



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales
y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

OLEO TURISMO EN LA COMARCA DE LA SIERRA DE CAZORLA

**Alumno: Juan Rodríguez Mallenco
Profesora: Rocio Carrillo Labella**

Junio, 2022

Resumen:

Dada la importancia del sector productor de aceite de oliva en la provincia de Jaén y la creciente relevancia que están adoptando las actividades turísticas, más concretamente el oleoturismo, en este trabajo se pretende conocer las percepciones , actitudes y comportamientos de los residentes de la Sierra de Cazorla de cara al modelo del Oleoturismo. Para la consecución del objetivo se ha realizado un estudio exploratorio de carácter cualitativo, mediante entrevistas semiestructuradas a residentes de la zona de la comarca de Cazorla , Segura y las Villas. Entre los principales resultados obtenidos se puede decir que la potenciación del oleoturismo atraería mucha riqueza y muchos puestos de trabajo , para poder paliar con la tasa de desempleo y que esta sería una praxis beneficiosa para el medio ambiente, pues ayudaría a prevalecer y conservar el ecosistema de la zona.

Abstract:

Given the importance of the olive oil producing sector in the province of Jaén and the growing relevance that tourist activities are adopting, more specifically olive oil tourism, this work aims to know the perceptions, attitudes and behaviors of the residents of the Sierra de Cazorla facing the Oleotourism model. To achieve the objective, an exploratory study of a qualitative nature has been carried out, through semi-structured interviews with residents of the Cazorla, Segura and Las Villas region. Among the main results obtained, it can be said that the promotion of olive oil tourism would attract a lot of wealth and many jobs, in order to alleviate the unemployment rate and that this would be a beneficial praxis for the environment, since it would help to prevail and preserve the ecosystem of the area.

INDICE:

1-Introducción

2-Modelos Turísticos Oleo turismo

2.1 –Concepto y contextualización del Oleo turismo

2.2-Modalidades del Oleo turismo

3. Marco teórico Oleoturismo

3.1. Situación actual del sector oleico.

3.2. Rol que siguen los residentes.

3.3 Análisis DAFO

4. Objetivos del estudio y metodología aplicada.

4.1. Objetivos del estudio.

4.2. Metodología aplicada

-Entrevista a hoteles locales, gerente de la cooperativa, restaurantes locales, empresarios que enfocan su actividad en el Oleo turismo

5. Principales resultados obtenidos y discusión.

6. Conclusiones, límites del estudio y futuras líneas de investigación.

7. Bibliografía.

8. Anexo: modelo y guion de la entrevista.

INTRODUCCIÓN:

El Oleoturismo es una novedosa modalidad de turismo sostenible que ha surgido en esta última década ,alrededor de los núcleos rurales más turísticos de nuestro territorio donde el visitante conoce la cultura del olivo ligada al paisaje, historia y cultura del mismo.

El Oleoturismo se ha convertido en uno de los atractivos turísticos por excelencia de estos últimos años en infinitud de núcleos rurales a lo largo y ancho de toda la geografía de nuestro país, este es el caso de Cazorla, un municipio de la provincia de Jaén, cuna de uno de los ríos más importantes de nuestra geografía, el Guadalquivir.



El municipio de Cazorla ha sabido aprovechar la oportunidad de dar a conocer uno de sus bienes más preciados y ha unido su oferta de naturaleza y el clúster olivarero, que representa la gran mayoría de actividad económica de toda la comarca.

Así mismo su oferta cultural se ve afianzada con el aprovechamiento de su patrimonio material, lo cual ha convertido a Cazorla en uno de los destinos mejor valorados y más visitados de nuestra geografía.

“Cazorla ha sido nominado entre los seis destinos rurales más bonitos de España, enmarcado en la campaña 'Destinos Family Friendly 2020' por la plataforma internacional 'Vrbo', anteriormente llamada 'Homeaway', una plataforma online experta

en alquiler vacacional centrada en Estados Unidos desde hace 25 años, cuyo objetivo es ayudar a familias de todo el mundo a encontrar y reservar, de manera sencilla y segura, la casa de vacaciones perfecta.” (Cádiz, 2020)

Es bien sabido por todos que la provincia de Jaén cuenta con un mar verde, el cual lo conforman un total de más de 60 millones de olivos, que tiñen de este magnífico color la inmensidad de nuestra provincia, olivos que producen uno de los productos de mayor calidad y mejor valorados de nuestra dieta mediterránea, el aceite de oliva virgen extra en su infinitud de gamas y variedades.

¿Qué es el aceite de oliva virgen extra?, aunque para muchas personas esta sea una pregunta con una respuesta obvia, vamos a explicarlo para que aquellas personas que no lo sepan puedan entenderlo;

Según el anexo VII del Reglamento (UE) n.º 1308/2013;

Se entenderá por "aceite de oliva virgen", el aceite obtenido del fruto del olivo exclusivamente por medios mecánicos u otros procedimientos físicos aplicados en condiciones que excluyan toda alteración del producto, y que no se ha sometido a ningún otro tratamiento que no sea su lavado, decantación, centrifugado o filtración, excluidos los aceites obtenidos con el uso de disolventes o de coadyuvantes de acción química o bioquímica, por un procedimiento de re esterificación o como resultado de cualquier mezcla con aceites de otros tipos.

En base a este producto de alto valor nutricional y cultural, nace la figura del Oleoturismo, una modalidad que se define como es cualquier actividad turística que se concentra en torno al aceite de oliva, en su sentido más amplio, y en el aceite de oliva virgen extra, en particular, puede presentarse desde diferentes enfoques y perspectivas, encontrándose entre las más notorias; Ecoturismo (consiste básicamente en la apreciación de áreas naturales sin realizar ninguna perturbación), Turismo gastronómico (es un tipo de turismo donde el interés se encuentra en la gastronomía) y Turismo rural (actividad turística realizada en un entorno rural).

Cualquiera de las anteriormente mencionadas, rompen con la monotonía turística del sol-playa, grandes urbes o grandes conglomerados comerciales, ofreciendo así al consumidor una oferta que lo transportará a conocer y comprender las raíces de esta maravillosa tierra.

El objetivo de este trabajo es conocer las percepciones, actitudes y comportamientos de los residentes de la Sierra de Cazorla de cara al modelo del Oleoturismo, por lo que intentaremos conocer y determinar la forma de ver dicha actividad y comprobar si sumando todos los aspectos influyentes, estos tienen una visión positiva o negativa en el grueso de personas en el que va a ser establecido, para ello aplicaremos diversos criterios, los cuales nos harán saber cuál es el grado de apego que tienen los mismos a esta actividad.

