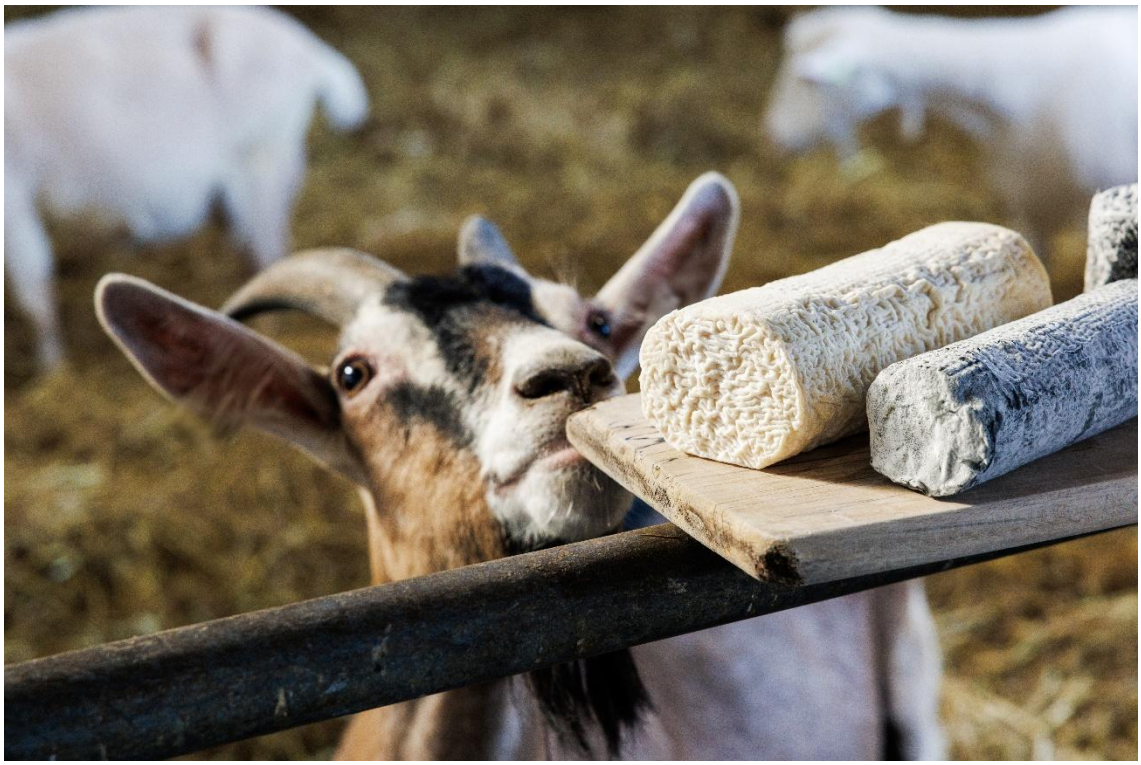
Funded by the European Union

#AGRI&TOUR - Boosting Agritourism with Youth Power

ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL AGROTURISMO



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI · UNIVERSIDAD DE ALMERÍA · TUS · COAG Jaén · Associazione Sviluppo Rurale

Índice

ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL AGROTURISMO EN RUMANÍA 4
Introducción 5
Análisis de la demanda 6
Perfil sociodemográfico del turista 7
Motivaciones y expectativas 8
Comportamiento de consumo y gasto 10
Niveles de satisfacción y fidelidad 12
Análisis de la oferta 13
Tipos de explotaciones agrícolas y servicios 13
Capacidad, precios y estacionalidad 14
Canales de comercialización 19
Nivel de profesionalización y digitalización 19
Análisis del entorno y del mercado 20
Factores políticos 21
Factores económicos 22
Factores sociales 23
Factores tecnológicos 24
Factores ecológicos 24
Factores legales 25
Análisis de la competencia 25
Barreras de entrada y oportunidades 26
Sostenibilidad e impacto 26
Impacto económico local 27
Impacto social y cultural 29
Impacto medioambiental 30
Alineación con las políticas de desarrollo rural 31
Tendencias y escenarios futuros 32
Innovación en el agroturismo 32
Nuevos segmentos de demanda 33
Conclusiones y recomendaciones 35
Resumen de los resultados 35
Recomendaciones estratégicas 36
Diseño de programas de apoyo al agroturismo 38

Referencias 40

Funded by the European Union

ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL AGROTURISMO EN RUMANÍA

Introducción

El turismo rural y el agroturismo ocupan un lugar destacado y en auge dentro del panorama turístico europeo y mundial. A medida que se acelera la urbanización y la experiencia vivida de la vida agrícola se desvanece de la memoria de la población urbana, el mundo rural adquiere un nuevo valor como espacio de descanso, reconexión cultural y experiencia auténtica. Rumanía, con su extraordinaria combinación de paisajes naturales, tradiciones populares vivas, un patrimonio agrícola diverso y comunidades rurales relativamente bien conservadas, cuenta con unas condiciones excepcionales para desarrollar un sector agroturístico competitivo. Sin embargo, la brecha entre este potencial natural y el rendimiento comercial actual del sector sigue siendo considerable, y comprender esta brecha es el principal reto analítico que aborda este informe.

El agroturismo en Rumanía no es un fenómeno reciente. El alojamiento informal en hogares de los pueblos se practica desde el periodo de entreguerras, cuando los residentes urbanos de Bucarest y otras grandes ciudades comenzaron a viajar a destinos de montaña y rurales para recuperarse durante el verano. La formalización de esta práctica en una categoría turística reconocida se aceleró a partir de 1990, respaldada por sucesivos programas europeos de financiación para el desarrollo rural y por un marco institucional que ha definido, clasificado y regulado progresivamente las casas de huéspedes de agroturismo como un tipo de alojamiento diferenciado. En la actualidad, el sector del agroturismo de Rumanía cuenta con más de 3.600 casas rurales registradas, más de 61.000 plazas de alojamiento, y genera históricamente más de un millón de llegadas de turistas al año, lo que lo convierte en la categoría de alojamiento más importante de las estadísticas turísticas nacionales por número de unidades.

El objetivo de este informe de investigación de mercado es ofrecer un análisis sistemático y basado en datos empíricos del sector del agroturismo rumano tal y como se presenta en 2025-2026, basándose en datos estadísticos nacionales, bibliografía académica revisada por pares, estudios sectoriales y documentos de política. El informe examina la dinámica de la oferta y la demanda, el contexto macroambiental, la sostenibilidad y el impacto socioeconómico del sector, así como las tendencias y los escenarios que definirán su trayectoria durante la próxima década. Sobre la base de este análisis, formula recomendaciones estratégicas concretas para los operadores, las asociaciones del sector y las autoridades públicas con el objetivo de reforzar la competitividad, la inclusividad y la resiliencia a largo plazo del agroturismo rumano.

En Rumanía, desde la perspectiva de la tipología de los establecimientos de alojamiento turístico, la unidad específica para las zonas rurales es la **casa rural**. Su clasificación se realiza mediante margaritas (de 1 a 5 margaritas), pero para facilitar la comparación entre países, utilizaremos el sistema de clasificación por estrellas (1–5*). La legislación nacional define la **casa de huéspedes de agroturismo** como «*una estructura de alojamiento turístico con una capacidad de hasta 8 habitaciones, que opera en viviendas particulares o en un edificio independiente, y que ofrece a los turistas alojamiento en espacios especialmente acondicionados, instalaciones para la preparación y el servicio de comidas, así como la posibilidad de participar en actividades domésticas o artesanales*».

Además, en las casas de huéspedes de agroturismo se ofrecen a los turistas comidas elaboradas principalmente con productos naturales procedentes de la propia explotación de los anfitriones (incluidos los productos pesqueros) o de productores o pescadores locales autorizados. Los anfitriones son directamente responsables de dar la bienvenida a los turistas y de organizar sus actividades durante toda su estancia en la casa de huéspedes, y acompañan a los turistas que participan en actividades tradicionales, domésticas o artesanales.

Desde el punto de vista de las actividades de ocio, las casas de huéspedes de agroturismo llevan a cabo al menos una actividad relacionada con la agricultura, la piscicultura, el turismo pesquero, la recolección de juncos, la cría de animales, el cultivo de diversos tipos de plantas, los huertos frutales o las actividades artesanales que impliquen un taller donde se elaboren diversos productos artesanales. Dentro del territorio de la Reserva de la Biosfera del Delta del Danub , las actividades tradicionales incluyen, entre otras, excursiones en barco por los lagos y canales del Delta del Danub , la pesca tradicional (colocación de artes de pesca y captura de peces) o la pesca recreativa. Estas actividades deben realizarse de forma continua o de acuerdo con su naturaleza específica y su estacionalidad, y deben tener un carácter repetitivo. (Orden n.º 65, 2013)

Más de la mitad de las 3.668 explotaciones agroturísticas del país se concentran en tan solo un puñado de condados (Brașov, Maramureș, Suceava, Tulcea, Harghita, Cluj y Bihor). Esto genera una hipercompetencia en estas zonas, lo que deja a toda la periferia de las llanuras del sur y el este de Rumanía completamente desconectada de los ingresos del turismo rural.

Análisis de la demanda

Para comprender el lado de la demanda del agroturismo en Rumanía es necesario combinar el análisis de datos estadísticos oficiales, investigaciones académicas y estudios sectoriales. Si bien las estadísticas nacionales de turismo proporcionan referencias cuantitativas sobre llegadas, pernoctaciones y tasas de ocupación, los estudios revisados por pares y las encuestas sectoriales ofrecen información esencial sobre las dimensiones cualitativas del comportamiento de los turistas: quién visita, por qué, cuánto gasta y si vuelve. En conjunto, estas fuentes ayudan a construir un perfil exhaustivo del agroturista rumano y a identificar las principales características que configuran la demanda en el sector (Oltean y Gabor, 2022; Popescu et al., 2023) .

El agroturismo representa un pilar fundamental del turismo rumano, ya que atrae de forma constante a más de 1,1 millones de visitantes al año y supone aproximadamente el 10 % del total de llegadas turísticas registradas. Sin embargo, datos estadísticos recientes revelan una creciente vulnerabilidad estructural dentro del sector. En 2025, mientras que el turismo rumano en su conjunto experimentó un descenso moderado del 2,1 % en comparación con el año anterior, el agroturismo registró una contracción significativamente más acusada, del 10,9 %, con una pérdida de casi 145 000 turistas en un solo año. El número total de llegadas a los establecimientos de agroturismo alcanzó los 1,09 millones de turistas en 2025, lo que generó aproximadamente 2,1 millones de pernoctaciones y una duración media de la estancia (DME) de 1,92 noches. La concentración estacional es igualmente pronunciada: agosto registró el pico de DMA, con 2,05 noches, seguido de cerca por julio, con 2,03 noches, lo que confirma que la demanda de agroturismo en Rumanía sigue matemáticamente encasillada en un patrón rígido de escapadas de fin de semana y vacaciones de verano.

Los datos estadísticos anuales confirman que el agroturismo depende en gran medida de que las familias nacionales de ingresos medios se permitan unas segundas vacaciones opcionales. Cuando la inflación y las presiones económicas redujeron el poder adquisitivo de los consumidores en 2025, los turistas tendieron a preservar sus vacaciones principales —estancias más largas en balnearios o en la costa, lo que mantuvo estable la DMA nacional en 2,1 noches— mientras que eliminaron por completo los viajes rurales de fin de semana opcionales y de corta

estancia que constituyen la columna vertebral de la demanda de agroturismo. La fragilidad estructural de esta dependencia queda aún más patente por la limitada internacionalización del sector: en 2025, los turistas extranjeros representaban solo el 6,4 % de la demanda de agroturismo, frente al 18,4 % del turismo rumano en su conjunto. No obstante, los visitantes extranjeros siguen teniendo una relevancia económica considerable, ya que se concentran de forma desproporcionada en las categorías de alojamiento de alta gama y muestran una preferencia especial por los establecimientos de 4 y 5 margaritas en destinos reconocidos internacionalmente, como Maramureș, Bucovina y el delta del Danubio. Cabe destacar que, incluso durante la crisis que afectó a todo el sector en 2025, los establecimientos de alta gama de 5 margaritas crecieron, y las llegadas de turistas extranjeros a estos alojamientos aumentaron un 51,7 % (de 2.614 a 3.967), lo que pone de relieve la resiliencia y el potencial de crecimiento del segmento internacional de alta gama.

Perfil sociodemográfico del turista

El mercado rumano del agroturismo está dominado de forma abrumadora por los turistas nacionales. Los datos del Instituto Nacional de Estadística (INS) confirman que los turistas nacionales representan de forma constante más del 93 % de todas las llegadas a las casas de huéspedes agroturísticas a lo largo del período 2021-2025, una proporción sustancialmente superior a la media nacional para todos los tipos de alojamiento, donde los huéspedes nacionales representaron aproximadamente el 81,6 % de las llegadas en 2025. Esta marcada orientación hacia el mercado nacional refleja tanto la proximidad cultural de los residentes urbanos rumanos a las tradiciones rurales como el relativo subdesarrollo de la comercialización internacional de este segmento (Nistoreanu et al., 2003) .

Las investigaciones realizadas en los principales destinos de agroturismo —la zona de Moeciu-Bran, en el condado de Brașov; el corredor de Bucovina (Suceava); la región de Maramureș y las montañas de Apuseni— revelan un perfil sociodemográfico relativamente homogéneo. El agroturista típico es un residente urbano de entre 30 y 55 años que viaja en pareja o en familia con niños. La mayoría de los visitantes proceden de los grandes núcleos urbanos de Rumanía —Bucarest, Cluj-Napoca, Iași, Brașov y Timișoara— y, por lo general, presentan un nivel educativo medio-alto y unos ingresos medios o medio-altos (Ciolac et al., 2019; Dorobantu y Nistoreanu, 2012) . Esto concuerda con el modelo de turismo de proximidad documentado para otros destinos rurales de Europa Central y del Este: la mayoría de las visitas son escapadas de corto radio desde las áreas metropolitanas, que normalmente no superan los 200 kilómetros desde el lugar de residencia.

Las familias con niños representan el segmento turístico más numeroso del agroturismo rumano. Para muchos hogares urbanos, el turismo rural ofrece la oportunidad de volver a conectar a los niños con la naturaleza, los estilos de vida tradicionales y las prácticas agrícolas que cada vez están más ausentes de los entornos urbanos, lo que refleja una inquietud cultural más amplia sobre la desconexión de los niños de la producción alimentaria y el patrimonio agrícola (Chivu y Stanciu, 2024a; Ciolac et al., 2019) . Las parejas que viajan sin hijos, especialmente las mayores de 40 años, constituyen el segundo segmento más numeroso y se ven motivadas principalmente por el descanso, la gastronomía y el disfrute del paisaje. En los últimos años, los profesionales urbanos más jóvenes, de entre 25 y 35 años, también se han

convertido en un segmento cada vez más visible, que utiliza las casas de huéspedes de agroturismo como alternativas asequibles y auténticas para estancias cortas frente al alojamiento hotelero convencional (Poruțiu et al., 2024) .

Se observan diferencias importantes en el comportamiento turístico entre los distintos grupos demográficos. Los visitantes más jóvenes suelen estar más interesados en el turismo de aventura, las actividades experienciales y los destinos visualmente llamativos, adecuados para compartir en las redes sociales. Los turistas de más edad, por el contrario, muestran una mayor preferencia por el patrimonio cultural, la autenticidad y las experiencias rurales tradicionales — una tendencia especialmente visible en regiones de gran riqueza etnográfica como Maramureș y Bucovina, donde la conservación de las tradiciones agrícolas precomunistas, la arquitectura de madera, los trajes típicos y la producción textil artesanal constituyen un principal atractivo (Dorobantu y Nistoreanu, 2012; Stanciu et al., 2024) . En la bibliografía también se han identificado diferencias relacionadas con el género, ya que las mujeres suelen mostrar una mayor sensibilidad hacia la calidad del alojamiento, la gastronomía y los estándares de limpieza (Dobre et al., 2024) .

El origen geográfico de los turistas crea una clara jerarquía territorial de la demanda. Bucarest y el área metropolitana de Ilfov generan el mayor número absoluto de visitantes de agroturismo, debido a la combinación del tamaño de la población, el poder adquisitivo y la proximidad a las estribaciones de los Cárpatos. Cluj-Napoca ejerce una atracción igualmente fuerte hacia Maramureș y las montañas de Apuseni . Entre los agroturistas extranjeros, la demanda se concentra de forma desproporcionada en el segmento de lujo y en destinos con una identidad cultural o ecológica reconocida internacionalmente. Los mercados emisores más representados son Alemania, Francia, los Países Bajos, Israel y el Reino Unido, lo que refleja tanto afinidades culturales directas como patrones de viaje relacionados con la diáspora (Nistoreanu et al., 2003; Oltean y Gabor, 2022) .

Motivaciones y expectativas

La estructura motivacional de los agroturistas rumanos ha sido objeto de un creciente número de investigaciones desde principios de la década de 2000, cuando el sector surgió por primera vez como un objeto de estudio académico diferenciado. A lo largo de múltiples investigaciones empíricas, surge un conjunto coherente de motivaciones: el deseo de escapar del estrés urbano y reconectar con la naturaleza, la búsqueda de comida tradicional auténtica y gastronomía rural, el deseo de conocer el patrimonio cultural y las costumbres locales, y un interés específico por mostrar a los niños el modo de vida agrícola (Nistoreanu et al., 2003; Galluzzo, 2020; Stanciu et al., 2023) . Estas motivaciones están estrechamente relacionadas entre sí y reflejan una nostalgia urbana posindustrial más amplia por un pasado rural que muchos habitantes de las ciudades rumanas aún conservan en su memoria viva a través de sus abuelos o de las visitas a la campiña durante su infancia. La demanda de agroturismo rumano se alinea, por tanto, estrechamente con las tendencias europeas más amplias asociadas al turismo lento, el turismo experiencial y los viajes orientados a la sostenibilidad (Popescu et al., 2023; Velea et al., 2024) .

