en el día a día era su mujer. Así el porcentaje de mujeres entrevistadas fue del 58,33%, mientras que según el Departamento responsable de la Generalitat ese porcentaje es del 35,9%.

A continuación se detallan algunos de los rasgos sociodemográficos de la muestra:

Tabla 9. Rasgos sociodemográficos de los entrevistados

Casa(s) rural(es)	Sexo	Año creación	Plazas	Edad	Estado civil	Nivel instrucción	Titulación padre	Profesión padre	Titulación madre	Profesión madre
1	M	2002	6	40-44	Casada	Bachillerato	Primarios	Zapatero	Primarios	Ama de casa
2	M	2001	10	60 y más	Casada	Primarios	Primarios	Comerciante	Primarios	Ama de casa Operaria textil
3	H	2004	5	30-34	Casado	Licenciatura	Primarios	Mecánico	Primarios	Ama de casa
4	H	2003	15	40-44	Casado	Primarios	Primarios	Ferroviano	Primarios	Maestra
5-6	M	2001	4	35-39	Soltera	Bachillerato	Primarios	Payés	Primarios	SL
7	H	1999	12	50-54	Divorciado	Licenciatura	FP	Industrial	Primarios	Modista
8	M	2003	8	40-44	Casada	Bachillerato	Primarios	Pintor	Primarios	SL
9	M	2003	10	25-29	Casada	Licenciatura	Bachillerato	Empresario	Bachillerato	Casa rural
10	M	2001	14	45-49	Divorciada	Primarios	Licenciatura	Diseño gráfico	Primarios	Maestra
11	H	2001	10	35-39	Casado	Licenciatura	Secundaria	Operario	Diplomatura	Ama de casa
12	M	2003	6	50-54	Casada	FP II	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
13	M	2002	6	60 y más	Casada	Bachillerato	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
14	M	2000	15	45-49	Casada	Primarios	Primarios	Payés	Primarios	Modista
15	H	2003	15	45-49	Casado	Bachillerato	Sin estudios	Payés	Sin estudios	Ama de casa
16	H	1999	13	Menos de 25	Soltero	Licenciatura	Primarios	Payés	FP II	Funcionaria
17	M	1999	5	45-49	Soltera	Licenciatura	Sin estudios	Payés	Sin estudios	Payesa Estudios de Bachillerato
18	H	1997	17	50-54	Casado	Licenciatura	Licenciatura	Médico	Primarios	SL
19-20-21	H	1987	9	35-39	Soltero	Licenciatura	Licenciatura	Ing. Agrónomo	Primarios	SL
22	H	2002	15	50-54	Casado	Licenciatura	Primarios	Operario	Primarios	SL
23	M	1997	8	40-44	Casada	Secundarios	Primarios	Paleta	Primarios	SL
24	H	1999	10	45-49	Soltero	FP II	Primarios	Electricista	Primarios	Ama de casa
25	H	1992	10	50-54	Soltero	Primarios	Sin estudios	Minero	Sin estudios	Ama de casa
26	M	2003	12	50-54	Casada	Diplomatura	Primarios	Comercial	Primarios	Ama de casa
27	H	2002	6	45-49	Viudo	Primarios	Primarios	Lampista	Primarios	Ama de casa
28	M	1999	10	30-34	Casada	Bachillerato	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
29-30-31	H	1999	4	55-59	Casada	Bachillerato	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
32	H	2003	8	45-49	Casado	Licenciatura	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
33	M	2001	8	60 y más	Casada	Secundarios	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
34	M	2001	15	45-49	Divorciada	Primarios	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
35	H	1999	6	45-49	Casado	Diplomatura	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
36	H	2003	15	45-49	Casado	Bachillerato	Primarios	paleta	Primarios	SL
37-38-39	H	2000	4	50-54	Casado	Bachillerato	Primarios	paleta	Primarios	SL
40	M	2000	5	25-29	Soltera	FP II	Bachillerato	Payés	Primarios	Payesa
41	H	2003	12	45-49	Casado	Licenciatura	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
42	M	1996	8	55-59	Casada	Primarios	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
43-44-45	M	2000	4	60-y más	Casada	Bachillerato	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
46	M	1990	15	60 y más	Viuda	FP I	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
47	M	1994	5	45-49	Casada	FP I	Primarios	Transportista	Primarios	Ama de casa

48	H	2001	4	45-49	Casado	Bachillerato	Primarios	Constructor de ladrillos	Primarios	Ama de casa
49	M	1997	10	25-29	Casada	Primarios	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
50	M	2000	15	40-44	Casada	Primarios	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
51	H	1996	11	60- y más	Soltero	Primarios	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
52	H	2000	11	55-59	Casado	Licenciatura	Primarios	Sastre	Primarios	Ama de casa
53	M	1999	10	60 y más	Casada	Primarios	Primarios	Payés	Primarios	Ama de casa
54	M	1994	9	45-49	Casado	Diplomatura	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
55	H	2003	4	50-54	Casado	FPI	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
56	M	2002	4	35-39	Casado	Diplomatura	Primarios	Payés	Primarios	Payesa
57	M	1997	7	40-44	Casada	Bachillerato	Primarios	Payés	Primarios	SL

Fuente: Elaboración propia