Este trabajo se divide en cuatro partes: en la primera, se conceptualiza el oleoturismo y revisión de la literatura, en la segunda se analiza el papel de los residentes en las actividades implicadas en la actividad y la revisión de la literatura correspondiente; en la tercera parte se presentan los objetivos de estudio y la metodología; y en la cuarta y última se exponen los principales resultados, conclusiones y limitaciones de estudio.

2-MODELOS TURÍSTICOS OLEO TURISMO

2.1. Concepto y contextualización del Oleo turismo.

El oleoturismo, propiamente dicho, es “un nuevo modelo de turismo sostenible que nace con el fin de transmitir la excelencia del AOVE y dar a conocer la cultura del olivo a través de actividades de formación y recreación relacionadas con el Aceite de oliva a través de una variada y amplia oferta de actividades con el olivar y el aceite: museos,almazaras, restaurantes especializados, alojamientos rurales, cortijos, fiestas, degustaciones y catas de aceite, etc.” (Oleotour Cazorla, 2022)

El Oleoturismo es una experiencia orientada a dar a conocer el producto, así como sus beneficios, la cultura e historia de donde se encuentra y la naturalidad y el respetuoso trato con el medio ambiente.

Este concepto turístico emerge como consecuencia del incremento del turismo gastronómico y todas sus variedades, acompañando a otro tipo de actividades similares, como sucede con el Enoturismo (también conocido como turismo del vino).

A continuación vamos a hacer una breve introducción y toma de contacto del lugar donde se ubica la sede de nuestro estudio, con el objetivo de tener un mejor enfoque del contenido y estudio que vamos a realizar.

En esta ocasión nos vamos a centrar en el turismo autóctono de la serranía de Jaén, donde se encuentra el municipio de Cazorla, seguro que la mayoría de nosotros en alguna ocasión, ha oído hablar de Cazorla y el Parque Natural de Cazorla, Segura y las Villas, siendo esta la mayor reserva natural protegida de España, segunda de Europa, detrás de la Selva Negra Alemana, uno de los espacios naturales de mayor biodiversidad de Europa y del mundo, y no solo eso, así mismo tenemos la suerte de contar en esta zona con 2 de los ríos más importantes al sur de la península ibérica, el Guadalquivir y el Segura, los cuales nacen en estas sierras y suministran un bien tanpreciado como es el agua a sus habitantes y a nuestros campos, en los cuales tenemos la suerte de que se encuentren gran número de olivos: centenarios, olivos de variedades autóctonas como puede ser el royal, que producen los aceites de mejor calidad y que única y exclusivamente, se encuentran aquí.



Fuente: Andaltura (2022)

Por lo que podemos decir con toda certeza, que Cazorla es naturaleza y es olivar, aparte de contar con todo lo anteriormente mencionado, no es posible contemplar a Cazorla sin su olivar y su campiña, puesto que el carácter de esta tierra no sería comprendido, son parte indeleble de nuestros pueblos, de nuestra cultura y de nuestros paisajes desde hace miles de años.

No cabe duda en que si se visita Cazorla y el Parque Natural, es de necesaria obligación dedicar unas horas de tu visita para practicar Oleoturismo, descubrir la cultura e historia asociados a la cultura del aceite de oliva, conocer los recursos asociados al olivar, y poder degustar los mejores AOVES, uno de los mejores aceites virgen extra del mundo, conocido como oro líquido.

Por lo que teniendo en cuenta todo lo anteriormente mencionado, nos encontramos frente a una serie de denominadores comunes los cuales nos hacen ver el potencial subyacente de esta actividad en nuestro estudio, tales como:

- El oleoturismo nos proporciona una opción que rompe con los estándares turísticos comúnmente establecidos tales como Sol-playa, grandes urbes, etc.
- El oleoturismo se centra y da voz a la infinitud de riqueza patrimonial que posee la provincia de Jaén, anteriormente silenciada.
- Este tipo de turismo se encuentra dentro del ámbito de turismo rural y gastronómico.
- Teniendo en cuenta todo lo anteriormente mencionado, podemos decir que esta actividad, va mucho más allá de una simple visita turística, pudiendo abarcar asimismo infinitud de ofertas culturales, patrimoniales y paisajísticas.

2.2 Modalidades de actividades en Oleoturismo

Para completar esta parte introductoria del estudio, pasaremos a realizar un análisis conceptual del oleoturismo, con el objetivo de tener una mejor comprensión, he considerado oportuno que esta introducción se lleve a cabo mediante la exposición de una serie de nociones generales de las modalidades del mismo, con el fin de lograr una mejor contextualización.

Para ello se acudirá a la web de Oleotour que recoge toda la oferta existente de oleoturismo en la provincia de Jaén, oferta que es bastante completa y variada contando con todas las modalidades y actividades existentes dentro del oleoturismo.

Oleotour supone una iniciativa llevada a cabo por la Diputación Provincial de Jaén como oportunidad turística para el desarrollo, Oleotour tiene su origen en 2014, momento en el que la Diputación de Jaén apostó por el aprovechamiento de todos los bienes que ofrecía el mundo del olivar y que todos tenían en común, estos giraban en torno a la producción del aceite de oliva como producto estrella de la provincia.

Jaén es la primera provincia española productora de aceite de oliva y por ende, de todo el mundo ya que España es el primer país productor de AOVE.

A continuación vamos a ver las modalidades más destacables del Oleoturismo, para ello vamos a tomar como guía la página de Jaén Paraíso Interior y nos vamos a la sección Oleotour de diputación de Jaén, de ahí podemos obtener las modalidades más reconocidas del Oleoturismo de la zona:

Visitas a almazaras:

La producción del aceite de oliva , ha modelado el paisaje de la provincia a lo largo de toda la geografía y a lo largo de nuestra historia, es fácil de observar cómo el gran mar de olivos que posee nuestro territorio, está salpicado de numerosas edificaciones de una inmensa y específica riqueza y arquitectura, todas ellas dedicadas a la conversión del fruto de la aceituna a aceite, estas son las denominadas almazaras, lugares en los cuales hoy en día es posible visitar y en los que se muestra en su totalidad el proceso mecanizado por el que dicho fruto pasa a convertirse en el tan preciado oro líquido, el aceite de oliva virgen extra. Son algo más de 20 las almazaras que cuentan con la capacidad de ser visitadas a lo largo de la provincia, siendo también importante destacar que la gran mayoría de ellas en el último y primer trimestre del año están sumergidas en su totalidad en el proceso de producción, pero aun así en algunas es posible la visita.