Una investigación de (Adamov et al., 2020) , basada en encuestas a turistas rurales de múltiples regiones rumanas, demostró que la «desconexión de la rutina urbana» y el «contacto con la naturaleza» son las principales motivaciones, mientras que «degustar la comida tradicional» y

«participar en las tradiciones locales» ocupaban el segundo y tercer lugar, respectivamente. La comida tradicional elaborada con ingredientes de origen local se perfila sistemáticamente como uno de los componentes más apreciados de la experiencia de agroturismo: en muchos casos, los turistas consideran que las comidas caseras y la interacción directa con las tradiciones culinarias locales son más memorables que el propio alojamiento (Popescu, 2016) . Los productos procedentes directamente del hogar de los anfitriones —como el queso, la miel, las conservas, las carnes ahumadas y las bebidas caseras— contribuyen de manera significativa a la autenticidad de la experiencia y refuerzan el vínculo entre el turismo y la producción agrícola local (Bondac et al., 2025) . Esto sitúa la demanda de agroturismo rumano firmemente dentro del paradigma del turismo experiencial y del turismo lento, con una característica local distintiva: la relación personal entre el visitante y el anfitrión sigue siendo un factor diferenciador fundamental, algo difícil de replicar a través de modelos de alojamiento rural más estandarizados.

Otra dimensión motivacional importante es la búsqueda de la autenticidad y el patrimonio cultural. Los visitantes están cada vez más interesados en conocer la arquitectura tradicional, las costumbres locales, la artesanía, las tradiciones populares y los estilos de vida rurales, que se perciben como cada vez más escasos en la sociedad urbana contemporánea (Bacter et al., 2025) . Esta tendencia es especialmente visible en Maramureș, Bucovina y las montañas de Apuseni, donde los productos turísticos están estrechamente vinculados a la identidad regional y al patrimonio etnográfico (Dorobantu y Nistoreanu, 2012) .

Se observa una segmentación significativa de las motivaciones en función de la edad y el nivel socioeconómico. Los visitantes urbanos más jóvenes —el grupo de edad de 25 a 40 años— mencionan cada vez más la «autenticidad» y la «singularidad de la experiencia» como principales motivaciones, lo que refleja la influencia de un comportamiento turístico impulsado por las redes sociales, en el que los destinos de agroturismo compiten por llamar la atención a través de una distintividad visual y de contenidos que se pueden compartir. Este grupo también tiende a dar prioridad a las actividades de aventura, los talleres experienciales, el enoturismo y las experiencias de apiturismo (Antonie, 2024; Gurgu y Fîntîneru, 2025) . Los segmentos de visitantes de más edad (mayores de 50 años) muestran una mayor afinidad con motivaciones basadas en el patrimonio y la memoria, y prefieren la conexión emocional, la continuidad cultural y la relajación frente a las actividades organizadas. Esta segmentación interna de las motivaciones tiene implicaciones directas para el diseño de productos: una única experiencia de agroturismo no satisface por igual a todo el mercado, y los operadores de éxito tienden a orientar su oferta en torno a un grupo específico de motivaciones, en lugar de intentar atraer a todo el mundo.

En cuanto a las expectativas previas, los agroturistas rumanos valoran sistemáticamente por encima de todo la calidad y la autenticidad de la oferta gastronómica, la hospitalidad personalizada de la familia anfitriona, el entorno natural y la limpieza y el confort del alojamiento. La interacción personal con los anfitriones desempeña un papel especialmente importante a la hora de configurar las expectativas y la satisfacción general de los visitantes (Campón-Cerro et al., 2017) . Al mismo tiempo, los turistas esperan cada vez más unos estándares de servicio más elevados, una comunicación digital fiable y una representación online precisa de las instalaciones de alojamiento. Investigaciones recientes muestran que el 70 % de los turistas rumanos utiliza herramientas digitales a la hora de planificar viajes rurales, y

que la visibilidad online influye directamente en la elección del destino. Sin embargo, los proveedores de turismo rural han implementado la tecnología digital solo de forma limitada, lo que crea una brecha entre las expectativas de los turistas y los servicios disponibles (Istoc, 2025) . Las reseñas digitales en plataformas como Booking.com, TripAdvisor y sitios web nacionales especializados indican que las discrepancias entre las fotografías anunciadas y las condiciones reales se encuentran entre las fuentes más citadas de insatisfacción de los visitantes, lo que subraya la importancia de una representación digital precisa y honesta para los operadores de casas rurales. Las expectativas respecto a las actividades organizadas —visitas a granjas, talleres de artesanía, paseos a caballo, rutas de senderismo guiadas— están presentes, pero son secundarias para la mayoría de los visitantes, lo que refleja que el modelo de agroturismo rumano sigue centrándose predominantemente en el alojamiento y la comida, en comparación con los modelos de Europa Occidental, más orientados a las actividades.

Comportamiento de consumo y gasto

El patrón de consumo de los agroturistas en Rumanía se caracteriza por estancias cortas concentradas en los fines de semana y durante los días festivos, con una presencia limitada entre semana que constituye una de las principales debilidades estructurales del sector. Como se ha señalado anteriormente, la duración media de la estancia en las casas rurales de agroturismo se situó en 1,92 noches en 2025, ligeramente por debajo del valor de 2024 y notablemente inferior a la media nacional de alojamiento. Este patrón de escapadas de fin de semana —que se caracteriza por llegar el viernes por la tarde y partir el domingo por la tarde— se ha documentado de forma sistemática desde los primeros estudios de Nistoreanu (2003) y permanece prácticamente inalterado dos décadas después, lo que indica que el agroturismo en Rumanía funciona principalmente como una vía de escape breve de la rutina urbana, más que como un destino vacacional principal.

Los precios del alojamiento y el gasto turístico en el agroturismo rumano vienen determinados por una combinación de la clasificación de los alojamientos, los servicios disponibles y las expectativas generales de valor y autenticidad. Investigaciones recientes que emplean modelos de precios hedónicos y encuestas a gran escala confirman que las clasificaciones más altas de los alojamientos —a menudo indicadas por el sistema de «margaritas»— se correlacionan directamente con un aumento de las tarifas por noche, lo que refleja unos estándares de servicio mejorados, unas instalaciones superiores y una mayor capacidad de acogida. Por ejemplo, (Gordan et al., 2024) analizó datos de más de 5.000 unidades de alojamiento y demostró que los establecimientos con mayor capacidad, servicios de lujo como piscinas y saunas, y proximidad a atracciones naturales alcanzan precios significativamente más altos, llegando en ocasiones a casi duplicar las tarifas en comparación con las casas de huéspedes básicas. (Gordan et al., 2023) presenta conclusiones similares, al constatar que las comodidades de lujo y las ubicaciones rurales y menos densamente pobladas incrementan considerablemente el precio del alojamiento, especialmente en zonas con un alto valor natural.

El propio sistema de clasificación de las pensiones se destaca como un factor determinante clave de los precios, ya que los niveles más altos de «margaritas» reflejan un servicio más completo y justifican tarifas más elevadas (Cretu et al., 2015) . En la práctica, las pensiones situadas en el extremo inferior del espectro de clasificación (2-3 margaritas) ofrecen experiencias básicas pero

auténticas que atraen a turistas sensibles al precio, mientras que los establecimientos de 4-5 margaritas proporcionan un mayor confort y una gama más amplia de servicios, lo que resulta atractivo para los visitantes dispuestos a pagar un sobreprecio (Dobre et al., 2024; Stanciu et al., 2024) . Los turistas de entre 31 y 50 años, en particular, prestan especial atención a la relación calidad-precio y se ven influidos por la autenticidad y las comodidades asociadas a cada nivel de margarita (Dobre et al., 2024) .

La sensibilidad al precio sigue siendo un factor crítico para las generaciones más jóvenes; en particular, los viajeros de la Generación Z dan prioridad a la relación calidad-precio y buscan activamente alojamientos que combinen experiencias rurales únicas con precios asequibles (Porutiu et al., 2021; Tanase et al., 2023) . La importancia del precio queda aún más patente en destinos de montaña como los condados de Sibiu y Bihor, donde una percepción positiva de la relación calidad-precio influye directamente en la repetición de visitas y la fidelidad al destino (Herman et al., 2021; Stanciu et al., 2024) . Aunque las cifras concretas de gasto por noche pueden variar según la región y la temporada, se observa de forma sistemática que los huéspedes están dispuestos a pagar bastante más a cambio de mayor comodidad, lujo y autenticidad. La bibliografía especializada demuestra que la diferenciación actual en los precios, basada en la clasificación de los alojamientos rurales y sus servicios, no solo refleja las realidades del mercado, sino que también se ajusta a las expectativas cambiantes de los turistas, que buscan experiencias de turismo rural personalizadas y de alta calidad en Rumanía. En comparación con los destinos de agroturismo de Europa Occidental, los niveles de gasto en Rumanía siguen siendo relativamente moderados, lo que refleja tanto el nivel de precios generalmente más bajo de la economía rural rumana como la sensibilidad al precio de la base de visitantes, predominantemente nacional y de ingresos medios (Poruțiu et al., 2024) .

En cuanto a la estructura del gasto en el destino, el alojamiento y los servicios de restauración representan la mayor parte del gasto turístico, lo que suele suponer aproximadamente entre el 60 % y el 70 % del gasto total durante la estancia. Las compras de productos locales —incluidos alimentos artesanales, artesanía tradicional y productos directamente de la granja, como queso, miel, conservas y embutidos ahumados— absorben entre un 15 % y un 20 % adicional del gasto total de los visitantes, mientras que el gasto en actividades y excursiones de pago sigue siendo bajo, por lo general por debajo del 10 % del total (Morariu (Rusu) et al., 2025; Stanciu et al., 2025) . Esta estructura de gasto sitúa a los productos alimenticios locales como el segundo beneficiario económico más importante de la actividad agroturística, después del propio proveedor de alojamiento, y subraya el potencial del agroturismo para actuar como motor de las cadenas cortas de suministro alimentario y de los circuitos comerciales directos entre productores y consumidores. Los estudios más recientes sobre el agroturismo rumano confirman que la mayor parte de los alimentos que se sirven en las casas de huéspedes proceden bien de la propia explotación de la casa de huéspedes, bien de productores locales de la misma comuna, especialmente en las regiones de montaña, lo que genera beneficios económicos directos y apoya las cadenas de suministro locales (Morariu (Rusu) et al., 2025; Stanciu et al., 2025) . La expansión de los Puntos Gastronómicos Locales ha institucionalizado aún más esta práctica, ya que estos establecimientos dependen casi por completo de ingredientes de origen local, lo que amplifica el efecto multiplicador económico local (Chivu y Stanciu, 2024b) . Estas prácticas de abastecimiento alimentario « » no solo preservan el patrimonio culinario y la

autenticidad, sino que también estimulan las economías rurales y fomentan el desarrollo sostenible (Dobre et al., 2022) .

Niveles de satisfacción y fidelidad

Los estudios empíricos confirman que la satisfacción de los visitantes en el agroturismo rumano es, en general, elevada, y los datos de las encuestas realizadas tras la visita registran sistemáticamente puntuaciones superiores a 4,0 en escalas de Likert de 5 puntos (Bacter et al., 2025; Dobre et al., 2024) . Los principales factores que impulsan esta satisfacción son la calidad de la gastronomía tradicional, la calidez de la hospitalidad de los anfitriones y el entorno natural, aspectos que reciben las puntuaciones más altas por parte de los huéspedes (Dobre et al., 2024; Popescu et al., 2023) . Además, el sector muestra una fuerte fidelidad conductual: las visitas repetidas y las recomendaciones de los huéspedes son habituales, especialmente en destinos percibidos como auténticos y hospitalarios (Bacter et al., 2025) . Estos hallazgos sitúan al agroturismo entre los segmentos líderes en satisfacción y fidelidad de los visitantes dentro del turismo rumano (Popescu et al., 2023) . Estudios recientes sobre agroturismo, tanto internacionales como rumanos, identifican de forma sistemática la autenticidad y la interacción humana directa como los principales factores que impulsan la satisfacción de los visitantes en este segmento (Bacter et al., 2025; Choe y Kim, 2018) . Las comidas tradicionales elaboradas con ingredientes locales suelen destacarse como el elemento más memorable de la experiencia turística, mientras que el entorno natural y la autenticidad cultural —especialmente allí donde se conservan la arquitectura y las costumbres tradicionales— contribuyen de manera sustancial a las valoraciones positivas de los visitantes (Choe y Kim, 2018; Dobre et al., 2025) .

Los estudios basados en encuestas realizados en destinos rurales y de montaña demuestran que una proporción significativa de los huéspedes son visitantes habituales, con tasas de fidelidad que suelen superar el 50 % y una intención de recomendar que a menudo supera el 80 %, especialmente en regiones conocidas por sus experiencias auténticas y sus sólidas relaciones entre anfitriones y huéspedes (Bacter et al., 2025; Popescu et al., 2023) . Estos estudios también señalan que las recomendaciones personales y el boca a boca son los principales canales de captación de clientes para las pequeñas casas de huéspedes de gestión familiar, que suelen invertir muy poco en marketing digital (Tanase et al., 2023) .

Estos hallazgos subrayan la importancia estratégica de la satisfacción de los huéspedes, la hospitalidad basada en las relaciones y la reputación local para la sostenibilidad empresarial en el agroturismo rumano (Bacter et al., 2025; Popescu et al., 2023) .

A pesar de los altos niveles de satisfacción en general, persisten varios retos. Las deficiencias en las infraestructuras, la escasa diversificación de las actividades, el exceso de afluencia en temporada alta y las irregularidades en la calidad del servicio pueden afectar negativamente a la experiencia de los visitantes (Bacter et al., 2025) . Las relaciones entre anfitriones y huéspedes en el agroturismo rumano se reconocen ampliamente como el mecanismo más poderoso para fomentar la fidelidad de los huéspedes y las visitas repetidas. Estudios en profundidad realizados en regiones como Maramures y Bucovina han demostrado que la interacción intensa y personal entre anfitriones e huéspedes —que a menudo incluye comidas compartidas, conversaciones informales y la participación en actividades domésticas— crea fuertes vínculos emocionales que superan la influencia de las infraestructuras o los servicios en la intención de volver a visitar el

lugar (Bacter et al., 2025; Popescu et al., 2023) . Las investigaciones empíricas demuestran que la comunicación auténtica, el compromiso emocional y el servicio personalizado son valorados sistemáticamente por los visitantes como los aspectos más memorables y apreciados de su estancia (Dobre et al., 2025) . En consecuencia, las inversiones en las habilidades comunicativas de los anfitriones y en la calidad de la experiencia de la estancia generan mayores beneficios en términos de fidelidad de los huéspedes que inversiones equivalentes en instalaciones o infraestructura (Bacter et al., 2025) . Este modelo relacional distingue al agroturismo rumano de sectores hoteleros más estandarizados y subraya la importancia estratégica de fomentar vínculos genuinos entre anfitriones y huéspedes para la sostenibilidad empresarial y la ventaja competitiva.

Observaciones finales

El mercado del agroturismo rumano está determinado por una compleja combinación de características sociodemográficas, factores motivacionales, patrones de gasto y experiencias relacionales. La demanda sigue siendo mayoritariamente nacional y depende en gran medida de los viajes de ocio de corta duración, mientras que la autenticidad, la gastronomía, la hospitalidad y los paisajes naturales constituyen los principales factores que impulsan la satisfacción de los turistas (Popescu et al., 2023) . Al mismo tiempo, el sector se enfrenta a importantes retos estructurales relacionados con la estacionalidad, la internacionalización limitada, las carencias en infraestructuras y la creciente competencia en los destinos maduros.

No obstante, el agroturismo rumano sigue poseyendo un importante potencial de desarrollo, especialmente mediante la integración de principios de sostenibilidad, la diversificación de las experiencias turísticas, la expansión de los canales de marketing digital, el fortalecimiento de la identidad cultural local y un giro deliberado hacia la captación del creciente segmento de visitantes internacionales que actualmente entran en Rumanía pero que pasan por alto por completo el medio rural (Gica et al., 2021; Gurgu y Fintineru, 2025) . Gestionar la tensión entre el crecimiento y la preservación de los valores de autenticidad que sustentan la demanda será uno de los principales retos de gestión para el agroturismo rumano en la próxima década.

Análisis de la oferta

La oferta de servicios de agroturismo en Rumanía se caracteriza por una amplia gama de explotaciones agrícolas, actividades rurales tradicionales y estructuras de alojamiento que reflejan el rico patrimonio cultural y natural del país. Este capítulo analiza los principales tipos de explotaciones y servicios, las características de la capacidad de alojamiento y la estacionalidad, así como el nivel de comercialización, profesionalización y digitalización dentro del sector del agroturismo rumano.

Tipos de explotaciones agrícolas y servicios

El agroturismo en Rumanía se basa principalmente en pequeñas explotaciones familiares en las que las actividades turísticas se combinan con la agricultura tradicional. Según la legislación rumana, las casas de huéspedes agroturísticas ofrecen alojamiento, comidas y la posibilidad de que los turistas participen en actividades agrícolas o artesanales (Orden n.º 65/2013).

Uno de los tipos más comunes de explotaciones agrícolas es la explotación mixta, que combina el cultivo de cosechas y la cría de animales. Estas explotaciones son habituales en regiones como Maramureș, Bucovina y Bran-Moieciu. Los turistas pueden participar en actividades como dar de comer a los animales, recoger huevos o preparar productos alimenticios tradicionales (Vasiu et al., 2021).

Las explotaciones ganaderas también son importantes para el agroturismo rumano, especialmente en zonas de montaña como los condados de Brașov y Sibiu. Estas explotaciones atraen a los visitantes gracias a las actividades tradicionales de pastoreo, los productos lácteos y la gastronomía local. Las catas de queso y las comidas tradicionales suelen incluirse en los servicios turísticos (Vasiu et al., 2021).

Las explotaciones vitivinícolas representan otro segmento en crecimiento. Regiones como Dealu Mare y Cotnari han desarrollado el enoturismo a través de visitas a viñedos, catas de vino y servicios de alojamiento. Este tipo de turismo atrae a visitantes interesados en la gastronomía y la cultura local (Ana, 2017).

Las explotaciones frutícolas y los huertos también contribuyen al desarrollo del agroturismo. En condados como Argeș y Bistrița-Năsăud, los turistas pueden participar en la recolección de fruta y en la elaboración tradicional de mermeladas o aguardiente. Estas actividades resultan especialmente atractivas para las familias y el turismo educativo (Toader y Mocuta, 2018).

En el delta del Danubio, el agroturismo está estrechamente vinculado a las actividades pesqueras. Las casas de huéspedes ofrecen servicios como excursiones en barco, observación de aves, pesca tradicional y comidas a base de pescado. Esto crea un producto turístico único en comparación con otras regiones rurales de Rumanía (Micula et al., 2023).

Además del alojamiento, la mayoría de las explotaciones de agroturismo ofrecen gastronomía tradicional basada en productos locales y caseros, como queso, miel, verduras y carne ahumada. También son habituales los servicios recreativos, como la equitación, el senderismo, los talleres de artesanía y la participación en festivales locales (Vasiu et al., 2021).

Las actividades educativas han cobrado cada vez más importancia en los últimos años. Muchas explotaciones organizan programas relacionados con la agricultura sostenible, la protección del medio ambiente y la producción alimentaria tradicional, especialmente dirigidos a niños y grupos escolares (Toader y Mocuta, 2018).

Capacidad, precios y estacionalidad

El número total de alojamientos en Rumanía creció considerablemente, pasando de 11 736 en 2021 a 14 325 en 2025 (un notable aumento del 22 %), mientras que los alojamientos agroturísticos registraron un crecimiento constante, pasando de 3 460 a 3 668 (+6 %), lo que provocó una pérdida de cuota de mercado del 29,5 % al 25,6 %. En cuanto al número de plazas de alojamiento, el agroturismo representa el 13,1 % (61 000 de un total de 464 000) del mercado rumano del alojamiento. El número medio de plazas por unidad es de 16,5, lo que equivale a entre 7 y 8 habitaciones, siendo 8 el máximo permitido por la legislación rumana. La distribución territorial de las unidades de alojamiento es desigual, con una concentración masiva de unidades de agroturismo en las regiones montañosas, accidentadas e históricamente culturales,

mientras que las llanuras del sur y algunas zonas del este presentan un desarrollo mínimo, como se puede observar en la figura 1. Los datos estadísticos muestran una distribución similar en cuanto al número de plazas.

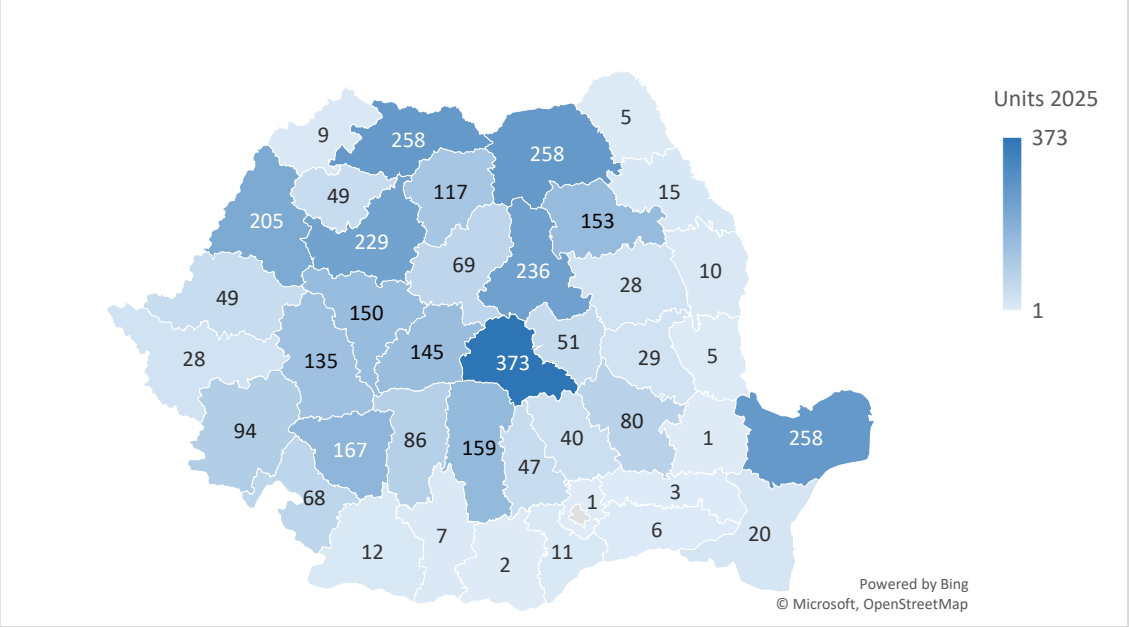


Figura 1. Distribución territorial de las unidades de alojamiento agroturístico

El punto más destacado: el condado **de Braşov** es la zona central de color azul oscuro con 373 unidades, la cifra más alta del país. Esto no es de extrañar, dados sus famosos centros de agroturismo (como Bran-Moeciu), su consolidado turismo alpino y su accesibilidad. Esta posición dominante está estrechamente vinculada a la reputación de larga data del condado como uno de los destinos turísticos más importantes de Rumanía. Zonas como Bran y Moieciu se han convertido en símbolos del agroturismo rumano gracias a su combinación de paisajes de montaña, pueblos tradicionales y redes de casas de huéspedes bien desarrolladas. El condado se beneficia de un perfil turístico diversificado que incluye el turismo rural, el turismo cultural, los deportes de invierno y el turismo de aventura. Su ubicación estratégica en el centro de Rumanía y su accesibilidad desde Bucarest y otras grandes ciudades contribuyen de manera significativa al crecimiento continuo de los flujos turísticos. La infraestructura turística está muy desarrollada e incluye modernos alojamientos, conexiones de transporte, estaciones de esquí e instalaciones de ocio que permiten desarrollar actividades turísticas durante todo el año. Durante el invierno, destinos como Poiana Braşov atraen a un gran número de turistas interesados en el esquí y las actividades de montaña, mientras que el turismo de verano se centra en el senderismo, el ciclismo y las experiencias rurales. El condado también se beneficia de la notoriedad internacional del castillo de Bran, frecuentemente asociado a la leyenda de Drácula, lo que aumenta la llegada de turistas extranjeros. Además, la conservación de la arquitectura tradicional y las costumbres locales en los pueblos de los alrededores contribuye a la autenticidad de la experiencia de agroturismo. La combinación equilibrada de Braşov de atractivos naturales, patrimonio cultural y servicios turísticos modernos explica por qué sigue siendo el condado líder en cuanto al desarrollo del alojamiento rural.

Los principales núcleos secundarios (con el mismo número de alojamientos: 258) son:

- **Maramureș** (norte): famoso por su arquitectura tradicional de madera y su patrimonio cultural conservado. **El condado de Maramureș** es ampliamente reconocido como una de las regiones etnográficas mejor conservadas de Rumanía, famosa por su arquitectura tradicional de madera y su auténtico estilo de vida rural. El condado es especialmente valorado por su capacidad para mantener costumbres, artesanía y tradiciones sociales centenarias que han desaparecido de muchas otras regiones. Los turistas se sienten atraídos por las emblemáticas iglesias de madera, varias de las cuales figuran en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO debido a su importancia histórica y arquitectónica. Los pueblos de Maramureș conservan una identidad visual distintiva caracterizada por puertas de madera tallada, casas tradicionales y artesanía local. El turismo rural en el condado se basa en gran medida en la autenticidad, ofreciendo a los visitantes una interacción directa con las comunidades locales y las prácticas agrícolas tradicionales. Los eventos culturales, las celebraciones religiosas y las fiestas folclóricas desempeñan un papel fundamental a la hora de atraer a turistas interesados en el turismo patrimonial y las tradiciones locales. Los paisajes montañosos y el entorno natural del condado también favorecen el ecoturismo, el senderismo y las actividades recreativas al aire libre. En muchos pueblos, las casas de huéspedes de agroturismo combinan la estética tradicional con el confort moderno, creando un equilibrio atractivo entre autenticidad y accesibilidad. Maramureș también se beneficia de un creciente reconocimiento internacional como destino de turismo cultural y sostenible. Además, el fuerte sentido de identidad regional y la preservación del patrimonio cultural inmaterial contribuyen de manera significativa al atractivo del condado dentro del sector del turismo rural de Rumanía.
- **Suceava** (noreste / Bucovina) – Famosa por sus monasterios pintados y la tradicional hospitalidad rural.

  El condado de Suceava es famoso por los monasterios pintados de Bucovina, que constituyen algunos de los monumentos culturales y religiosos más importantes de Rumanía. Estos monasterios gozan de reconocimiento internacional por sus frescos exteriores, sus colores vivos y su valor histórico, y atraen tanto a peregrinos como a turistas culturales durante todo el año. El condado ha desarrollado una sólida identidad turística basada en la interacción entre la espiritualidad, la tradición y la hospitalidad rural. Los alojamientos rurales suelen promover las costumbres de Bucovina, la gastronomía tradicional y los elementos decorativos artesanales que realzan la autenticidad de la experiencia del visitante. Además del turismo religioso, Suceava también se beneficia de su variado paisaje natural, que incluye bosques, colinas y zonas montañosas idóneas para el ecoturismo y las actividades al aire libre. El turismo en el condado se sustenta en un rico patrimonio etnográfico que se refleja en las fiestas locales, la música tradicional y la artesanía. Muchos pueblos conservan estilos arquitectónicos tradicionales y mantienen fuertes vínculos con las actividades agrícolas y ganaderas, lo que favorece aún más el desarrollo del agroturismo. El atractivo turístico del condado también se ve reforzado por su entorno rural relativamente tranquilo y la percepción de Bucovina como una región de autenticidad espiritual y cultural. Además, las inversiones en casas de huéspedes rurales y en infraestructuras turísticas han contribuido al crecimiento constante de la capacidad de alojamiento en los últimos años. Gracias a la combinación de patrimonio cultural, importancia religiosa y atractivos

naturales, Suceava se ha convertido en una de las regiones de turismo rural más representativas del noreste de Rumanía.

- **Tulcea** (sureste) – Hogar del delta del Danubio, que atrae a ecoturistas y ofrece un alojamiento rural único en el agua. **El condado de Tulcea** ocupa una posición única en el panorama turístico de Rumanía debido a la presencia del delta del Danubio, uno de los ecosistemas de humedales más grandes y mejor conservados de Europa. El delta es una Reserva de la Biosfera de la UNESCO y atrae a visitantes interesados en el ecoturismo, la biodiversidad y las experiencias de viaje sostenibles. La región goza de reconocimiento internacional por su excepcional variedad de especies de aves, ecosistemas acuáticos y paisajes naturales que no se encuentran en ningún otro lugar de Rumanía. Las actividades turísticas están estrechamente vinculadas al entorno natural e incluyen excursiones en barco, observación de aves, pesca deportiva, turismo fotográfico y experiencias de turismo «slow ». Los alojamientos rurales de Tulcea suelen adaptarse a las características específicas del delta, incorporando la arquitectura local, la cultura pesquera tradicional y la gastronomía basada en el pescado a la experiencia turística. Muchas casas de huéspedes hacen hincapié en la sostenibilidad y las prácticas ecológicas con el fin de preservar el frágil entorno natural que sustenta la economía turística local. El perfil turístico del condado difiere significativamente del de las regiones de turismo rural de montaña, ya que se centra principalmente en actividades acuáticas y en la exploración del medio ambiente. Tulcea también ha experimentado una creciente visibilidad internacional a medida que la demanda mundial de ecoturismo y viajes orientados a la naturaleza sigue expandiéndose. Además, el carácter multicultural de la región, influenciado por las comunidades rumanas, lipovanas, turcas y otras etnias, contribuye a la diversidad de las tradiciones locales y las experiencias culturales. La combinación de singularidad natural, valor ecológico y hospitalidad rural tradicional convierte a Tulcea en uno de los destinos de turismo rural más distintivos y atractivos a nivel internacional de Rumanía.

Se observa que las regiones que han logrado promocionar con éxito su identidad local a escala mundial y nacional —como Bucovina (Suceava), Maramureș, el delta del Danubio (Tulcea) y Bran (Brașov)— lideran claramente el mercado. Además, existe una correlación directa entre el terreno accidentado o montañoso y el éxito del agroturismo. Los condados llanos, dominados por llanuras, cuentan con sectores agroturísticos en declive o inexistentes.

Esto indica que tanto los turistas como los propietarios de inmuebles prefieren un segmento de confort intermedio que equilibre la asequibilidad con una calidad de servicio aceptable. El segmento de lujo (5*) sigue siendo poco frecuente en los entornos de turismo rural y se concentra principalmente en complejos turísticos de montaña y en zonas turísticas reconocidas internacionalmente.

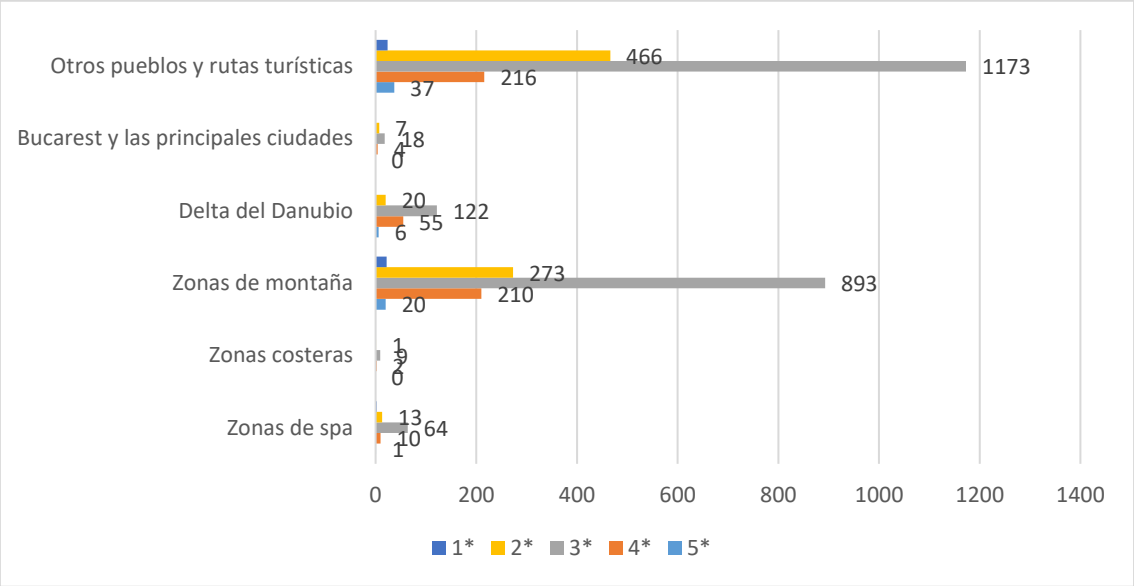


Figura 2. Distribución de los alojamientos agroturísticos por zona y por categoría de confort

En las zonas de montaña, las dos categorías (2 estrellas —273 alojamientos— y 4 estrellas —210 alojamientos—) están relativamente próximas entre sí. Esto pone de manifiesto una polarización del mercado: las montañas atraen tanto a viajeros con un presupuesto ajustado (senderistas, jóvenes del movimiento « ») como a clientes de lujo (retiros corporativos, familias que buscan servicios de alta gama). Por lo demás, la categoría de 3 estrellas domina ampliamente el paisaje alpino con un total de 893 alojamientos.

El delta del Danubio, una zona de ecoturismo única en la que la capacidad total es menor debido a las regulaciones geográficas y medioambientales (Reserva de la Biosfera), presenta una excelente proporción de alojamientos de 4 estrellas en relación con su tamaño total, lo que refleja una fuerte inversión en complejos pesqueros de lujo y alojamientos ecológicos.

La estacionalidad refleja el comportamiento clásico del turismo de masas y rural en Rumanía, caracterizado por un pico masivo en verano, una fuerte contracción en otoño y picos más modestos impulsados por las vacaciones de invierno. Los datos de 2025 muestran que agosto es el pico absoluto del año: registra 171 692 llegadas (2,7 veces más que las 63 831 llegadas de noviembre) y un récord de 351 650 pernoctaciones. Con 142 483 llegadas y 289 189 pernoctaciones, julio consolida el núcleo de la temporada alta.

Los precios medios en las casas rurales rumanas varían significativamente en función de la región, la categoría de confort y la temporada. En 2025, las casas rurales estándar de 3 estrellas cobraban generalmente entre 250 y 450 RON por noche por una habitación doble, mientras que los alojamientos rurales de lujo de 4 estrellas en Braşov o Tulcea superaban con frecuencia los 600-800 RON durante las temporadas altas de verano e invierno. Los alojamientos rurales de categoría inferior en las regiones periféricas seguían siendo considerablemente más baratos, a menudo por debajo de los 200 RON por noche.