Degustaciones en restaurantes

Muchos restaurantes de la zona han tomado la iniciativa de presentar una experiencia basada en el oleoturismo, disfrutando dentro de su menú de una cocina de altísima calidad con base en el aceite de oliva virgen extra, siendo así una de las propuestas más innovadoras e interesantes, el oleoturismo cumple este papel a la perfección dentro del turismo gastronómico, ofreciendo así una genial opción, puesto que nos encontramos en el sitio perfecto para disfrutar de la gastronomía autóctona con el aceite de oliva virgen extra de mayor calidad de la provincia.

Esto es así no solo para los turistas, sino también para los propios residentes de la zona, esta tierra ofrece una gastronomía única y singular y que sin lugar a dudas se verá potenciada y distinguida por el uso del AOVE. Descubriendo de la misma manera nuevas creaciones distinguidas de gastrónomos especializados en los mejores aceites,

con una cocina llena de matices diversos tales como la variedad picual o royal, autóctona de la zona de Cazorla, entre distinguidos restaurantes con premios y distinciones tales como estrellas Michelin o Soles Repsol, convirtiendo a los mismos en una evidente atracción turística.

Catas y degustaciones organizadas

En primer lugar, diferenciaremos entre las catas y degustaciones y posteriormente pasaremos a profundizar brevemente sobre las mismas.



Fuente: Oleotour Cazorla (2022)

Referente a las catas, son llevadas a cabo principalmente por un grupo generalmente denominado experto, es decir, que posee cierto nivel previo de conocimiento sobre el tema, pueden estar compuestas por grupos de personas previamente formadas en este propósito, ya sea producto, tipos, variedades y diferencias del mismo. Consistirán principalmente en apreciar los principales atributos del mismo tales como textura, olor, sabor y para ello se llevarán a cabo en vasos opacos con el fin de no poder ver el producto y poder condicionar así el resultado de la misma. Un ejemplo de las mismas, podrían ser las catas a profesionales de la hostelería, críticos gastronómicos, profesionales de la restauración y del turismo.

En segundo lugar, respecto a las degustaciones, podemos contemplar que las mismas están dirigidas a un público inexperto, es decir un público que no está familiarizado con el producto y su objetivo es conocer más del mismo, principalmente el objetivo de las mismas es despertar y refinar el gusto del turista para ayudarlo a saber diferenciar entre los AOVES de calidad y facilitar tanto su identificación como los posteriores procesos de compra, para que cada vez más un mayor número de clientes pueda disfrutar de un aceite de calidad en sus mesas.

Visitas a museos

En una tierra tan singular como es Jaén, no podían faltar los museos destinados al aceite, así como los centros de interpretación, lugares donde podemos acercarnos aún más a esta maravillosa cultura del aceite y conocer de primera mano esta práctica ancestral, ya sea a través de visitas guiadas o a través de una forma.

En estos centros podremos percibir cómo ha afectado el paso del tiempo a la actividad oleícola, pudiendo observar tanto las edificaciones que se usaban como los instrumentos empleados para la recolección.

A lo largo de la provincia podremos observar varios tipos de los mismos; centros creados única y exclusivamente para este propósito, como puede ser el de Cazorla, que ha sido creado con este fin o como puede ser el caso de otros 11 museos, que se encuentran en antiguas almazaras de antigua construcción, los cuales sin ninguna duda ofrecen al turista cierto atractivo histórico, la provincia de Jaén cuenta con una gran variedad de museos y centros de interpretación.

Visitas a cortijos rurales

El olivar y su aceite, han delimitado a lo largo de la historia de nuestra provincia un modo único de comprender la vida, nuestro paisaje y nuestra economía.

Los cortijos jienenses, eran cortijos que estaban destinados entre otros muchos usos, a poder pernoctar en ellos en la época de la campaña y ser usados como vivienda, para la inmensa totalidad de los jornaleros, puesto que tenían que tener un lugar cercano al trabajo donde poder realizar su vida cotidiana, repartidos por toda la provincia, estos

cortijos y su arquitectura hacen ver la majestuosidad de la integración y el respeto hacia el medio ambiente de nuestros antepasados.

Muchos de ellos han sufrido una gran transformación, puesto que han tenido que ser profundamente restaurados para poder ser convertidos en alojamientos rurales, conservando gran parte de elementos arquitectónicos tradicionales, muchos de ellos no han podido ser restaurados completamente para ofrecer un uso de alojamiento al turista por lo que estos han sido relevados a museos.

Además en la comarca de la Sierra de Cazorla, en la localidad de La Iruela, cerca de una famosa e histórica pedanía de Tramaya (núcleo más potente en la antigüedad del sector oleícola en la zona) se encuentra uno de los ejemplares de olivos centenarios más longevos del mundo, conocido como “Acebuche de las Hoyas”.

En definitiva, estos cortijos y haciendas rurales nos ofrecen la oportunidad de poder sentir como vivían nuestros antepasados en su día a día acercándonos aún más a la cultura del olivo.

Experiencias de olivarero

Fomentadas principalmente con el objetivo de hacer sentir al cliente o turista , en la piel del jornalero que recolecta el fruto del olivar , es cierto, que antiguamente estaba todo mucho menos automatizado y mecanizado, pero principalmente lo que se busca es lograr que el turista empatice con el agricultor, para que valore y aprecie el trabajo, dándose cuenta realmente del tan costoso proceso que es convertir la aceituna desde que está en el árbol, hasta que llega a la mesa en cualquiera de sus formas.

Para ello, podemos hacer uso de una de las actividades más conocidas del programa Oleotour, “Olivarero por un día “.

Rutas paisajísticas de senderismo

Es bien conocida y sabida la riqueza que ofrece la comarca de la Sierra de Cazorla, bañada por sierra y campiña, contando con diversas oportunidades tales como, senderos o rutas singulares por las que adentrarse en el territorio y conocer por completo el eje de nuestra tierra, ofreciendo una modalidad de turismo en la que, sus visitantes podrán enriquecerse tanto de este componente paisajístico-medio ambiental, como de un tipo de turismo ecológico y beneficioso para nuestra salud, estando plenamente en

contacto con la naturaleza, existen un gran número de empresas que ofrecen este tipo de servicios, pudiendo escoger así la que más se adapte a las necesidades de cada individuo.

Olivoterapia

El aceite de oliva tiene un sinfín de utilidades, no solamente en lo referido a sus propiedades altamente beneficiosas en calidad de alimento como puede ser la prevención de múltiples enfermedades a través de la ingesta vía oral. El aceite de oliva tiene propiedades nutracéuticas, su consumo es altamente beneficioso para la salud y para el buen funcionamiento de nuestro organismo.