En general, el sector del agroturismo rumano muestra una expansión moderada pero continua, caracterizada por una fuerte concentración territorial, una creciente diversificación de los estándares de alojamiento y una inversión cada vez mayor en experiencias de turismo rural de

alta gama. A pesar de las importantes disparidades regionales y la marcada estacionalidad, el agroturismo sigue siendo un instrumento importante para el desarrollo económico rural, la preservación cultural y la valorización de los recursos naturales y agrícolas locales.

Canales de comercialización

Los canales de comercialización son esenciales para el desarrollo del agroturismo en Rumanía, especialmente en el contexto de una digitalización cada vez mayor. La mayoría de las casas de huéspedes agroturísticas promocionan sus servicios a través de plataformas en línea, redes sociales y sitios web turísticos con el fin de atraer tanto a turistas nacionales como internacionales. Estudios recientes muestran que el marketing digital se ha convertido en una de las principales herramientas para mejorar la visibilidad de los destinos turísticos rumanos (Pricopoaia et al., 2024).

Las plataformas de reserva en línea, como Booking.com y Airbnb, se encuentran entre los canales de comercialización más utilizados por las empresas de agroturismo rumanas. Estas plataformas permiten a las casas rurales llegar a un público más amplio, gestionar las reservas de forma eficiente y beneficiarse de las opiniones y valoraciones de los clientes. La promoción digital cobra cada vez más importancia, ya que los turistas se basan en gran medida en la información en línea a la hora de elegir destinos rurales (Pascariu et al., 2024).

Las redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok se utilizan ampliamente para promocionar la gastronomía tradicional, la cultura local y las experiencias rurales. Las investigaciones sobre los destinos turísticos rumanos demuestran que la comunicación en Facebook y el contenido visual influyen significativamente en la participación de los turistas y en el atractivo del destino (Ivasciuc et al., 2024).

Además de los canales digitales, las ferias de turismo, los festivales locales y las colaboraciones con asociaciones turísticas siguen contribuyendo a la promoción del agroturismo. Organizaciones como ANTREC Romania contribuyen a la visibilidad nacional e internacional de los productos turísticos rurales rumanos.

A pesar de los avances en el marketing digital, muchas pequeñas empresas de agroturismo siguen enfrentándose a retos relacionados con la escasez de recursos financieros y la falta de competencias digitales. Según estudios recientes, Rumanía sigue registrando niveles más bajos de implementación del marketing digital en comparación con la media europea, especialmente entre las pequeñas empresas rurales (DAFE Digital, 2025).

Nivel de profesionalización y digitalización

El nivel de profesionalización y digitalización en el agroturismo rumano ha mejorado en los últimos años, debido principalmente a la creciente importancia de los servicios turísticos en línea y a los programas europeos de desarrollo rural. Sin embargo, siguen existiendo diferencias importantes entre las regiones turísticas desarrolladas y las zonas rurales menos competitivas.

La mayoría de las empresas de agroturismo en Rumanía son negocios familiares, en los que la gestión y la atención al cliente corren directamente a cargo de los propietarios. Estudios recientes realizados en Maramureș y Bucovina muestran que los turistas valoran mucho la

calidad de la acogida y la autenticidad cultural, pero muchas empresas siguen enfrentándose a problemas relacionados con la formación limitada del personal y las prácticas de gestión deficientes (Moldovan et al., 2025).

La profesionalización ha aumentado gracias a la participación en asociaciones turísticas, colaboraciones locales y proyectos financiados por la Unión Europea. Las investigaciones centradas en el condado de Iași destacan que el desarrollo sostenible del agroturismo depende de la mejora de la calidad del servicio, la cualificación del personal y la gestión estratégica del turismo (Dincu et al., 2025).

La digitalización se ha convertido en un factor clave que influye en la competitividad del turismo rural. La mayoría de las casas de huéspedes de agroturismo utilizan ahora sistemas de reserva en línea, promoción en redes sociales y herramientas de comunicación digital para interactuar con los turistas. Los estudios sobre el turismo rural rumano muestran que la narración digital, el marketing de influencers y las campañas en redes sociales desempeñan un papel cada vez más importante a la hora de atraer a turistas más jóvenes interesados en experiencias rurales auténticas (Ibric et al., 2025).

A pesar de estos avances, la implementación de tecnologías digitales avanzadas sigue siendo relativamente limitada. Muchas pequeñas empresas rurales siguen dependiendo de herramientas digitales básicas debido a restricciones financieras, a la falta de competencias digitales y a una infraestructura tecnológica limitada. Según investigaciones recientes, los operadores de turismo rural rumanos utilizan principalmente las redes sociales y las plataformas de reserva, mientras que los sitios web profesionales, los sistemas de pago en línea y las herramientas de gestión automatizadas son menos habituales (Istoc, 2025).

Las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, las experiencias virtuales y las aplicaciones de turismo inteligente, se están introduciendo gradualmente en el sector del agroturismo. Las investigaciones sobre el agroturismo sostenible y las tecnologías emergentes destacan que la innovación digital puede mejorar la experiencia de los clientes, aumentar la eficiencia operativa y contribuir al desarrollo rural sostenible (Stancioiu e Ionica, 2025).

En general, el agroturismo rumano se está profesionalizando y conectando digitalmente, pero el sector sigue necesitando inversiones en formación, infraestructuras y competencias digitales para seguir siendo competitivo en el mercado turístico europeo.

Análisis del entorno y del mercado

El agroturismo es una forma de turismo con profundas raíces en Rumanía, una práctica desorganizada desde el periodo de entreguerras, cuando el «alojamiento en casas particulares» de visitantes procedentes de zonas urbanas era una costumbre habitual en los pueblos rumanos. El agroturismo incluye actividades complementarias a las agrícolas (Marin, 2018), lo que contribuye al aumento de los ingresos mediante la valorización de los recursos naturales, culturales y sociales (Franzutti et al., 2019), así como a la conservación y promoción de las prácticas agrícolas tradicionales (Nistoreanu et al., 2020). En Rumanía, este tipo de turismo combina el alojamiento, la hospitalidad y experiencias específicas del entorno rural, como la participación en actividades agrícolas, el consumo de productos locales y el descubrimiento de

las tradiciones y costumbres de los pueblos. Esta combinación confiere al agroturismo un carácter auténtico, que lo distingue del turismo urbano o de masas y aumenta su atractivo entre las personas interesadas en la naturaleza, las tradiciones y la vida de la comunidad rural.
En un entorno caracterizado por cambios rápidos, con importantes repercusiones en el turismo a nivel mundial, el uso de herramientas de análisis científico no es una opción secundaria, sino una necesidad. El instrumento **PESTEL** permite identificar los factores políticos (P), económicos (E), sociales (S), tecnológicos (T), ecológicos (E) y legales (L), lo que ofrece una visión general de los elementos macroeconómicos externos que influyen directa o indirectamente en el sector del agroturismo en Rumanía, poniendo de relieve tanto los riesgos fundamentales como las oportunidades para su desarrollo.

Factores políticos

Los factores políticos desempeñan un papel clave en el desarrollo del agroturismo en Rumanía, ya que este sector depende en gran medida de las políticas públicas, la financiación europea y las estrategias de desarrollo rural. Un concepto de actualidad es la sostenibilidad, que contribuye a proteger los recursos naturales y culturales, a apoyar a las comunidades locales y a garantizar un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación del medio ambiente para las generaciones futuras. Por ello, las políticas públicas nacionales y europeas siguen esta línea. El ámbito del agroturismo no es una excepción.

A nivel europeo, la Estrategia de la UE para el Turismo Sostenible, adoptada por el Parlamento Europeo en 2021, destaca las nuevas tendencias en el turismo, generadas principalmente por la digitalización, e incorpora formas alternativas, entre ellas el agroturismo (UE, 2021).

A nivel nacional, los documentos más importantes son: la Estrategia de Desarrollo Sostenible de Rumanía para 2030 —en la que se ha establecido como objetivo estratégico el fomento del desarrollo continuo del agroturismo—; -, la Estrategia Nacional de Rumanía para el Desarrollo Turístico 2023-2035, cuyo objetivo es lograr un turismo competitivo a largo plazo mediante el desarrollo del agroturismo, el ecoturismo, el turismo rural, el turismo de balneario y el turismo cultural, así como mediante la mejora de la imagen de Rumanía como destino turístico; - el Plan Estratégico Nacional 2023-2027, que aprovecha los recursos naturales y humanos de las zonas rurales para apoyar actividades como el turismo rural y el agroturismo, la transformación de productos locales, la artesanía o el comercio electrónico.

Otro factor influyente es la inestabilidad política: los frecuentes cambios de gobierno en Rumanía suelen provocar cambios en las prioridades en materia de turismo. El riesgo de incumplimiento, junto con los frecuentes cambios en el paradigma político, puede generar riesgos importantes, sobre todo teniendo en cuenta que muchos operadores de « » dependen casi exclusivamente de financiación no reembolsable para cubrir los costes de modernización y desarrollo.

También cabe mencionar el contexto político regional, marcado durante demasiado tiempo por la guerra entre Rusia y Ucrania, un conflicto que puede frenar las iniciativas empresariales o generar una ligera reticencia entre ciertos turistas extranjeros, especialmente los procedentes de fuera de Europa.

Factores económicos

Los factores económicos ejercen una gran influencia en el agroturismo en Rumanía, ya que determinan tanto la demanda como la capacidad de los operadores para invertir, desarrollarse y mantener precios competitivos. Los factores más importantes son: los ingresos de la población, los niveles de precios, los costes de los servicios y el acceso a la financiación.

En cuanto a los ingresos de los hogares, aumentaron en 2024 y 2025, pero las tasas de inflación superiores a la media europea —del 5,6 % en 2024 y del 7,3 % en 2025, respectivamente (INS, 2026)— han atenuado dichos aumentos. Con solo un 18 % de turistas extranjeros (INS, 2026), el agroturismo en Rumanía depende del interés de los rumanos por su país, un interés que se traduce en consumo siempre que se disponga de recursos financieros adecuados. Si la inflación es elevada, la consecuencia directa es la reducción del consumo de servicios recreativos, incluido el sector del agroturismo. Así pues, nos referimos a una reducción de la duración de las estancias y al interés constante por las ofertas de última hora, cuya relación calidad-precio es valorada como oportuna por los turistas.

Otro factor influyente lo constituyen los vales de vacaciones, cuyo valor se ha reducido a la mitad —de 1 600 RON al año a 800 RON al año (aproximadamente de 310 a 155 EUR al año, a un tipo de cambio de 1 EUR = 5,2 RON)—, lo que se corresponde con la reducción del umbral salarial de acceso de 8 000 RON netos al mes (aproximadamente 1 540 EUR al mes) a 6 000 RON netos al mes (aproximadamente 1 150 EUR al mes), lo que limita el número de beneficiarios en el sector público. Este cambio afecta negativamente a la demanda turística, incluidos los productos de agroturismo. Los vales de vacaciones también se conceden en el sector privado, dentro del límite de seis salarios mínimos brutos al año (24 300 RON al año, aproximadamente 4 675 EUR al año), a discreción del empleador. Cabe señalar que estos vales solo pueden utilizarse para servicios de turismo nacional, lo que contribuye a la estimación del consumo interno.

El aumento de los costes operativos en los últimos años se ha convertido en uno de los principales retos para las pequeñas empresas de las zonas rurales. En Rumanía, los precios de la electricidad registraron aumentos significativos durante el punto álgido de la crisis energética, con subidas de más del 20-30 % en comparación con los niveles anteriores a 2021, lo que afectó directamente a los costes operativos de los alojamientos (iluminación, calefacción y aire acondicionado). Paralelamente, el gas natural ha experimentado fluctuaciones significativas, con aumentos de más del 40 % en determinados períodos de alto consumo, lo que ha influido especialmente en los costes de calefacción durante la temporada de frío. Los alimentos han registrado con frecuencia aumentos anuales del 10-15 %, lo que ha afectado directamente a las estructuras de agroturismo que ofrecen servicios de restauración basados en productos locales. En este contexto, los costes operativos totales de las casas de huéspedes y las granjas turísticas han aumentado, según las estimaciones, entre un 15 % y un 25 %, dependiendo del tamaño del establecimiento y del grado de autonomía energética (Eurostat, 2026). Esta evolución lleva a los propietarios a adoptar estrategias para aumentar las tarifas de alojamiento o medidas de eficiencia, como inversiones en energías renovables, el abastecimiento local directo o la reducción de residuos.

En consonancia con los documentos estratégicos presentados en el apartado anterior, la Política Agrícola Común (PAC) de la Unión Europea promueve la diversificación de las actividades económicas en las zonas rurales a través de programas de financiación dedicados a las

explotaciones agrícolas y a las casas rurales de agroturismo. Los fondos europeos concedidos a través del Programa Nacional de Desarrollo Rural (PNDR) contribuyen a la modernización de las infraestructuras turísticas y al aumento de la competitividad de las zonas rurales en Rumanía. Los estudios demuestran que las subvenciones europeas han tenido un impacto positivo en el desarrollo del agroturismo y en la reducción de la marginación económica en las zonas rurales (Galluzzo, 2021). El programa LEADER desempeña un papel especialmente importante, ya que ofrece ayudas de hasta 200 000 € para la creación de microempresas rurales y para proyectos locales en el ámbito del turismo, incluido el agroturismo.

Factores sociales

Los factores sociales explican la demanda turística, el perfil de los visitantes y la forma en que las comunidades rurales pueden ofrecer experiencias auténticas.

En el agroturismo rumano se observa un cambio en el perfil del consumidor. La urbanización en ciudades como Bucarest, Iași, Cluj-Napoca y su «cara fea» —representada principalmente por las aglomeraciones, la contaminación y el estrés— ha transformado las necesidades de las personas. Ahora buscan tranquilidad, aire fresco, un retorno a la naturaleza y, más recientemente, una «desintoxicación digital». El medio rural rumano ofrece todo esto porque, a diferencia de otros países europeos, la modernización ha avanzado a un ritmo mucho más lento (MADR, 2013). Además, las preocupaciones relacionadas con la salud han cobrado mayor importancia, especialmente en el contexto de la pandemia de COVID-19.

Los estudios muestran que la mitad de los viajeros de las generaciones Y y Z se preocupan más por las experiencias que por tachar destinos de su lista (Accor, 2025). Esto sugiere un retorno a la identidad cultural, concretamente la búsqueda de autenticidad en la gastronomía, la artesanía y las comunidades que se han conservado a lo largo del tiempo. Esto es lo que el agroturismo rumano puede ofrecer generosamente.

Otro factor social importante es la despoblación de los pueblos y la migración de los jóvenes a las zonas urbanas o a otros países europeos. Muchas comunidades rurales de Rumanía se enfrentan a una población que envejece y a una mano de obra cada vez más reducida, lo que afecta al desarrollo económico local. En este contexto, el agroturismo se considera una solución para revitalizar las comunidades rurales y crear nuevos puestos de trabajo (Oltean et al., 2024).

Aunque la falta de personal cualificado en el turismo rural rumano no es un problema nuevo, se ve agravada por los factores mencionados anteriormente. El bajo nivel de formación profesional, e incluso de educación, plantea importantes retos a los empresarios. Esto tiene un impacto directo en la calidad del servicio en un sector en el que las personas siguen marcando la diferencia. No obstante, también es posible desarrollar competencias básicas a través de programas impartidos en institutos tecnológicos, centros de formación profesional y centros de formación que ofrecen titulaciones como «Trabajador de agroturismo» o «Técnico de agroturismo». Estos programas desarrollan competencias relacionadas con los servicios turísticos, la gastronomía, la agricultura y la interacción con los turistas. El programa europeo Erasmus+ también ofrece excelentes oportunidades para el intercambio internacional de buenas prácticas e información sobre el mercado.

Factores tecnológicos

La adopción de la tecnología ya no queda a discreción del empresario, sino que es una condición para la supervivencia en el mercado. Para muchos turistas hoy en día, la rapidez se equipara con la inmediatez. Incluso quienes acuden a agencias de viajes esperan respuestas rápidas. Ilie et al. (2025) muestran que, en el agroturismo rumano, el uso de herramientas digitales como las plataformas de reserva en línea, las redes sociales y las tecnologías inmersivas (por ejemplo, visitas de realidad virtual) está aumentando y se considera vital para promover el agroturismo y mejorar las experiencias turísticas. El énfasis en la digitalización y la adopción de estrategias de marketing modernas también cuenta con el respaldo de Oltean et al. (2024). Plataformas como Booking.com y Airbnb.com compiten ahora con Lapensiuni.ro, Travelminit.ro, Turistinfo.ro y Directbooking.ro.

Un factor importante es la calidad de la tecnología. El acceso a Internet de alta velocidad y la expansión de las redes móviles aumentan la competitividad de las empresas de agroturismo y permiten la implantación de servicios modernos. Según el informe europeo «Década Digital 2025», Rumanía se encuentra entre los últimos Estados miembros de la UE en cuanto a competencias digitales y digitalización de la economía, aunque obtiene buenos resultados en conectividad fija, incluso en zonas poco pobladas (Comisión Europea, 2025).

La modernización tecnológica y la construcción de nuevas explotaciones agrícolas y alojamientos de agroturismo favorecen el desarrollo del turismo sostenible. El uso de energías renovables, de sistemas inteligentes de gestión de recursos y de maquinaria agrícola moderna puede reducir los costes operativos y el impacto medioambiental. Estas inversiones también cuentan con el apoyo de fondos europeos destinados al desarrollo rural y a la digitalización de las pymes (AFIR, 2026).

Factores ecológicos

El cambio climático está reescribiendo las reglas del agroturismo en Rumanía. La transición de un turismo predecible, basado en cuatro estaciones bien diferenciadas, a uno marcado por los extremos, plantea grandes retos, pero también oportunidades inesperadas para los emprendedores. Famosas por sus tradicionales vacaciones de invierno, las regiones de Maramureș y Bucovina han registrado en los últimos años temperaturas superiores a los 10 °C y paisajes completamente verdes. Las casas de huéspedes se ven obligadas a reconfigurar su oferta, sustituyendo los paseos en trineo tirado por caballos por paseos en carruaje. Al mismo tiempo, los fenómenos meteorológicos extremos también están afectando a la producción agrícola, lo que repercute directamente en las actividades de agroturismo. Por ejemplo, las granizadas que dañan las cosechas de ciruelas provocan una escasez de materias primas utilizadas para productos tradicionales como la mermelada o los licores. Del mismo modo, las actividades de recolección de fruta, que representan un importante atractivo para los turistas, se ven cada vez más amenazadas por el descenso de las cosechas y las condiciones meteorológicas impredecibles.

Sin embargo, hay que reconocer que la gestión de residuos también es un problema en las zonas rurales. La contaminación del agua y del suelo se da en muchos lugares. La certificación otorgada por la Asociación Rumana de Ecoturismo (AER) a algunas casas de huéspedes indica que los

residuos se gestionan internamente. Los propietarios organizan actividades para limpiar los caminos y ríos locales junto con los turistas y los niños del pueblo. De este modo, el agroturismo se convierte en una herramienta educativa para toda la comunidad rural, mostrando a los lugareños que una calle limpia atrae a turistas dispuestos a pagar más.

Factores jurídicos

El marco jurídico de Rumanía afecta directamente al desarrollo del agroturismo a través de una normativa estricta sobre la clasificación, la autorización y el funcionamiento de los alojamientos turísticos. Si bien iniciativas como los Puntos Gastronómicos Locales (PGL) representan un avance legislativo positivo —al permitir que los hogares sirvan legalmente comidas a un máximo de 15 personas bajo un régimen simplificado—, las normas de clasificación siguen implicando una burocracia engorrosa. Esta carga administrativa contrasta marcadamente con las tendencias europeas, que favorecen la simplificación y la autorregulación en el contexto de la digitalización y la transición hacia una economía verde (Agenda Europea para el Turismo 2030, Consejo de Europa, 2023).

Además de los problemas administrativos, los empresarios del sector se enfrentan a una presión fiscal cada vez mayor y a normas de seguridad muy estrictas. Los cambios en los tipos del IVA en el sector HoReCa, las nuevas normas para la tributación de las microempresas y los impuestos locales sobre los edificios no residenciales dificultan la situación a los propietarios de pequeñas pensiones. Además, para ofrecer platos tradicionales, deben cumplir con estrictas normas de higiene y seguridad alimentaria impuestas por la ANSVSA, así como con normativas de protección medioambiental que limitan el impacto de los edificios y las actividades turísticas en las zonas protegidas.

Por último, el acceso a la financiación europea a través del Plan Estratégico Nacional y de la Agencia de Financiación de Inversiones Rurales (AFIR) constituye un pilar fundamental, pero está sujeto a estrictas normas de elegibilidad y criterios de desarrollo sostenible. Los principales obstáculos para el desarrollo sostenible de este sector son la inestabilidad legislativa y la burocracia administrativa. Los frecuentes cambios legislativos dificultan tanto la autorización inicial de las casas de huéspedes como la ejecución eficiente de los proyectos financiados por la UE, dado que estas pequeñas estructuras, gestionadas por empresarios con menos experiencia, deben sortear las mismas complejas etapas burocráticas.

Análisis de la competencia

La competencia en el agroturismo rumano se basa cada vez más en la autenticidad de la experiencia ofrecida a los turistas, donde destacan las casas de huéspedes que integran actividades agrícolas genuinas y gastronomía local. En zonas turísticas sobresaturadas, como Bran-Moeciu o Mărginimea Sibiului, la competencia es intensa y la diferenciación se logra mediante instalaciones de primera calidad y servicios personalizados. Por el contrario, las regiones turísticas menos desarrolladas ofrecen importantes oportunidades para las casas de huéspedes que puedan atraer un flujo constante de visitantes. La gastronomía tradicional y la acreditación como «Punto Gastronómico Local» son importantes ventajas competitivas, ya que los turistas valoran los productos auténticos y los ingredientes locales. Además, la visibilidad y la promoción en línea a través de plataformas como Booking, Airbnb, Instagram o TikTok influyen significativamente en el éxito de una casa rural. Los establecimientos que reciben

excelentes valoraciones e invierten en la narración digital atraen a más clientes y refuerzan su reputación. En conclusión, el éxito del agroturismo depende de la capacidad de las casas rurales para transformar el campo en una experiencia cultural, gastronómica y de relajación memorable.

Barreras de entrada y oportunidades

Entre las **barreras de entrada** al mercado del agroturismo en Rumanía se encuentran las siguientes:

- *Permisos y normativas*: la obtención de permisos para el funcionamiento y la clasificación de los establecimientos es un proceso complicado; la tramitación de permisos sanitarios, medioambientales, contra incendios y de urbanismo puede ser lenta y costosa; el cumplimiento de las normas de construcción y de seguridad para las casas rurales de agroturismo es difícil de lograr.
- *Los elevados costes iniciales* de los establecimientos de alojamiento o restauración — construcción o rehabilitación de edificios, equipamiento de las habitaciones e infraestructuras (agua, alcantarillado, electricidad, Internet)— pueden acarrear pérdidas significativas si el negocio no tiene éxito.
- *Capital circulante*: necesario durante al menos uno o dos años hasta que se establezca un flujo constante de turistas. *Infraestructuras generales deficientes* en las zonas rurales: carreteras, agua y alcantarillado.
- *Zonas con potencial y tradición*, como Suceava, Brașov y Maramureș, *que ya están saturadas* en cuanto a oferta de alojamiento.
- *Costes de promoción en línea*: mantener una presencia constante en las redes sociales y una indexación adecuada del sitio web;
- *Costes de acceso y mantenimiento* en las plataformas de reservas: a veces elevados para las pequeñas empresas.
- *Recursos humanos*: difíciles de encontrar, formar y retener.

Entre las **oportunidades** se encuentran:

- *Fondos y mecanismos de financiación*: acceso a iniciativas de financiación específicas, fondos no reembolsables y líneas de crédito;
- *Cambio en la mentalidad del consumidor*: mayor interés por la tradición, las experiencias, la naturaleza y las actividades prácticas;
- *Oportunidades de innovación y adaptación*: en particular, en el caso de los servicios de ocio*;*
- *Recursos naturales y culturales suficientes*: con múltiples posibilidades de aprovechamiento.

Sostenibilidad e impacto

Un elemento muy importante a la hora de analizar la sostenibilidad y el impacto del agroturismo en Rumanía es el potencial turístico. El potencial turístico se define como el conjunto de recursos naturales y antropogénicos de una zona que, gracias a su atractivo, pueden generar y sustentar

actividades turísticas (Roșu, 2016). En numerosos estudios se analiza el potencial turístico, por ejemplo, en las siguientes zonas de Rumanía: el sur de Transilvania (Stefan et al., 2021), la Región de Desarrollo del Noreste (Mihăilă et al., 2019), Moldavia (Iatu y Bulai, 2021), el sur de Muntenia (Nedelcu, 2014) y el sureste (Andrei y Manolache, 2014). Al establecer la conexión entre el patrimonio turístico y el agroturismo, se tiene en cuenta que ambos abarcan el potencial turístico de un territorio, compuesto por elementos naturales, sociales, económicos y culturales, así como la infraestructura destinada al turismo (Ciobanu y Draghici, 2016). El análisis del potencial agroturístico es esencial para comprender cómo elementos clave como la gastronomía tradicional, las actividades en la naturaleza, las experiencias culturales y la interacción con las comunidades rurales pueden adaptarse de manera eficaz a las expectativas de los turistas y a las necesidades de desarrollo local. (Ciolac et al., 2019)

Impacto económico local

El sector turístico se ha convertido en uno de los principales motores del crecimiento y el desarrollo económicos a nivel mundial. En 2024, el turismo contribuyó con casi un cinco por ciento al PIB de Rumanía.

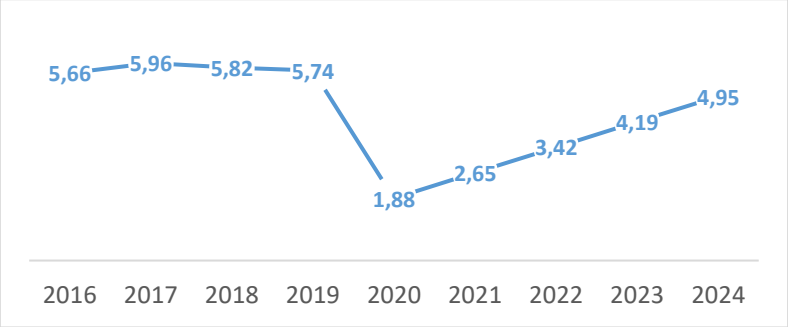


Figura 3: Porcentaje del PIB correspondiente al sector turístico en Rumanía entre 2016 y 2024

Fuente: STATISTA, Viajes, turismo y hostelería

La diversidad del paisaje natural del país —que incluye los Cárpatos, la costa del Mar Negro, el delta del Danubio, extensos bosques, ríos y lagos— convierte a Rumanía en uno de los destinos turísticos más atractivos de Europa. Rumanía también alberga varios sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como las iglesias de Moldavia, Maramureș y Transilvania, las fortalezas dacias y el delta del Danubio.

El salario neto mensual medio en el sector de la hostelería de Rumanía alcanzó su nivel más alto en 2024, ascendiendo a 3.325 lei rumanos. Por el contrario, durante la pandemia de coronavirus de 2020, el salario mensual medio descendió significativamente hasta los 1.753 lei rumanos.

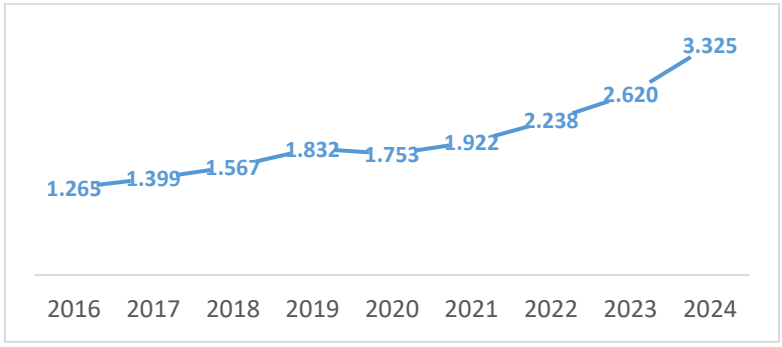
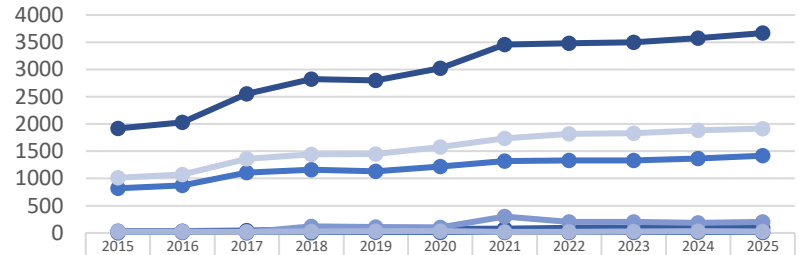


Figura 4: Salario neto mensual medio en el sector hotelero de Rumanía entre 2016 y 2024 (en lei rumanos)

Fuente: STATISTA, Viajes, Turismo y Hostelería

Entre 2021 y el primer semestre de 2025, el número de establecimientos de alojamiento turístico en Rumanía siguió, en general, una tendencia al alza en la mayoría de las categorías. Los establecimientos de agroturismo registraron las cifras más elevadas a lo largo de todo el periodo, pasando de 1.567 unidades en 2021 a 2.051 unidades en el primer semestre de 2025.

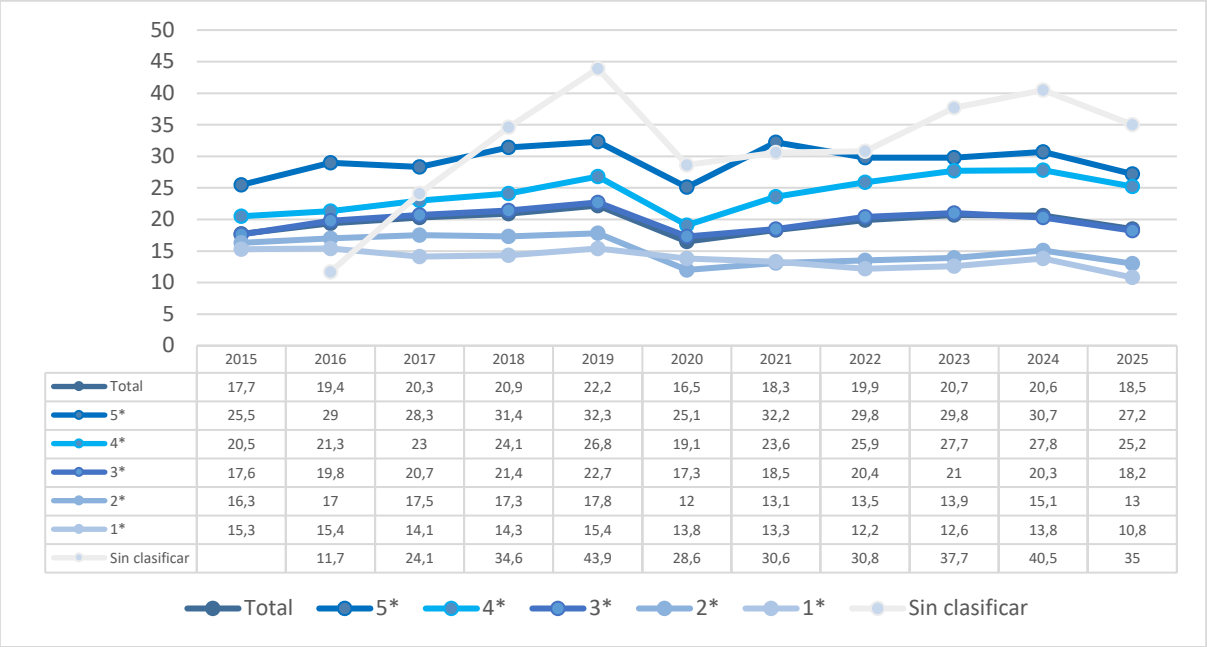


	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Total	1918	2028	2556	2821	2800	3022	3460	3484	3498	3578	3668
Balnearios	35	35	45	63	64	75	77	94	91	94	90
Centros turísticos de la zona costera, excluida la ciudad de Constanza	6	7	5	6	15	12	11	10	12	14	12
Centros turísticos de montaña	820	872	1110	1161	1134	1217	1317	1334	1333	1364	1418
Zona del delta del Danubio, incluida la ciudad de Tulcea	16	15	13	123	107	102	301	204	202	187	203
Bucarest y las capitales de condado, excluida Tulcea	28	26	23	25	30	35	19	21	28	33	29
Otras localidades y rutas turísticas	1013	1073	1360	1443	1450	1581	1735	1821	1832	1886	1916

Figura 5: Número de casas rurales con funciones de alojamiento por tipo de destino turístico

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

El aumento constante del número de unidades de alojamiento, especialmente en los centros turísticos de montaña, la zona del delta del Danubio y otras localidades y rutas turísticas, pone de relieve la expansión y diversificación de la infraestructura turística en destinos rurales y de naturaleza. Este crecimiento ha contribuido de manera significativa al desarrollo económico local mediante el aumento de las inversiones, la creación de empleo y el impulso de sectores complementarios como la restauración, el transporte, la artesanía y la comercialización de productos locales.



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Total	17,7	19,4	20,3	20,9	22,2	16,5	18,3	19,9	20,7	20,6	18,5
5*	25,5	29	28,3	31,4	32,3	25,1	32,2	29,8	29,8	30,7	27,2
4*	20,5	21,3	23	24,1	26,8	19,1	23,6	25,9	27,7	27,8	25,2
3*	17,6	19,8	20,7	21,4	22,7	17,3	18,5	20,4	21	20,3	18,2
2*	16,3	17	17,5	17,3	17,8	12	13,1	13,5	13,9	15,1	13
1*	15,3	15,4	14,1	14,3	15,4	13,8	13,3	12,2	12,6	13,8	10,8
Sin clasificar		11,7	24,1	34,6	43,9	28,6	30,6	30,8	37,7	40,5	35

Figura 6: **Índice de utilización neta de la capacidad de alojamiento agroturístico por categorías de confort (%)**

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

El índice de utilización neta de la capacidad de alojamiento agroturístico pone de manifiesto un aumento moderado de las tasas de ocupación en las estructuras de acogida turística durante el periodo 2015-2025, con fluctuaciones influidas por los cambios económicos y los efectos de la pandemia de 2020.

El aumento de las tasas de ocupación en los alojamientos de 4 y 5 estrellas indica una creciente demanda de servicios turísticos de mayor calidad, lo que contribuye a las inversiones locales, a la diversificación de los ingresos y a la creación de empleo en las comunidades rurales. La utilización relativamente estable de las unidades de alojamiento de categoría media y baja pone de manifiesto el papel del agroturismo en el apoyo a las pequeñas empresas familiares.

En su estudio, Ciobanu et al. (2016) concluyeron que el potencial turístico de la Región de Desarrollo del Sudeste no se aprovecha lo suficiente y que, por ejemplo, en el condado de Tulcea, el turismo rural representa una de las principales oportunidades de desarrollo económico, ya que requiere una inversión relativamente baja y, al mismo tiempo, suscita un interés cada vez mayor entre los turistas.