Fuente: gastronomíajaen (2022)

Yendo un paso más allá de lo anteriormente mencionado, podemos apreciar su uso en otros ámbitos como pueden ser el de la salud, bienestar y belleza, principalmente podemos ver este producto como base en novedosas modalidades de spa y relajación, llevándose a cabo masajes y terapias con el propio aceite de oliva, así como con sus derivados, hojas de oliva o con el propio hueso.

La más conocida y popularizada podría ser la olivo terapia que es una nueva tendencia, basada en la realización de masajes y tratamientos oportunos con aceite de oliva, lo cual es muy beneficioso para nuestro organismo y nuestra piel, aportando, una cantidad de beneficios como podrían ser; la paliación de dermatitis, rehidratación total de nuestra piel, propiedades antienvjecimiento y un sinfín más de ejemplos, haciendo así de la olivo terapia y del uso del aceite de oliva una apuesta de valor.

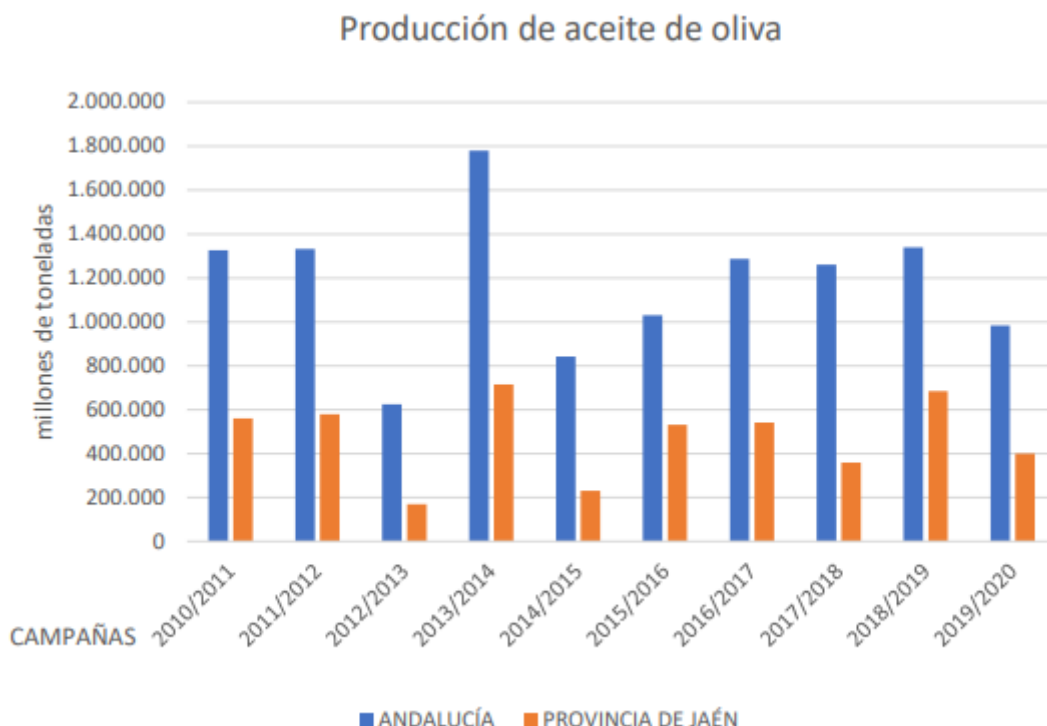
3. MARCO TEÓRICO OLEO TURISMO

3.1.Situación actual del sector oleico.

A continuación vamos a pasar a explicar la situación actual del sector oleico para comprender de una manera más óptima la situación actual del mercado, ya que esto modificará nuestro enfoque.

“El sector de aceite de oliva ha evolucionado durante el transcurso de los años. De acuerdo con (Martínez, 2020), la mayoría de la superficie de olivar se encuentra en Europa (60%), seguida por África (27%), Asia (10%), América (2%) y Oceanía (menos de 1%). Además, en los últimos años se han incluido a la lista nuevos países, como El Salvador, Etiopía, Kuwait, Uzbekistán, Azerbaiyán y Macedonia. De esta manera, son 56 países de los cinco continentes que producen aceite de oliva en el mundo. Un tercio de la producción mundial pertenece a España, siendo la región de Andalucía la mayor productora de aceite de oliva en el mundo. Además, cabe destacar que la provincia de Jaén produce el 60% de todo el aceite de oliva anual generado en España, lo que lo convierte en el primer productor del mundo.” (Galera Alegre,2020)

Grafica 1. Datos de producción (2010-2020)



Fuente: Elaboración propia, datos a partir de la página de Junta de Andalucía (2016)

En el gráfico anterior, Gráfica 1, se muestra la producción de aceite de oliva de la región de Andalucía y de la provincia de Jaén de la última década. La producción media de Andalucía, en base a los datos del gráfico, gira en torno a 1.180 millones de toneladas. Mientras que la provincia de Jaén ha tenido en los últimos años una producción media de 500 millones de toneladas de aceite de oliva.

En cambio, la campaña actual de este año ha sido de corta duración y baja producción supone una reducción del 5,5% respecto a 2020-2021 y un descenso del 4,5% en comparación con la media de las cinco últimas campañas, como consecuencia de la escasa producción prevista por las repercusiones de la sequía y por la mala floración del olivar, como consecuencia del aumento de las temperaturas de los últimos años. Esta falta de vitalidad y el desarrollo vegetativo del fruto ponen de manifiesto la merma cuantiosa de la floración, un mal cuajado y, por consiguiente, una escasa producción. En la actualidad, el olivar y el aceite de oliva español se encuentra en una situación comprometida, de incertidumbre y de inseguridad a raíz de la aplicación del 25% de los aranceles que EE UU ha atribuido a nuestro aceite de oliva, tras autorizarlo la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Esto provoca que España se encuentre en desigualdad de oportunidades para comercializar en el país norteamericano frente a sus países competidores. Además, a esto se suma el desasosiego que puede traer la aplicación del Brexit y la inquietud que pudiera mantener el actual presupuesto para la PAC post 2020 (Ledesma et al., 2019).

Como hemos podido observar, no nos encontremos frente a la mejor posición ni el mejor escenario posible para el aceite de oliva en el extranjero, debido a una infinidad de variantes, debido a esto los productores de aceite han tenido que diversificar su modelo de negocio, y debido a esto han decidido que en vez de mirar y enfocarse tanto en el exterior para ganar fortaleza, los productores de aceite han decidido mirar hacia dentro y han decidido hacer llegar el aceite dentro de sus fronteras al mayor número de personas posible, de ahí que en estos últimos años entre otras muchas razones el Oleoturismo esté ganando tanta fuerza y presencia.