Impacto social y cultural

El agroturismo genera importantes efectos sociales y culturales en las comunidades rurales al apoyar las tradiciones locales, preservar la identidad cultural y fomentar la participación activa de los residentes en actividades relacionadas con el turismo. La expansión de las infraestructuras de agroturismo contribuye a la revitalización de las comunidades rurales al fomentar el espíritu emprendedor, mejorar el nivel de vida y preservar las tradiciones locales y el patrimonio cultural.

El notable aumento de los alojamientos en zonas como el delta del Danubio (203 unidades en 2025) también pone de manifiesto el creciente atractivo del turismo experiencial y ecológico.

Desde una perspectiva social, el desarrollo del agroturismo contribuye a la revitalización de las comunidades rurales al preservar las tradiciones, fomentar el espíritu emprendedor local y reducir la migración de las zonas rurales a las urbanas o al extranjero. El descenso temporal del índice de ocupación en 2020 refleja la vulnerabilidad del sector ante las crisis externas; sin embargo, la recuperación posterior demuestra la adaptabilidad de las actividades de turismo rural y el creciente interés por el turismo sostenible y basado en la experiencia.

Diversos proyectos de agroturismo y desarrollo rural llevados a cabo en Rumanía han puesto de relieve el importante impacto social y cultural de las actividades turísticas en las comunidades rurales. Estas iniciativas contribuyen a la preservación de las tradiciones locales y del patrimonio cultural, fomentan la participación de la comunidad y apoyan la revitalización de las zonas rurales al crear vínculos más sólidos entre visitantes y residentes.

La Via Transilvanica es una ruta cultural y turística de larga distancia que conecta comunidades rurales y promueve las casas de huéspedes, la gastronomía local y las tradiciones de las zonas por las que discurre. En un estudio realizado por Tătar (2024), los autores concluyeron que la Via Transilvanica desempeña un papel importante en el fortalecimiento de la cohesión social al fomentar la interacción, la colaboración y el sentido de pertenencia entre los residentes.

Eco Maramureș (Constantin et al., 2022; Kovacs et al., 2025) es una iniciativa de ecoturismo que promueve las casas de huéspedes rurales, la artesanía y las experiencias auténticas de Maramureș. Al integrar las tradiciones agrícolas, los productos alimenticios locales y los estilos de vida rurales en las actividades turísticas, la iniciativa « » apoya la diversificación de los ingresos rurales, la preservación del patrimonio cultural y la armonización del agroturismo con las políticas de desarrollo rural sostenible.

Los «Puntos de Gastronomía Local», que son pequeños establecimientos gastronómicos rurales autorizados para preparar y servir productos caseros tradicionales basados principalmente en recursos y recetas locales, representan un componente cada vez más importante del desarrollo del agroturismo en Rumanía. En 2026 hay 702 establecimientos registrados, frente a los 679 de 2025, los 476 de 2024 y los 316 de 2023, la mayoría de los cuales se encuentran en el condado de Brașov. (PGL Rumanía; página web de PGL Rumanía)

En general, la mezcla de diversas categorías de visitantes agroturísticos, entre los que se incluyen viajeros de edad avanzada, de mediana edad, jóvenes y familias, fomenta la interacción social y el intercambio cultural. (Cbi.eu, 2026)

Impacto medioambiental

El agroturismo fomenta las prácticas de turismo sostenible y la valorización de los recursos naturales, pero la expansión de las infraestructuras turísticas también requiere una gestión cuidadosa para reducir la presión medioambiental sobre los ecosistemas frágiles, especialmente en las zonas de montaña y en el delta del Danubio.

El creciente uso de las estructuras de alojamiento agroturístico y el índice de utilización pueden generar efectos positivos mediante la promoción del turismo responsable y el consumo de

productos locales, reduciendo así la dependencia de las largas cadenas de suministro. No obstante, la intensificación de las actividades turísticas también requiere una gestión sostenible de los recursos naturales para evitar la presión sobre los ecosistemas rurales y la degradación de los paisajes naturales.

Los estudios realizados sobre las montañas de Apuseni indican que el agroturismo favorece la conservación del medio ambiente y la resiliencia de las comunidades. Según Ciolac et al. (2021), el agroturismo contribuye a la diversificación de los ingresos y a la sostenibilidad rural a largo plazo en Rumanía.

Los autores Ispas et al. (2019) realizaron entrevistas a gestores del sector del agroturismo y descubrieron que, aunque los propietarios-gestores reconocen la importancia de la conservación de los recursos naturales, la escasez de recursos y una mayor dependencia de los sistemas tecnológicos de ahorro reducen tanto su implicación en iniciativas de sostenibilidad como su confianza en la contribución de los turistas a la protección del medio ambiente.

Alineación con las políticas de desarrollo rural

Las ayudas financieras de la UE influyen positivamente en el desarrollo del agroturismo y reducen la marginación rural (Galluzo, 2021). El desarrollo del agroturismo en Rumanía se ha alineado estrechamente con las políticas de desarrollo rural a través de sucesivos programas de financiación europeos y nacionales, entre los que se incluyen el Programa Nacional de Desarrollo Rural 2007-2013, mediante la Medida 313 «Fomento de las actividades turísticas», y el Programa Nacional de Desarrollo Rural 2014-2020, mediante la Medida 6.4 «Inversiones en la creación y el desarrollo de actividades no agrícolas».

En el marco de la Medida 313 «Fomento de las actividades turísticas» se contrataron un total de 1 244 proyectos, con un valor superior a 174 millones de euros. Se desembolsaron aproximadamente 138 millones de euros para los proyectos financiados a través de esta medida. (AFIR, a)

En el marco de la medida 6.4 «Inversiones en la creación y el desarrollo de actividades no agrícolas» se contrataron un total de 808 proyectos, que generaron aproximadamente 1 400 nuevos puestos de trabajo. El valor público total de estos proyectos ascendió a 133,1 millones de euros, de los cuales 126,2 millones de euros correspondieron a gasto público. Las inversiones realizadas a través de esta submedida incluyen el turismo, la restauración, las actividades de ocio y los puntos gastronómicos locales; las actividades artesanales; así como la producción y comercialización de productos no agrícolas. (AFIR, b)

La Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico de Rumanía 2025-2035 (2026) incorpora, por ejemplo, el ODS 8 al destacar el papel del agroturismo en la promoción del crecimiento económico sostenible y el empleo rural. La estrategia reconoce explícitamente la importancia de aumentar el número de alojamientos agroturísticos como factor clave para apoyar el desarrollo rural, el emprendimiento local y las actividades turísticas sostenibles. Estas políticas de apoyo a las inversiones en alojamiento rural también cuentan con el respaldo de: la Ley de la Montaña (2018), las Estrategias de Especialización Inteligente 2021-2027, la Estrategia y el Plan de Acción para el Desarrollo del Ecoturismo 2023-2029, la Estrategia Nacional para el Turismo

Costero 2019 —Decisión n.º 571— o la Estrategia de Desarrollo Sostenible de Rumanía 2030. (Banco Mundial, 2023)

El agroturismo se reconoce cada vez más como un instrumento importante para las políticas de desarrollo rural, ya que favorece la diversificación económica, la creación de empleo, la conservación del patrimonio cultural y el desarrollo sostenible de las comunidades en las zonas rurales. El caso de estudio de Sâncraiu (Gica et al., 2021) ilustra cómo un turismo rural bien gestionado puede contribuir a la consecución de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular el ODS 1, el ODS 8, el ODS 10, el ODS 11, el ODS 12 y el ODS 17, mediante la promoción del espíritu empresarial local, la identidad cultural, las alianzas comunitarias y el desarrollo local sostenible.

Tendencias y escenarios futuros

Innovación en el agroturismo

El sector del agroturismo rumano está experimentando una transformación tecnológica y experiencial progresiva, impulsada por la convergencia entre las expectativas cambiantes de los turistas, la disrupción digital y la agenda más amplia de sostenibilidad que está redefiniendo las economías rurales en toda Europa. La innovación en este contexto no se limita a la adopción de herramientas digitales, sino que abarca un replanteamiento más amplio del producto agroturístico: cómo se diseña, se ofrece, se comercializa y se vive.

La digitalización representa el eje de innovación más visible a corto plazo. Las plataformas de reservas en línea —tanto internacionales (Booking.com, Airbnb) como nacionales (Lapensiuni.ro, Travelminit.ro, Directbooking.ro)— se han convertido en los principales canales de distribución del alojamiento agroturístico, sustituyendo a las reservas presenciales y telefónicas como la forma habitual de reserva para los turistas urbanos. El marketing en redes sociales, especialmente a través de Instagram y TikTok, ha permitido a las pequeñas casas de huéspedes familiares llegar directamente al público sin el coste de la publicidad tradicional. La aparición de la narración digital, las colaboraciones con influencers y los contenidos generados por los usuarios ha transformado, en varios casos, propiedades rurales que antes eran an es en destinos reconocidos a nivel nacional. Un número cada vez mayor de operadores invierte ahora en fotografía profesional, contenido de visitas virtuales y páginas web multilingües para mejorar su visibilidad internacional y sus tasas de conversión (Ibric et al., 2025; Pricopoaia et al., 2024).

La innovación experiencial es igualmente importante. El producto tradicional del agroturismo rumano —alojamiento más comidas tradicionales más observación pasiva de la vida rural— se está enriqueciendo con una oferta cada vez más amplia de actividades participativas y educativas. Las experiencias centradas en la gastronomía, como los talleres de elaboración de queso, las clases de panadería, los cursos de cocina con recetas tradicionales y las cenas «de la granja a la mesa» preparadas junto con la familia anfitriona, se han convertido en potentes elementos diferenciadores y en fuentes de ingresos de alta gama. Las experiencias artesanales —cerámica, tejido, tallado en madera y teñido natural— conectan a los visitantes con las culturas materiales regionales que están desapareciendo de la vida cotidiana, creando un valor añadido de autenticidad que justifica tarifas de alojamiento más elevadas. El apiturismo (experiencias apícolas) y el enoturismo, cada vez más desarrollados en regiones más allá de los

circuitos tradicionales de Dealu Mare y Cotnari, están ampliando la oferta de actividades disponibles para los agroturistas rumanos (Antonie, 2024; Gurgu y Fintineru, 2025).

La innovación impulsada por la sostenibilidad está ganando terreno, en parte como respuesta a los requisitos de financiación europeos y en parte debido a la demanda real del mercado por parte de un segmento turístico con conciencia medioambiental. Un número cada vez mayor de casas de huéspedes busca la certificación de la Asociación Rumana de Ecoturismo (AER) o adapta sus operaciones a los principios de la gestión ecológica: uso de energías renovables, reducción del desperdicio alimentario, integración de la producción ecológica y promoción del acceso mediante movilidad lenta, en bicicleta o por rutas de senderismo. Los Puntos Gastronómicos Locales (PGL), que alcanzaron las 702 unidades registradas en 2026, representan una innovación institucional dentro del sector, ya que proporcionan un marco legal para servir comida tradicional a escala doméstica y refuerzan el vínculo directo entre el turismo y la producción agrícola local (Chivu y Stanciu, 2024b).

Las tecnologías emergentes —la interpretación del patrimonio mediante realidad aumentada, los motores de recomendación basados en inteligencia artificial, la domótica inteligente en alojamientos rurales y la fotografía paisajística con drones con fines de marketing— están empezando a introducirse en el sector, aunque su adopción sigue concentrándose entre los operadores más avanzados y en las regiones con una infraestructura digital más sólida. El persistente retraso de Rumanía en materia de competencias digitales y calidad de la banda ancha rural, a pesar de sus buenos resultados en conectividad fija, sigue limitando el ritmo de difusión tecnológica en el conjunto del sector (Comisión Europea, 2025; Stancioiu e Ionica, 2025).

Nuevos segmentos de demanda

La base de demanda del agroturismo rumano está evolucionando más allá de su núcleo tradicional de familias nacionales de renta media, y varios segmentos nuevos y en crecimiento están redefiniendo ahora las oportunidades comerciales del sector. Comprender estos segmentos es fundamental para los operadores que buscan escapar de la trampa de la mercantilización del mercado de las escapadas de fin de semana «3 margaritas».

El segmento del turismo internacional sigue siendo el menos desarrollado en relación con su potencial. En 2025, los visitantes extranjeros representaron solo el 6,4 % de la demanda de agroturismo en Rumanía, frente al 18,4 % del turismo rumano en su conjunto —una enorme brecha que refleja tanto un déficit de marketing como un problema estructural de accesibilidad—. Sin embargo, el perfil de los visitantes extranjeros que sí llegan a los establecimientos de agroturismo rumanos es muy alentador: se concentran en establecimientos de categoría superior, de 4 y 5 margaritas , presentan estancias más prolongadas y generan mayores ingresos por visita que los turistas nacionales. Los mercados emisores europeos —Alemania, los Países Bajos, Francia y el Reino Unido— muestran una fuerte afinidad con los valores que el agroturismo rumano puede ofrecer de forma auténtica: gastronomía genuina, vida rural sin prisas, riqueza cultural y belleza natural. El aumento del 51,7 % en las llegadas de turistas extranjeros a los establecimientos de alta gama, registrado incluso durante el declive general del sector en 2025, indica una importante demanda latente que una campaña de marketing internacional bien organizada podría activar rápidamente.

La Generación Z y los viajeros más jóvenes de la generación del milenio (aquellos con edades comprendidas entre los 18 y los 35 años en 2025) representan un segmento en crecimiento y de

importancia estratégica. Las investigaciones confirman que este grupo prioriza las experiencias frente a los destinos, valora la autenticidad que se puede compartir en las redes sociales y muestra un gran interés por la sostenibilidad y la cultura local (Accor, 2025; Tanase et al., 2023). El agroturismo rumano está intrínsecamente posicionado para captar a este segmento, pero actualmente no logra comunicar su oferta en el lenguaje y a través de los canales que utiliza la Generación Z. Las cualidades estéticas de la arquitectura rural tradicional rumana, el atractivo visual de los alimentos artesanales y las costumbres populares, así como la riqueza narrativa de regiones como Maramures y Bucovina, son precisamente el tipo de contenido distintivo y digno de Instagram que impulsa los viajes de ensueño entre los consumidores urbanos más jóvenes. Convertir el interés estético en reservas reales requiere una inversión deliberada en estrategia de contenidos, la colaboración con influencers del sector turístico y experiencias de reserva móvil sin complicaciones.

El segmento de los nómadas digitales, aunque hoy en día sea numéricamente modesto, ofrece un potencial sustancial de ocupación entre semana. La normalización del teletrabajo tras la pandemia ha creado una población numerosa y creciente de profesionales independientes de la ubicación que combinan estancias rurales prolongadas con tiempo de trabajo productivo. Las casas de huéspedes de agroturismo rumanas situadas en entornos naturales atractivos —especialmente en regiones montañosas con conexión a Internet de alta velocidad fiable— están bien posicionadas para ofrecer paquetes para nómadas digitales que combinen alojamiento, espacio de trabajo, comidas y actividades experienciales de fin de semana. Dichos paquetes podrían abordar de forma estructural la debilidad más perjudicial del sector: la ocupación casi nula entre semana, que hace que la unidad media de agroturismo genere ingresos en menos de 52 noches al año.

El turismo de bienestar y terapéutico es una tendencia global en expansión que encaja de forma natural con la oferta rural rumana. La combinación de aire puro, alimentos no contaminados, actividad física en paisajes naturales y desconexión psicológica de la vida urbana constituye una oferta de bienestar informal que ya motiva muchas visitas de agroturismo. Formalizar y comunicar esta dimensión de bienestar —a través de instalaciones de spa, programas de «baños de bosque», retiros de yoga, experiencias terapéuticas de apiterapia o actividades físicas agrícolas supervisadas— permitiría a las casas rurales rumanas abordar el creciente mercado de las escapadas rurales orientadas a la salud y fomentar estancias más prolongadas durante las temporadas de entretiempo y de invierno.

El turismo educativo y escolar es otro segmento emergente, impulsado por la creciente preocupación de los padres y las instituciones por la desconexión de los niños de la producción alimentaria, la agricultura y los entornos naturales. Varios operadores de agroturismo rumanos ya han desarrollado programas educativos estructurados para grupos escolares que combinan el aprendizaje vinculado al plan de estudios con actividades agrícolas. Este segmento ofrece la ventaja comercial distintiva de generar ocupación entre semana fuera de temporada alta —el reto más urgente para la sostenibilidad financiera del sector— al tiempo que satisface una necesidad social genuina y genera demanda futura al introducir a una nueva generación en los placeres del turismo rural.

5.3 Escenarios de crecimiento potenciales

Se pueden identificar tres escenarios de crecimiento estructuralmente distintos para el agroturismo rumano durante el período 2025-2035, que reflejan diferentes combinaciones de ambición política, capacidad de inversión y evolución del mercado.

El escenario de estancamiento parte de la continuidad de las debilidades estructurales actuales: una oferta geográficamente concentrada, el predominio del segmento masivo de 3 margaritas, una internacionalización mínima, un poder adquisitivo nacional en declive y la ausencia de una comercialización pública coordinada. En este escenario, el sector sigue contrayéndose a medida que la crisis de demanda de 2025 se consolida estructuralmente, con unas llegadas anuales que se estabilizan en torno a las 950 000-1 000 000 para 2028 y unas tasas medias de ocupación que caen por debajo del 12 %. Los operadores más vulnerables —aquellos que dependen exclusivamente del segmento nacional de escapadas de fin de semana y carecen de presencia digital— abandonan progresivamente el mercado, lo que concentra aún más la oferta en los centros turísticos consolidados y agrava las disparidades regionales. Este escenario no requiere ningún cambio con respecto a las trayectorias actuales y representa el resultado por defecto de la inacción política.

El escenario de diferenciación e internacionalización parte de la base de un giro estratégico deliberado por parte de una parte significativa de los operadores y las instituciones de apoyo: la mejora de los alojamientos hasta alcanzar los estándares de 4-5 margaritas, el desarrollo activo de productos experienciales y temáticos (gastronomía, bienestar, patrimonio, turismo educativo) y una inversión significativa en marketing digital multilingüe y alianzas de distribución internacional. En este escenario, el sector podría recuperar las pérdidas de demanda para 2027, alcanzar 1,3 millones de llegadas anuales para 2030 y aumentar la proporción de visitantes internacionales hasta el 15-18 %. El RevPAR medio (ingresos por habitación disponible) podría aumentar significativamente a medida que se expanda el segmento premium y mejore la ocupación entre semana gracias a los paquetes para nómadas digitales y de bienestar. Este escenario es factible dentro de los marcos de financiación europeos actuales, pero requiere un liderazgo coordinado del sector y un compromiso institucional sostenido.

El «escenario transformador» parte de la base de que Rumanía logre reposicionar su territorio rural como un destino de agroturismo de talla mundial, comparable a la Toscana, la Dordoña francesa o el Salzkammergut austriaco —regiones que han combinado con éxito un auténtico patrimonio agrícola, una hostelería de alta gama y un sofisticado marketing internacional—. En este escenario, el agroturismo se convierte en una motivación turística primaria, en lugar de secundaria, para los visitantes internacionales, respaldado por inversiones específicas en infraestructuras de accesibilidad rural, la promoción activa del reconocimiento por parte de la UNESCO y de organismos internacionales del patrimonio de los paisajes rurales rumanos, y una profunda integración del sector agroturístico con marcas de exportación de alimentos de alta gama y redes europeas de turismo lento. Las llegadas anuales podrían alcanzar entre 1,8 y 2,0 millones para 2035, con un aumento sustancial de la cuota internacional, que se situaría entre el 25 % y el 30 %, y una duración media de la estancia cercana a las 3 noches. Este escenario requiere un compromiso político sistémico, horizontes de inversión a largo plazo y un grado de coordinación público-privada que supondría un auténtico cambio con respecto a las prácticas actuales en el desarrollo rural rumano.

Conclusiones y recomendaciones

Resumen de los resultados

Este estudio de mercado ha proporcionado un análisis exhaustivo del sector del agroturismo rumano en sus dimensiones de demanda, oferta, medio ambiente, sostenibilidad y tendencias.

Las principales conclusiones que se desprenden de esta investigación pueden sintetizarse de la siguiente manera.

El agroturismo rumano ha alcanzado una escala considerable —más de 3.668 unidades de alojamiento registradas, más de 61.000 plazas de alojamiento y, históricamente, más de 1,1 millones de llegadas anuales—, lo que lo convierte en la categoría de alojamiento más importante del sistema turístico nacional. Sin embargo, los datos de rendimiento del sector para 2025 revelan graves vulnerabilidades estructurales: un descenso del 10,9 % en las llegadas, una contracción hasta 1,09 millones de turistas y una tasa media neta de ocupación de los alojamientos que sigue siendo críticamente baja. Esta contracción se produjo en un contexto de descenso general del turismo nacional apenas moderado (-2,1 %), lo que confirma que el agroturismo es desproporcionadamente sensible al deterioro del poder adquisitivo interno.

La concentración geográfica del sector es extrema. Brașov, Maramureș, Suceava, Tulcea, Harghita, Cluj y Bihor concentran en conjunto la mayor parte de la capacidad de agroturismo, mientras que las extensas llanuras del sur y el este de Rumanía permanecen casi totalmente desconectadas de los flujos de ingresos del turismo rural. Este desequilibrio territorial no solo limita el tamaño agregado del sector, sino que lo expone a los riesgos de hipercompetencia y dilución de la autenticidad en destinos saturados, al tiempo que deja sin aprovechar los vastos recursos culturales y paisajísticos de las regiones periféricas.

El perfil de la demanda sigue siendo mayoritariamente nacional, muy estacional y concentrado en las escapadas de fin de semana. Los turistas extranjeros representan solo el 6,4 % de las llegadas, muy por debajo de la media nacional del 18,4 %; sin embargo, su concentración en el segmento de alta gama y el crecimiento del 51,7 % registrado en los alojamientos de alta categoría durante 2025 apuntan a un potencial comercial aún sin explotar. Las motivaciones de los visitantes —escapada a la naturaleza, gastronomía tradicional, autenticidad cultural y vínculos familiares— encajan perfectamente con la genuina oferta rural de Rumanía, y los niveles de satisfacción son consistentemente altos. Sin embargo, el modelo de producto predominante, que consiste en alojamiento básico más comidas tradicionales, no está lo suficientemente diferenciado como para sustentar precios de gama alta o estancias prolongadas.

El lado de la oferta se caracteriza por pequeños establecimientos de gestión familiar con un nivel de digitalización de moderado a bajo, una inversión limitada en marketing y una dependencia estructural de la financiación europea para la modernización. El segmento de gama alta (4-5 margaritas) muestra potencial de crecimiento y resiliencia, mientras que el segmento masivo de 3 margaritas se enfrenta a una competencia cada vez más intensa en el mercado de productos básicos y a márgenes en descenso. Las carencias en materia de profesionalización en la gestión hotelera, las competencias digitales y el dominio de idiomas extranjeros siguen limitando la capacidad del sector para captar la demanda internacional.

Recomendaciones estratégicas

Sobre la base de esta investigación, se proponen las siguientes recomendaciones estratégicas para los operadores de agroturismo, las asociaciones del sector y las autoridades públicas.

Para los operadores, la prioridad más urgente es la mejora de los productos y la calidad. El modelo de negocio de la unidad básica de fin de semana de 3 margaritas ya no es comercialmente sostenible en un entorno de disminución del poder adquisitivo nacional y de creciente competencia. La inversión de capital debería orientarse hacia la mejora del

alojamiento hasta alcanzar los estándares de 4 y 5 margaritas, con especial énfasis en las instalaciones de bienestar (saunas, salas de masajes, baños termales) que generan demanda en temporada baja y entre semana y favorecen estancias medias más prolongadas. Al mismo tiempo, los operadores deberían desarrollar de forma sistemática productos experienciales que vayan más allá de la oferta básica de alojamiento y comidas: talleres gastronómicos, experiencias guiadas relacionadas con el patrimonio, programas activos al aire libre y paquetes educativos para grupos escolares. Estas experiencias no solo aumentan los ingresos por huésped, sino que también generan el contenido diferenciador necesario para un marketing eficaz en las redes sociales.

La transformación digital debe considerarse un imperativo estratégico y no un complemento opcional. Todo operador de agroturismo debería mantener una presencia activa en al menos dos plataformas de reserva (incluida al menos una con un alcance internacional significativo), gestionar cuentas en redes sociales con contenido regular tanto en rumano como en inglés, e invertir en contenido visual profesional —fotografía y vídeo— que represente con precisión el auténtico atractivo del establecimiento. La colaboración con creadores de contenido especializados en turismo rural e influencers del sector turístico que mantengan relaciones auténticas con un público interesado en la naturaleza y la cultura ofrece una vía rentable para llegar a nuevos mercados, especialmente entre los visitantes jóvenes nacionales y europeos.

Abordar la estacionalidad requiere una innovación estructural del producto. La ocupación entre semana puede estimularse ofreciendo paquetes de teletrabajo a tarifas semanales competitivas para nómadas digitales, retiros de bienestar corporativo para pequeñas y medianas empresas, y paquetes temáticos de fin de semana largo en torno a festivales gastronómicos, temporadas de cosecha o tradiciones populares invernales. Para reducir la dependencia del pico de agosto, es necesario desarrollar experiencias invernales que sean genuinamente atractivas y específicas del contexto rural rumano: paseos en trineo, pesca en hielo, artesanía navideña tradicional y celebraciones de Año Nuevo en pueblos patrimoniales.

La internacionalización debe considerarse una prioridad estratégica para todo el sector. Los operadores individuales no pueden acceder de forma eficaz a los mercados internacionales por sí solos; es esencial un esfuerzo promocional colectivo. Esto requiere una inversión coordinada en plataformas digitales multilingües, la participación en ferias internacionales de turismo rural y en redes de «slow food», el desarrollo de itinerarios temáticos que conecten a múltiples operadores de distintas regiones y el fomento activo de relaciones con operadores turísticos receptivos especializados en viajes culturales, culinarios y sostenibles. El desarrollo de marcas regionales claramente diferenciadas —más allá de los circuitos existentes de Maramures, Bucovina y Bran-Moieciu— para territorios menos conocidos con un auténtico potencial agroturístico (las montañas de Apuseni, Oltenia, la región fronteriza del Banat) ampliaría la oferta sectorial y reduciría los riesgos de concentración geográfica.

La expansión territorial hacia regiones actualmente poco desarrolladas en materia de agroturismo —en particular los corredores subcarpáticos de Muntenia y Oltenia, la llanura aluvial del Danubio y las zonas de gran riqueza etnográfica del Banat y el este de Moldavia— debería apoyarse activamente mediante incentivos a la inversión específicos, asistencia técnica especializada para los nuevos operadores y mejoras en las infraestructuras de conectividad viaria y acceso a la banda ancha. Estas regiones cuentan con auténticos recursos culturales y naturales, pero carecen de la masa crítica de alojamientos y de la capacidad de comercialización necesarias para generar flujos de visitantes autosuficientes.

Diseño de programas de apoyo al agroturismo

El diseño de programas eficaces de apoyo al agroturismo requiere ir más allá de la financiación genérica para el desarrollo rural y orientarse hacia instrumentos específicamente adaptados a las necesidades y limitaciones particulares del sector del agroturismo. Se proponen los siguientes marcos programáticos.

Un Programa Nacional de Mejora de la Calidad del Agroturismo debería ofrecer ayudas específicas —financiadas a través del Plan Estratégico Nacional 2023-2027 y los marcos sucesivos— para la mejora física de los alojamientos agroturísticos existentes, con el fin de que alcancen los estándares de clasificación de 4 y 5 margaritas. Las inversiones subvencionables deberían incluir la instalación de instalaciones de bienestar, la ampliación del comedor y la profesionalización de la cocina, infraestructuras de accesibilidad, mejoras en la eficiencia energética y sistemas de energía renovable, así como infraestructuras digitales. El programa debería incorporar un proceso de solicitud simplificado, diseñado específicamente para pequeñas empresas familiares con capacidad administrativa limitada, diferenciándose así de la burocracia habitual de los proyectos de la UE, que actualmente disuade a muchos solicitantes potenciales.

Una Iniciativa de Aceleración Digital del Turismo Rural rumano debería proporcionar acceso subvencionado a herramientas de marketing digital, servicios de fotografía profesional, desarrollo de sitios web multilingües y formación en gestión de redes sociales para los operadores de agroturismo que actualmente carecen de las habilidades o los recursos necesarios para establecer una presencia en línea eficaz. El programa debería ejecutarse a través de una red de centros de apoyo a las empresas rurales ubicados junto a las oficinas regionales de la AFIR y debería incluir la tutoría entre pares, es decir, entre operadores digitalmente avanzados y aquellos que están iniciando su proceso de transformación digital. Se debería prestar especial atención al desarrollo de una plataforma digital nacional unificada para el agroturismo —un portal de reservas y descubrimiento rural específico para Rumanía— que agrupe la oferta dispersa de miles de pequeños operadores bajo una única marca con visibilidad internacional.

Un «Programa de Desarrollo de la Experiencia Rural y la Autenticidad» debería apoyar la creación y comercialización de productos experienciales que amplíen la oferta de agroturismo más allá del simple alojamiento: talleres gastronómicos y experiencias «de la granja a la mesa», programas de interpretación del patrimonio, demostraciones de artesanía, experiencias guiadas en la naturaleza y visitas educativas a granjas para grupos escolares. Este programa debería cofinanciar el desarrollo de infraestructuras para actividades con certificación de seguridad, la formación de los operadores en la dinamización de experiencias y el desarrollo de itinerarios temáticos coherentes a nivel local y regional. Deberían fomentarse activamente las colaboraciones con universidades agrícolas, escuelas de cocina e instituciones de artes populares para garantizar la calidad profesional y la precisión cultural de las experiencias desarrolladas.

Un Programa de Agrupación Territorial de Agroturismo debería apoyar la formación de agrupaciones locales de agroturismo —agrupaciones geográficas de entre cinco y veinte operadores que colaboren en la comercialización conjunta, la prestación de servicios compartidos, las normas de calidad comunes y el diseño coordinado de experiencias—. Los ejemplos internacionales de la red italiana Agriturist, el circuito francés «Bienvenue à la Ferme» y las asociaciones españolas de agroturismo demuestran que la agrupación en clústeres es el mecanismo principal a través del cual las explotaciones familiares individuales alcanzan la escala

y la profesionalidad necesarias para comercializar eficazmente sus servicios entre los visitantes nacionales e internacionales. Los clústeres deberían poder optar a subvenciones para inversiones colectivas, presupuestos conjuntos de marketing digital y una participación facilitada en ferias turísticas internacionales. El apoyo público a la formación y la gestión inicial de los clústeres a través de los grupos de acción local LEADER ofrece un marco institucional especialmente adecuado, dado el carácter territorial y comunitario del sector del agroturismo.

Por último, un programa de seguimiento e inteligencia debería garantizar que el sector se beneficie de datos sistemáticos y en tiempo real sobre las tendencias de la demanda, las características de la oferta, la dinámica de los precios, la satisfacción de los turistas y el posicionamiento competitivo en relación con países comparables. La calidad y la puntualidad actuales de las estadísticas sobre agroturismo rumanas —basadas en los datos mensuales del INS sobre alojamientos— son insuficientes para respaldar decisiones empresariales y políticas ágiles. La inversión en un observatorio específico del agroturismo, vinculado al Instituto Nacional de Estadística, a la Autoridad Nacional de Turismo/Ministerio de Turismo y a la AFIR, proporcionaría la base analítica necesaria para una gestión del sector basada en datos empíricos y reduciría significativamente el déficit de información que actualmente perjudica a los operadores agroturísticos rumanos en comparación con sus homólogos europeos.

Referencias

Adamov, T., Ciolac, R., Iancu, T., Brad, I., Peț, E., Popescu, G., Șmuleac, L. (2020). Sostenibilidad de la actividad agroturística. Iniciativas y retos en las regiones rurales de montaña de Rumanía. *Sustainability,* 12, 2502. https://doi.org/10.3390/su12062502.

Accor. (septiembre«Go get it: Cómo viajarán las generaciones Z y Y en 2025». . Disponible en: https://press.accor.com/ibis-reveals-global-gen-x-y-travel-intent-trends/?lang=eng.

Agencia para la Financiación de las Inversiones Rurales (Rumanía). (AFIR, a). Resultados del Programa Nacional de Desarrollo Rural (PNDR) 2007-2013. Disponible en: https://www.afir.ro/comunicare/programe-financiare/rezultate-pndr-2007-2013/.

Agencia para la Financiación de las Inversiones Rurales (Rumanía). (AFIR, b). Datos abiertos de la AFIR. Disponible en: https://portal.afir.info/informatii_generale_rapoarte_si_liste_date_deschise_afir.

Agencia para la Financiación de las Inversiones Rurales (Rumanía). (2026). Acerca de la AFIR. https://www.afir.ro.

Ana, M. I. (2017). Ecoturismo, agroturismo y turismo rural en la Unión Europea. *CACTUS Journal of Tourism*, 8(2), pp. 5-12.

Andrei, M. T. y Manolache, E. P. (2014). El potencial turístico antropogénico de las localidades del valle del Danubio. Estudio de caso: sector Giurgiu-Braila. *Geopolítica, Historia y Relaciones Internacionales*, 6(1), 166.

Antonie, I. (2024). El apiturismo, un componente importante del desarrollo sostenible del pueblo rumano: estudio de caso de la localidad de Sibiel (Mărginimea Sibiului), Rumanía. *Serie de artículos científicos sobre gestión, ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural,* 24, 41–50.

Bacter, R.V., Gherdan, A.E.M., Iancu, T., Ciolac, R., Dodu, M.A., Chereji, A., Brata, A.M., Morna, A.A., Ungureanu, A., Lup, F.G. (2025). El capital de sostenibilidad humana en el agroturismo: un enfoque integrado de criterios ESG y trabajo emocional con estudios de caso de Maramureș y Bucovina, Rumanía. *Agriculture,* 15(20), 2130. https://doi.org/10.3390/agriculture15202130.

Bondac, G.T., Violeta-Andreea, A., Georgiana Daniela, S. (2025). La sostenibilidad del agroturismo en Rumanía según la opinión de los gestores de fondos de pensiones. *EA,* 72, 693–717. https://doi.org/10.59267/ekoPolj2502693V.

Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., Alves, H. (2017). Mejora sostenible de la competitividad en destinos de turismo rural: la búsqueda de la fidelidad de los turistas en España. *Journal of Destination Marketing & Management,* 6, 252-266. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.005.

Cbi.eu. (2026). El potencial del mercado europeo para el agroturismo. Disponible en: https://www.cbi.eu/market-information/tourism/agritourism/market-potential.

Chivu, M., Stanciu, S. (2024a). El mercado del agroturismo en Rumanía: potencial, concentración y perspectivas de desarrollo. *Serie de artículos científicos sobre gestión, ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural,* 24, 195–202.

Chivu, M., Stanciu, S. (2024b). Promoción del patrimonio culinario de Rumanía. Estudio de caso: puntos gastronómicos locales. *Serie de artículos científicos sobre gestión, ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural,* 24, 203–212.

Choe, J.Y., Kim, S. (2018). Efectos del valor del consumo de comida local por parte de los turistas sobre la actitud, la imagen del destino gastronómico y la intención de comportamiento. *Int. J. Hosp. Manag,* 71, 1–10. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.007.