3.1 Rol que siguen los residentes.

La importancia del apoyo de la comunidad local al turismo ha sido ampliamente reconocida en la literatura y por ello se ha convertido en un importante campo de investigación (Akis, Peristianis y Warner 1996; Andriotis y Vaughan 2003). Numerosos autores (Pearce, 1998) han destacado, desde diversos puntos de vista, la importancia que tiene la interacción entre turistas y residentes.

En la actualidad, se reconoce que el desarrollo del turismo depende en gran medida del apoyo que recibe por parte de la comunidad receptora. Así, como señala Pearce (1998), cuando no existe dicho apoyo, las autoridades locales serán reticentes a la hora de promover el turismo o proyectos de cierta envergadura, la gente no se mostrará dispuesta a trabajar en la industria del turismo y las interacciones entre turistas y residentes tendrán también muchas posibilidades de ser negativas, impactando en los niveles de satisfacción y afectando la demanda futura del destino.

A partir de las distintas aportaciones que configuran la teoría del intercambio social, John Ap (1992) profundiza en dicha teoría, afirmando que la población local evalúa el turismo en términos del intercambio social que supone, es decir, en función de los beneficios esperados o los costes obtenidos a cambio de los servicios que se prestan y los recursos que se aportan al intercambio (Ap, 1992). Según este autor, los residentes estarán dispuestos a entrar en un intercambio con los turistas si ellos pueden obtener

beneficios sin incurrir en costes inaceptables. A partir de ella y de su enfoque esta teoría social, plantea que en la totalidad de las relaciones sociales, existe un proceso de evaluación del coste-beneficio, donde los sujetos deliberan si realmente les vale la pena establecer las relaciones y vínculos con el resto de individuos implicados o no.

Respecto a esto, Ap. (1992) propone un modelo de intercambio que pueda contribuir al entendimiento de las causas por las que los residentes perciben los impactos del turismo de manera positiva o negativa.

El modelo, con un claro componente dinámico, abarca el proceso en el que los residentes intervienen en los intercambios del turismo, mantienen tales intercambios, se apartan o desligan de ellos. La mayoría de los estudios desarrollados, con base en esta teoría, han mostrado que los residentes que son dependientes de la industria turística perciben un mayor nivel de ganancia o beneficio personal, tienden a tener percepciones de impacto más positivas que otros (Lanford y Howard, 1994; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Jurowski et al., 1997; Brunt y Courtney, 1999; Teye y Sönmez, 2002; McGehee y Andereck, 2004).

Y aunque en las investigaciones centradas en los impactos percibidos del desarrollo turístico (Belisle y Hoy, 1980; Sheldon y Var, 1984; Liu et al., 1987; Liu y Var, 1986; Perdue, Long y Allen, 1987; Ross, 1992;) los residentes reconocen ampliamente el impacto económico positivo que genera el turismo, también muestran cierta inquietud ante sus potenciales efectos negativos sobre todo en la dimensión social y en la medioambiental.

3.2. La percepción de impacto de la actividad turística en el residente

En líneas generales, en las investigaciones centradas en los impactos percibidos del desarrollo turístico se reconocen los impactos positivos y negativos de la actividad turística sobre el residente (Belisle y Hoy, 1980; Sheldon y Var, 1984; Liu y Var, 1986; Perdue et al., 1987; Liu et al., 1987; Ross, 1992). En este sentido, se ha llegado a un cierto consenso, que agrupa los impactos, beneficios y costes, en tres categorías: económicas, socio culturales y medioambientales (Murphy, 1985; Gursoy, Jurowsky y Uysal 2002).

Con respecto a la percepción, por parte de los residentes, de los impactos económicos del turismo, las investigaciones confirman que la población local considera

la actividad turística beneficiosa para la economía (Ritchie, 1988). En este sentido, el turismo contribuiría a un aumento del nivel de vida de la población (Var y Kim, 1990), así como a un incremento en la entrada de divisas al país anfitrión (Ahmed y Krohn, 1992; Var y Kim, 1990). Además, el turismo ayuda a generar empleo (Ahmed y Krohn, 1992; Backman y Backman, 1997; Var y Kim, 1990), incrementando el ingreso de los negocios locales (Backman y Backman, 1997; Sethna y Richmond, 1978) y los lugares de compra (Backman y Backman 1997).

Por último, la actividad turística favorece el desarrollo de la infraestructura y servicios comunitarios (Var y Kim, 1990). En cuanto a los impactos económicos negativos, la población local relaciona el turismo con una dominación extranjera de los servicios e infraestructuras turísticas, incremento en el coste del suelo y de la vivienda, del precio de bienes, alimentos y servicios, así como con la escasez de ciertos artículos (Var y Kim, 1990). En definitiva, en los impactos económicos percibidos de la actividad turística, la literatura (Pizam, 1978; Um y Crompon, 1987; Liu et al., 1987; Ritchie, 1988; Weaver y Lawton, 2001; Tosun, 2002; Gutiérrez, 2010) ha identificado como aspectos positivos las oportunidades de empleo de la población, los ingresos para los negocios locales y el aumento del nivel de vida, mientras que como costes económicos presentan la generación de empleos de bajos salarios, estacionales y poco estables, así como un aumento del coste de vida ante la mayor demanda de bienes y servicios.

Sin embargo, es posible que mejorando la oferta turística sea mejorada la calidad de vida del lugar en cuestión por un aumento de atracciones, oportunidades recreativas y servicios relacionados y no relacionados. Numerosas investigaciones sugieren que respecto a los impactos positivos, el turismo proporciona más oportunidades para mejorar infraestructuras de la zona de destino como parques y carreteras.

De la revisión de la literatura (Sethna y Richmond, 1978; Tyrrell y Spaulding, 1984; Liu y Var, 1986; Long, Perdue y Allen, 1990; Keogh, 1990; Prentice, 1993; Perdue, Long y Gustke, 1991; King, Pizam y Milman, 1993; Lankford y Howard, 1994; Gutiérrez, 2010), los distintos aspectos que se identifican como impactos sociales positivos percibidos son la mejora de la calidad de vida, mayor limpieza de los espacios, conservación de los recursos y mejora de los servicios públicos. Sin embargo, como consecuencia de la actividad turística se perciben también muchos impactos sociales

negativos como pérdida de valores tradicionales, problemas de congestión de tráfico e incremento de problemas sociales.