Ciobanu, E. D., y Draghici, M. (2016). El potencial turístico y agroturístico del condado de Tulcea (Rumanía). *En Instituto de Investigación de Economía Agraria y Desarrollo Rural. Simposio internacional. Economía agraria y desarrollo rural: realidades y perspectivas para Rumanía. Actas* (p. 332).

Consejo de Europa. (2023). ST 15441/22 INIT – documento (ro). Disponible en: https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15441-2022-INIT/ro/pdf.

Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, R., Rujescu, C., Marin, D. (2019). El agroturismo: un factor de desarrollo sostenible para mejorar la «salud» de los asentamientos rurales. Estudio de caso de la zona de las montañas de Apuseni. *Sustainability,* 11, 1467. https://doi.org/10.3390/su11051467.

Ciolac, R., Iancu, T., Brad, I., Adamov, T. y Mateoc-Sîrb, N. (2021). El agroturismo: una realidad empresarial actual para la sostenibilidad de las zonas rurales rumanas. *Sustainability,* 13(11), 6313. https://doi.org/10.3390/su13116313.

Constantin, C. P., Ispas, A. y Candrea, A. N. (2022). Análisis de las relaciones entre el perfil de los visitantes, su satisfacción y su intención de volver: datos de destinos de ecoturismo rumanos. *Land,* 11(2), 186. https://doi.org/10.3390/land11020186.

Cretu, R. C., Stefan, P., Gheorghe, S. y Bibicioiu, S. (2015). Nuevos retos para el turismo rural. Especialización de las casas de huéspedes de agroturismo. *Serie de artículos científicos sobre gestión, ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural,* 15, 123–126.

DAFE Digital. (2025). Estado de la publicidad en línea en Rumanía — Informe anual. Bucarest: DAFE Digital.

Dincu, A. M. et al. (2025). El potencial agroturístico del condado de Iași: recursos y orientaciones para el desarrollo sostenible. *Lucrări Științifice Management Agricol,* 27(1), pp. 145–152.

Dobre, C., Linca, A.-C., Toma, E., Iorga, A. (2024). Desarrollo sostenible del turismo rural de montaña: perspectivas a partir del comportamiento y los perfiles de los consumidores. *Sustainability*, 16, 9449. https://doi.org/10.3390/su16219449.

Dobre, C., Toma, E., Linca, A.-C., Iorga, A.M., Zaharia, I., Fintineru, G., Stoicea, P., Chiurciu, I. (2025). De lo percibido a lo medible: un índice de autenticidad basado en la lógica difusa en el turismo rural. *Sustainability* 17, 6667. https://doi.org/10.3390/su17156667.

Dobre, C.A., Iorga, A.M., Stoicea, P. (2022). Turismo rural y rumano auténtico en la zona de Muntenia, en los sub-Cárpatos. Estudio de caso original «Casa de huéspedes Satul Banului». *Serie de artículos científicos sobre gestión, ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural* , 22, 293–300.

Dorobantu, M.R., Nistoreanu, P. (2012). La hospitalidad: un componente de los productos turísticos rurales rumanos. *Revista de Turismo CACTUS,* 3, 17–23.

Dumitru, E. A., y Petre, L. I. (2016). Análisis del sector agroturístico tras el primer programa nacional de desarrollo rural (2007-2013). *En «Economía agraria y desarrollo rural: realidades y perspectivas para Rumanía». 7.ª edición del Simposio Internacional, noviembre de 2016, Bucarest (pp. 338-342). Bucarest: Instituto de Investigación de Economía Agraria y Desarrollo Rural (ICEADR).*

Eurostat. (2026a). Estadísticas sobre los precios de la electricidad. Disponible en: https://ec.europa.eu/eurostat.

Eurostat. (2026b). IPCA: tasa de inflación anual. Disponible en: https://ec.europa.eu/eurostat.

Comisión Europea. (2025). Informe nacional sobre la década digital de . Configurando el futuro digital de Europa. Disponible en: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/factpages/romania-2025-digital-decade-country-report.

Parlamento Europeo. (25 de marzo de 2021). Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de marzo de 2021, sobre el establecimiento de una estrategia de la UE para el turismo sostenible (2020/2038(INI)) (P9_TA(2021)0109). Disponible en: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0109_EN.html.

Franzutti, R., Vîntu, R., Smedescu, C. D., Ungureanu, D., Tudor, C. V. y Fântâneru, G. (2019). El programa nacional de desarrollo rural: una oportunidad para el desarrollo del agroturismo en el condado de Suceava. *Serie de artículos científicos: Gestión, Ingeniería Económica en Agricultura y Desarrollo Rural*, 19(2), 129–133.

Galluzzo, N. (2020). La evolución del agroturismo rumano y el papel de las subvenciones de la Unión Europea en las zonas rurales. *Open Agriculture*, *5* (1), 159-165. https://doi.org/10.1515/opag-2020-0017.

Galluzzo, N. (2021). Un análisis cuantitativo de las zonas rurales rumanas, el agroturismo y los impactos de las ayudas económicas de la Unión Europea. *Journal of Rural Studies, 82*, 458–467. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.025.

Gica, O.A., Coros, M.M., Moisescu, O.I., Yallop, A.C. (2021). Estrategias transformadoras de turismo rural como herramientas para el desarrollo sostenible en Transilvania, Rumanía: un estudio de caso de Sâncraiu. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 13, 124–138. https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2020-0088.

Gordan, M.-I., Peț, E., Popescu, G., Brad, I., Milin, A.I., Adamov, T.C., Ciolac, R., Pascariu, A.R., Iancu, T. (2023). Factores que influyen en los precios del alojamiento en el turismo rural rumano. *Sustainability,* 15, 191. https://doi.org/10.3390/su15010191.

Gordan, M.-I., Tudor, V.C., Popescu, C.A., Adamov, T.C., Peț, E., Milin, I.A., Iancu, T. (2024). Modelos de fijación de precios hedónicos en el turismo rural: análisis de los factores que influyen en los precios del alojamiento en Rumanía mediante regresión ponderada geográficamente. *Agriculture,* 14, 1259. https://doi.org/10.3390/agriculture14081259.

Gurgu, A.-E., Fîntîneru, G. (2025). Experiencias de enoturismo: factores clave para atraer visitantes a las zonas rurales como estrategia para el desarrollo sostenible del agroturismo en Rumanía. *Serie de artículos científicos sobre gestión e ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural,* 25, 455–466.

Herman, G.V., Banto, N., Ciaciora, T., Ungureanu, M., Furdui, S., Garai, L.D., Grama, V. (2021). La percepción del destino turístico de las montañas de Bihor, Rumanía. *Geogr. Pol*. 94, 573–587. https://doi.org/10.7163/GPol.0221.

Iatu, C., y Bulai, M. (2011). Un nuevo enfoque para evaluar el atractivo turístico en la región de Moldavia (Rumanía). *International Journal of Energy and Environment*, 5(2), 165-174.

Ibric, A. I. et al. (2025). Etnomarketing digital y narración rural: enmarcar la cultura popular para el viajero digital. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 27(1), pp. 233–240.

Ilie, M. R., Arghiroiu, G. A. y Beciu, S. (2025). Una década de turismo rural en Rumanía (2013-2023) y el potencial de las tecnologías emergentes para el desarrollo sostenible. *Serie de artículos científicos: Gestión, ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural, 25*(1), 491-504. Disponible en: https://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol.25_1/Art50.pdf.

Ispas, A., Untaru, E. N. y Candrea, A. N. (2019). Prácticas de gestión medioambiental en las casas de huéspedes de agroturismo en Rumanía: un estudio cualitativo entre los gestores. *Sostenibilidad*, 11(14), 3887.

Istoc, E. M. (2025). La implementación de la tecnología digital en el turismo rural rumano y los retos asociados. *«Economy and Contemporary Society»,* 30, 60–72.

Istoc, E. M. (2025). La implementación de la tecnología digital en el turismo rural rumano y los retos asociados. *Revista de Desarrollo Rural y Regional*, 14(2), pp. 77-89.

Ivasciuc, I.S. et al. (2024). «Paisajes digitales: análisis del impacto de la comunicación en Facebook en la participación de los usuarios con los destinos de ecoturismo rumanos». *Land*, 13(4), p. 432.

Kovacs, M., Szakács, A., Andrășanu, A. y Denuț, I. (2025). El desarrollo del proyecto del geoparque de la UNESCO «Gutâi-Maramureș» y el turismo sostenible basado en los valores patrimoniales en la zona volcánica de Gutâi, en los Cárpatos Orientales (Rumanía). *Land*, 14(4), 726.

Marin, A. (2018). Análisis comparativo de las tres primeras macrorregiones agroturísticas rumanas. *Serie de artículos científicos: Gestión, ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural, 18*(2), 301–304.

Micula, I. A. et al. (2023). Consideraciones sobre la evolución del agroturismo en Rumanía, *Lucrări Științifice Management Agricol*, 25(3), pp. 312-318.

Mihăilă, D., Bistricean, P. I. y Briciu, A. E. (2019). Evaluación del potencial climático para el turismo. Estudio de caso: la Región de Desarrollo del Noreste de Rumanía. *Climatología Teórica y Aplicada*, 137(1/2), 601.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR). (2013). Análisis socioeconómico del medio rural rumano. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Disponible en: http://www.madr.ro/docs/dezvoltare-rurala/Descrierea_generala_a_situatiei_economice_actuale_4_11_2013.pdf.

Moldovan, A. et al. (2025). «El capital de sostenibilidad humana en el agroturismo: un enfoque integrado de criterios ESG y trabajo emocional con estudios de caso de Maramureș y Bucovina, Rumanía». *Agriculture*, 15(20), p. 2130.

Morariu (Rusu), L., Marcuta, A., Tudor, V.C., Micu, M.M., Preda (Alexe), M., Marcuta, L. (2025). Análisis de la interdependencia entre el consumo de alimentos y el desarrollo del turismo gastronómico en Rumanía. *Serie de artículos científicos sobre gestión e ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural*, 25, 665.

Instituto Nacional de Estadística (Rumanía). (2026). *Instituto Nacional de Estadística (INS)*. Disponible en: https://insse.ro.

Nedelcu, A. (2014). Potencial del enoturismo en Rumanía. Estudio de caso: viñedo de Dealu Mare. *Anales de la Universidad «Constantin Brancusi» de Târgu Jiu, Serie de Economía*, 50-55.

Nistoreanu, P., Tigu, G., Popescu, D., Padurean, M., Talpes, A., Tala, M., Condulescu, C. (2003). *Ecoturismo y turismo rural. ASE Bucarest*, Bucarest.

Nistoreanu, P., Aluculesei, A. C. y Avram, D. (2020). ¿Es el marketing ecológico una etiqueta para el ecoturismo? La experiencia rumana. *Information, 11*(8). https://doi.org/10.3390/INFO11080389.

Oltean, F. D. y Gabor, M. R. (2022). Enoturismo: una herramienta de gestión sostenible para el desarrollo rural y los viñedos. Análisis intercultural del perfil del consumidor de Rumanía y Moldavia. *Agriculture,* 12, 1614. https://doi.org/10.3390/agriculture12101614.

Oltean, R.-C., Dahlman, C. T. y Arion, F.-H. (2024). Visualización de un futuro sostenible en la Rumanía rural: agroturismo y arquitectura vernácula. *Agriculture, 14*(8), 1219. https://doi.org/10.3390/agriculture14081219.

Orden n.º 65/2013 por la que se aprueban las Normas Metodológicas relativas a la expedición de certificados de clasificación para estructuras de acogida turística con funciones de alojamiento y restauración, así como de licencias y certificados turísticos. *Boletín Oficial de Rumanía*, n.º 353, de 14 de junio de 2013.

Pascariu, A.R. et al. (2024). Estrategias digitales eficaces para promover el turismo rumano. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 26(4), pp. 201–208.

PGL Rumanía. Registro de Puntos Gastronómicos Locales (PGL) en Rumanía. Disponible en: https://infopgl.ro/registrul-pgl/index.html.

PGL Rumanía. Puntos gastronómicos locales en Rumanía. Agencia Nacional de Zonas de Montaña (AZM). Disponible en: https://azm.gov.ro/punctele-gastronomice-locale-din-romania/.

Popescu, A. (2016). La posición de las casas de huéspedes turísticas y agroturísticas en las estructuras de alojamiento de Rumanía. *Serie de artículos científicos sobre gestión, ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural,* 16.

Popescu, C. A., Iancu, T., Popescu, G., Adamov, T. y Ciolac, R. (2023). El impacto de la actividad agroturística en el medio rural: conclusiones de una zona agroturística auténtica —Bucovina, Rumanía—. *Sustainability,* 15, 10294. https://doi.org/10.3390/su151310294.

Poruțiu, A., Tirpe, O.P., Oroian, C., Mihai, V.C., Chiciudean, G.O., Chiciudean, D., Porutiu, C., (2021). Análisis de las preferencias de los turistas por los destinos de turismo rural en Rumanía. *Societies,* 11, 92. https://doi.org/10.3390/soc11030092.

Poruțiu, A.R., Brata, A.M., Dumitras, D.E., Oros, O.P., Muresan, I.C. (2024). Comprensión de las preferencias generacionales rumanas y la toma de decisiones de viaje a la hora de elegir un destino rural. *Sustainability,* 16, 4074. https://doi.org/10.3390/su16104074.

Pricopoaia, O. et al. (2024). Aplicación de estrategias de marketing digital para promover las zonas turísticas de Rumanía en la era digital. *Amfiteatru Economic*, 26 (número especial 18), pp. 1082-1107.

Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico de Rumanía 2025-2035 (2026). Disponible en: https://accessible-eu-centre.ec.europa.eu/content-corner/digital-library/strategia-nationala-din-25-septembrie-2024-pentru-dezvoltarea-turismului-pentru-perioada-2025-2035_en?prefLang=de.

Roșu, E. (2016). El potencial turístico del condado de Suceava. *Economía Agrícola y Desarrollo Rural*, 13(1), 107-117.

Sima, E. (2019). Impacto económico, social y medioambiental del turismo rural rumano. *Economía Agrícola y Desarrollo Rural*, 16(1), 137-146.

Stancioiu, E. L., Ionica, A. (2025). «Exploración del agroturismo sostenible y las tecnologías emergentes en la Sociedad 5.0». *«Balkans Journal of Emerging Trends in Social Sciences*», 8(1), pp. 44-53.

Stanciu, M., Danciu, C.-A., Pop-David, A., Antonie, I. (2025). Puntos gastronómicos locales: una herramienta para una cadena de valor sostenible en el turismo rural de Rumanía. *Serie de artículos científicos sobre gestión e ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural*. 25, 817–828.

Stanciu, M., Popescu, A., Corman, S. (2024). Un modelo de buenas prácticas en el turismo rural sostenible en zonas de montaña: un estudio de caso de «Gura Raului», condado de Sibiu, Rumanía. *Serie de Artículos Científicos sobre Gestión e Ingeniería Económica en Agricultura y Desarrollo Rural*. 24, 957–968.

Stanciu, M., Popescu, A., Stanciu, C. (2023). Turismo rural, agroturismo y ecoturismo en Rumanía: estado actual de la investigación y tendencias futuras. *Serie de artículos científicos sobre gestión e ingeniería económica en agricultura y desarrollo rural*, 23.

Statista. Viajes, turismo y hostelería. Disponible en: https://www.statista.com/map/europe/romania/travel-tourism-hospitality?srsltid=AfmBOoqSbHDVt3sOiLt2OY49weQfNtOtuqCuQrHCPmFZEOhhYrFhGUcK.

Stefan, D., Vasile, V., Popa, M. A., Cristea, A., Bunduchi, E., Sigmirean, C., ... y Ciucan-Rusu, L. (2021). Aumento del potencial de las marcas registradas y desarrollo empresarial rural: un estudio de caso del sur de Transilvania, Rumanía. *PloS One*, 16(1), e0245044.

Tanase, M.O., Nistoreanu, P., Dina, R., Georgescu, B., Nicula, V., Mirea, C.N. (2023). La relación de los estudiantes rumanos de la Generación Z con el turismo rural: un estudio exploratorio. *Sustainability,* 15, 8166. https://doi.org/10.3390/su15108166.

Tatar, A. M. (2024). Análisis demográfico y social del eje habitacional a lo largo de la ruta turística Via Transilvanica en el condado de Bistrița-Năsăud. *Revista Universitaria de Sociología*, 214.

Toader, I. A. y Mocuta, D. (2018). Estudio sobre los servicios de agroturismo en Rumanía. *Serie de Artículos Científicos sobre Gestión, Ingeniería Económica en Agricultura y Desarrollo Rural*, 18(3), pp. 435–440.

Vasiu, I.V. et al. (2021). Agroturismo: una realidad empresarial actual para la sostenibilidad de las zonas rurales rumanas, *Sustainability*, 13(11), p. 6313.

Velea, L., Irimescu, A., Bojariu, R., Chitu, Z. (2024). El cambio climático y su impacto en el turismo rural rumano: una revisión de los conocimientos aplicables. *Agricultura*, 14, 1917. https://doi.org/10.3390/agriculture14111917.

Banco Mundial. (2023). Análisis en profundidad del turismo de montaña (Servicios de Asesoramiento Reembolsables —RAS—, Apoyo al desarrollo de las zonas de montaña en Rumanía, P176070). *Washington, D. C.: Banco Mundial*. Disponible en: https://www.madr.ro/docs/poca/2024/4.1.-RO-Analiza-turismului-montan-din-Romania-A4.3.pdf.

Funded by the European Union

#AGRI&TOUR - Boosting Agritourism with Youth Power

CC BY

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI
UNIVERSIDAD DE ALMERÍA
TUS
COAG Jaén
Associazione Sviluppo Rurale