En cuanto a los impactos culturales positivos, Liu y Var (1986) determinaron la existencia de un firme apoyo por parte de la población local a los beneficios culturales del turismo. Los residentes consideran que el turismo impulsa las actividades culturales, mejorando la herencia cultural (Gilbert y Clark, 1997), así como la promoción de parques naturales (McCool y Martin, 1994) y el aumento de las oportunidades de ocio (Perdue et al., 1990). Por el contrario, algunos países o zonas perciben que pueden verse afectados por culturas como la occidental (Liu y Var, 1986; Weaver y Lawton, 2001) con el consiguiente riesgo de aculturación o la alteración de la estructura social y cultural tradicional (Var y Kim, 1990). Los investigadores (Schadler, 1979; Belisle y Hoy, 1980; Meleghy, 1985; Liu et al., 1987; Tosun, 2002; Gutiérrez, 2010) destacan que la actividad turística provoca impactos culturales positivos como son la recuperación de la artesanía, la preservación de la cultura local y los beneficios derivados de la relación cultural entre los residentes y los turistas. Principalmente podremos apreciar que los mayores efectos negativos sobre la población serán los culturales relacionados con la pérdida de sus tradiciones generacionales, la aculturación y la desvirtualización de su acervo cultural.

Finalmente, los residentes consideran que el turismo es un factor causal de la polución medioambiental, la destrucción de recursos naturales, la degradación de la vegetación y el agotamiento de la vida salvaje (Var y Kim, 1990; Ahmed y Krohn, 1992; Andereck, 1995; Koenen et al., 1995; Gutiérrez, 2010). De hecho, la literatura es prolífica en esta dimensión junto con la económica, y los autores han demostrado que afectan el exceso de tráfico (King et al., 1991; Liu et al., 1987; Perdue et al., 1990; Reid y Boyd, 1991; Johnson et al., 1994; McCool y Martin, 1994; Brunt y Courtney, 1999), basura (Lankford, 1994; Gilbert y Clark, 1997; Brunt y Courtney, 1999; Brunt y Courtney, 1999), la congestión en el uso de las instalaciones de recreo al aire libre (Johnson et al., 1994), exceso de transeúntes (Reid y Boyd, 1991; Brunt y Courtney, 1999), así como problemas para aparcar (Lindberg y Johnson, 1997).

Otros estudios, sin embargo, han encontrado actitudes positivas hacia los impactos medioambientales del turismo, tales como la mejora en la apariencia de la comunidad (Perdue et al., 1990) y el aumento de las oportunidades de ocio (Perdue et

al., 1990; McCool y Martin, 1994). Incluso en el trabajo de Var y Kim (1990), los residentes consideran que el turismo ayuda a crear una mayor concienciación y apreciación por la necesidad de preservar el medioambiente. Por tanto, los distintos artículos revelan como impactos medioambientales positivos la conservación o recuperación de espacios naturales.

No obstante, no todo son ventajas o puntos a favor, también debemos de tener en cuenta otros aspectos no tan positivos como podrían ser la degradación de los espacios naturales, el aumento de la cantidad de residuos producidos, contaminación sonora y atmosférica, y la sobreexplotación de los recursos naturales.

En conclusión, la revisión bibliográfica revela la existencia de percepciones de impactos, tanto positivos como negativos, de la actividad turística por parte de los residente relacionadas con factores económicos, sociales, culturales y medioambientales. Como se ha analizado, el sentido de la percepción depende en gran parte de la tipología de desarrollo turístico y de la intensidad de la actividad en el territorio.

3.3 Análisis DAFO

En este apartado, tras el estudio del oleoturismo en la provincia de Jaén, vamos a pasar a realizar el estudio DAFO para así localizar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que presenta este sector.

DEBILIDADES	AMENAZAS
-Baja cultura gastronómica que capte nuevos turistas. - Poca oferta para un público joven. -Poca promoción de la oferta estival. -Baja cultura en promover el turismo. -Temperaturas muy altas en verano y bajas en invierno. -Poca adaptación a los cambios de la demanda por parte de las empresas. -Espacios turísticos y nuevas vías de mercado inexplorados.	-Necesidad de romper la marcada estacionalidad (concentrado en el tiempo de cosecha). -Economía turística sumergida. -Baja industrialización en la provincia. -Poca capacidad en infraestructuras, promoción e inversión. -Deterioro ambiental. -Economía basada en el sector primario. -Demografía baja con tendencia a la emigración a otras provincias y/o

-Ausencia de marca consolidada distintiva del resto de las provincias que ofrecen turismo de interior. -Agencias de viaje emisoras y no receptoras. -Carencia de personal cualificado con conocimientos específicos en materia de gestión de empresas turísticas, atención al público. -Enfocando su deseo en romper la tan marcada estacionalidad, que se hace más notoria en el tiempo de cosecha o recolección. -Economía turística sumergida. -Baja industrialización en la provincia. -Poca capacidad en infraestructuras, promoción e inversión. -Deterioro ambiental. -Economía basada en el sector primario. -Demografía baja con tendencia a la emigración a otras provincias y/o comunidades autónomas. -Crisis sanitaria, covid-19. -Incremento de la competencia con destinos similares. -Empresas de pequeña dimensión. -Rutas culturales poco explotadas, como, por ejemplo: La Ruta de los Nazaríes. -Las comarcas con Parques Naturales presentan una baja oferta oleoturística debido a la protección de sus parques. -Escasa práctica y promoción del turismo gastronómico relacionado con el aceite.	comunidades autónomas. -Crisis sanitaria, covid-19. -Incremento de la competencia con destinos similares
---	---

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
-Tipología turística reciente. -Posee tres Denominaciones de Origen. -Importante patrimonio cultural y de naturaleza. -Alberga el museo de aceite más grande de España: Museo de la Cultura del Olivo. -Cultura gastronómica mediterránea. -Presencia de Restaurantes Michelin basada en el aceite de oliva. -Precios asequibles. -Lugareños con carácter acogedor y cercano. -Presencia de olivos centenarios. -Perfil del turista con una capacidad económica media-alta. -Revalorización constante del patrimonio natural. -Premios al aceite en diversas categorías. -La provincia cuenta con la mayor concentración de castillos en toda Europa. -El mayor humedal mejor conservado de la provincia: la Laguna Grande. -Las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas declaradas como Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA).	-Incluir un mayor número de alojamientos para que los turistas decidan pernoctar en estas zonas. -Creación de paquetes oleoturísticos. -Candidatura de los Paisajes del Olivar de Andalucía para que sean declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2023. -Promoción “Jaén Paraíso Interior” a través de Real Jaén C.F. -Campañas promocionales Tur España y Turismo Andaluz. -Revalorización de pinturas rupestres y patrimonio arqueológico: Museo de Arte Ibérico. -Aprovechamiento de la red de caminos para uso turístico: senderismo, ciclismo y rutas ecuestres. -Variedad de aceituna única: la “Royal”. -El Perfil del visitante es de una persona que ronda alrededor de los 45 años. -Cercanía al AVE de Córdoba. -Presencia de Jornadas Gastronómicas. -Semejanzas entre el perfil del turista que practica oleoturismo y enoturismo. -Con un alto grado de apego a la calidad de la naturaleza y el medio ambiente como producto. -Alta demanda del turismo rural. -Temperatura agradable durante los meses de primavera y otoño.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Galera Alegre, 2020).

4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO Y METODOLOGÍA APLICADA

Este estudio tiene como objetivo conocer las percepciones, actitudes y comportamientos de los residentes de la Sierra de Cazorla de cara al modelo del Oleoturismo, por lo que intentaremos conocer y determinar la forma de ver dicha actividad y comprobar si sumando todos los aspectos influyentes, estos tienen una visión positiva o negativa en el grueso de personas en el que va a ser establecido, para ello aplicaremos diversos criterios, los cuales nos harán saber cuál es el grado de apego que tienen los mismos a esta actividad.

Como hemos señalado en numerosas ocasiones durante este trabajo, tanto el conocimiento, como la percepción y la visión de los residentes de la zona en la que se desarrolle la actividad es sumamente importante para el crecimiento y buen desarrollo de la misma, en este caso, aunque la actividad agrícola ligada al aceite de oliva y al cuidado del olivo, lleva implantada en la zona cientos de años, el mundo del Oleoturismo es algo nuevo, puesto que le da un vuelco a la forma de ver el olivar para la totalidad de la población, ya no sólo es un medio rural en el que se realizan labores agrícolas con el fin de la recolección del fruto, ahora se ha convertido en un flujo dinámico constante, en el que cada piedra, cada árbol, cada edificación relacionada con el olivo, forma parte del nuevo ecosistema turístico.

Dicho esto, debemos dejar claro que el Oleoturismo se encuentra en una fase embrionaria, en la que aún queda mucho por desarrollar y en la cual Cazorla podría ser y está siendo una de las zonas punteras del mundo.

Pero además del objetivo principal del estudio, la investigación está ligada a otros objetivos secundarios, los cuales nos ayudarán a tener un enfoque diferente en el que podremos conocer más de la actividad en cuestión:

- El grado de conocimiento del oleoturismo por parte de los residentes como modalidad turística existente en la Sierra de Cazorla.
- El grado de satisfacción de la población residente con una modalidad turística cuyo protagonista o producto estrella es el aceite de oliva.

- La creación de futuras líneas de mejora orientadas al desarrollo oleoturístico.

4.2 Metodología Aplicada

La metodología aplicada en el presente estudio consiste en el método cualitativo de las entrevistas semiestructuradas.

Es un estudio en el que basándonos en el método cualitativo de entrevistas semiestructuradas hemos realizado entrevistas a residentes de la zona y en su misma forma a residentes de la zona que interactúan de forma directa e indirecta en sus vidas con esta forma de turismo.

No existen estudios en dicho ámbito geográfico – la comarca de Cazorla – acerca de la temática llevada a cabo. Por tanto, se trata de un estudio exploratorio cuya pretensión no consiste en determinar unos análisis generales acerca de las percepciones de los residentes de la provincia en cuanto a los impactos económicos, socioculturales y medioambientales que pueda tener la actividad oleoturística, sino más bien lo que se pretende es realizar un análisis de los mismos en base a la exploración.

El instrumento de las entrevistas semiestructuradas consiste en una entrevista oral compuesta por un guion recogido en el anexo al final del presente estudio, esta entrevista, está compuesta por 16 preguntas que abarcan la totalidad de la temática, recogida en un total de 6 bloques, las preguntas, tienen como fundamento la Teoría de Intercambio Social.

La muestra seleccionada para la realización de las entrevistas, son residentes de la zona, es decir, de la comarca de la sierra de Cazorla, personas residentes las cuales tienen una relación directa con la actividad Oleoturística, puesto que nos proporcionarán valor a la hora de realizar nuestro estudio, también se ha seleccionado un porcentaje mínimo de entrevistados que son residentes pero no centran su actividad directamente al mundo del olivar, por lo que este grupo entrevistado nos podrán ofrecer un enfoque más sólido y realista sobre la verdadera percepción del grueso de población local.

Entre ellos podemos encontrar residentes de Cazorla, La Iruela, Burunchel y Tramaya, los cuales cuentan con importantes centros turísticos y ofertas basadas en el Oleoturismo. En total hemos realizado un total de 10 entrevistas, lo cual no es un

número exageradamente alto, pero sí el suficiente para tener una visión e imagen clara de cómo es comprendido el Oleoturismo en la zona de la Sierra de Cazorla.

Para ello, hemos seleccionado minuciosamente a los entrevistados para poder ofrecerles unas entrevistas de calidad, donde la totalidad de los entrevistados aportarán mucha riqueza al estudio y nos ofrecerán una visión actual y realista del sector.

5. PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS Y DISCUSIÓN

A continuación pasaremos a comentar los resultados obtenidos de las entrevistas semiestructuradas, donde podremos ver una imagen clara de los puntos de vista de la zona en cuestión, seguidamente, hay que comentar que este epígrafe se organiza de la misma forma que lo hacen las entrevistas, es decir, comenzando por el bloque introductorio y finalizando con el bloque de apoyo desarrollo turístico donde se recogen los aspectos; sociales, económicos y medioambientales.

A ello sumaremos bloques que bajo mi criterio son notoriamente importantes, puesto que dichos bloques pueden darnos una percepción más concluyente: el bloque de apego y el de desarrollo turístico.

Comenzando, en primer lugar, nos encontramos con el bloque introductorio, donde el resultado que podemos obtener viene dado por una respuesta bastante positiva, para que esta respuesta no parezca sesgada debemos decir que una gran parte de la totalidad de los entrevistados, poseen cierto conocimiento del sector oleícola y de la modalidad turística a la que hacemos referencia, esto es debido a que gran parte de ellos basan su actividad en el sector del aceite de oliva y los que no, aseguran que en su círculo de relaciones personales cuentan con al menos una persona que sí lo hace, por lo que observamos que nuestros sujetos de análisis, poseen nociones básicas o avanzadas del sector.

“... claro que si hombre, esto es lo mejor que nos podía pasar hoy en día, estando el precio del aceite a como está...”, “...esto nos da un respiro y nos hace

aprovechar más los recursos con los que contamos y nos da las herramientas para poder sacarle más rentabilidad a nuestras tierras...”, “..todo el partido que le podamos sacar al patrimonio que tenemos, bueno es, ya que supone un reclamo turístico mayor para la zona, del que todos nos beneficiamos, tanto nosotros que vivimos del olivar y del oleoturismo, como el resto de negocios de la zona...”

Como podemos comprobar hay ciertos entrevistados que están muy familiarizados con lo que se refiere el mundo del olivar, esto es relevante para nuestra investigación.

“...me he criado trabajando en el sector del olivar y hoy día casi la mayoría de mis ingresos proceden de ahí, pero no estoy muy informado en lo que se refiere al oleoturismo...”, “...desde que comencé en el mercado laboral, todos mis ingresos proceden de empresas del olivar y más o menos sé de lo que va pero no estoy muy metido en eso..” , “...mis padres no vivían del olivo, pero todos los fines de semana y festivos íbamos la familia al campo a trabajar, no obstante me asombré bastante cuando descubrí el tirón que está teniendo el oleoturismo...”

Como podemos observar, existen diferencias notables entre el grueso de los entrevistados, lo que nos hará poder apreciar los distintos tipos de visión del entorno en el que se desarrolla esta actividad en la zona, el grado de conocimiento en la población residente es un factor bastante importante a tener en cuenta, puesto que condicionará notablemente las respuestas posteriores, las diferencias más relevantes se encuentran entre los residentes y los residentes clave, como he indicado anteriormente, estas diferencias se podrán apreciar de manera más significativa en las preguntas posteriores.

Continuando con el bloque económico, recogeremos los resultados obtenidos del mismo, donde podremos apreciar que todos están de acuerdo tanto en los aspectos positivos como negativos del Oleoturismo en la Sierra de Cazorla, todos saben que sería un valor añadido al turista que visita el mundialmente conocido Parque Natural de Cazorla, Segura y las Villas, la mayoría de entrevistados hace referencia a las sinergias positivas que se crearían entre estos tipos de turismo, puesto que son completamente compatibles y haría de Cazorla un reclamo turístico y un valor añadido para los visitantes único.

Otro aspecto en el que, la totalidad de entrevistados está de acuerdo es que la potenciación del oleoturismo atraería mucha riqueza y muchos puestos de trabajo, para poder paliar con la tasa de desempleo y con la temporalidad de los contratos de muchas personas, paliando así con uno de los principales problemas de la actualidad.

“...cuantas más oportunidades laborales existan para la gente joven, más vida tendrá el pueblo y con ello la economía del mismo , por lo que, a día de hoy tenemos que reforzar este tipo de iniciativas para crear más trabajo y estabilidad a nuestros jóvenes...”, “...la actividad económica de la zona no se vería solamente activada por los turistas, si no por los residentes que vivirán de estos nuevos tipos de negocio, ellos serán quienes realmente lleven a cabo la mejora de la potenciación del municipio ...”, “...está claro que hoy en día cuanto más se le ofrezca al visitante, más contento se irá y más gente atraerá a nuestra zona, esto como se dice es un suma y sigue, y eso es lo que tenemos que conseguir aquí en la zona, renovarse o morir...”

Por lo que podemos pensar que este resultado en lo que se refiere al aspecto de ventajas, es un punto de partida favorable, puesto que el grueso de entrevistados coincide en que el ejercicio y desarrollo de esta actividad, no sólo proporciona ventajas a la zona en la que se desarrolle la actividad, apreciando así significativamente la importancia de la misma, también potenciará las zonas y actividades ya existentes. No obstante, debemos destacar la opinión de un entrevistado el cual ha mencionado un posible inconveniente;

“...no te olvides de una cosa, dependiendo del tipo de turista que practique la actividad, es posible que no sea respetuoso con el medioambiente y con el patrimonio de la zona y eso puede acarrear consecuencias tanto al oleoturismo como al resto de actividades turísticas practicadas...”

Debemos de tener en cuenta que la opinión del entrevistado está basada en una mera suposición, por lo que, como también ha reconocido el mismo, no es un hecho tangible ni real, por lo que debemos tener también esto último en cuenta.

A continuación pasaremos a comprobar los resultados obtenidos en base a las respuestas del bloque sociocultural, nuevamente nos encontramos ante una situación parecida a la del bloque anterior, todos los entrevistados opinan que la zona de la Sierra de Cazorla en lo que respecta a los posibles beneficios, se vería beneficiada, puesto que

se crearían sinergias positivas entre todos los tipos de turismo existentes, además de que tanto la provincia de Jaén como la sierra de Cazorla, se darían más a conocer en el ámbito nacional y mundial.

“...la zona de Cazorla se vería altamente beneficiada, puesto que se crearían muchísimos puestos de trabajo, lo que atraería a mucha gente joven y por lo tanto las nuevas generaciones lo situarían en lo más alto del ranking de destinos turísticos...”, “...hoy en día con las redes sociales, si conseguimos que se haga tendencia, podríamos estar hablando de un lugar del mundo donde se podría crear un reclamo altamente importante...”, “...existen muchos pueblos de la zona que ni siquiera son conocidos a nivel nacional y esto es una oportunidad para que ellos salgan a la luz...”

Se está consiguiendo que el interior de la Andalucía Oriental se convierta en una parada obligada, puesto que anteriormente esta zona de Andalucía tan solo era el paso desde Andalucía al resto de España por despeñaperros y viceversa. Esto trae consigo un enorme enriquecimiento de la zona a nivel cultural, puesto que es bien sabido por todos que existen zonas en las que se es más reacio al intercambio cultural y este hecho se hace más visible en las zonas rurales, este enriquecimiento cultural puede ser visto de forma positiva o negativa en relación a la percepción del residente.

Esto puede ser debido al miedo de perder patrimonio cultural o a la pérdida de sus costumbres o tradiciones, no obstante debemos tener en cuenta que la totalidad de los entrevistados, han estado abiertos a este intercambio cultural, viéndolo desde un punto de vista beneficioso para todos.

De hecho apoyan la idea de que esta práctica resulta beneficiosa para la totalidad de los residentes, puesto que este turismo nos aporta diferentes perspectivas de entender la vida, nuestras costumbres y nos da el poder de rectificar lo que no creamos idóneo.

“El Oleoturismo trae consigo una mezcla de culturas bastante interesante...”, “...eso abre mucho la mentalidad de la gente residente, porque se dan cuenta que existen otras formas de entender la vida...”

Otro resultado que podemos extraer, es que la totalidad de entrevistados confirma que el beneficio económico generado con esta actividad influye

considerablemente en el nivel de vida de los residentes, puesto que ofrece que un sinnúmero de ventajas para la zona.

“... es innegable que esto traerá un mayor número de ingresos a nuestro pueblo por lo que el poder adquisitivo de nuestra localidad crecerá...”, “...al atraer a más gente, habrá un tránsito de dinero mayor, por lo que saldremos beneficiados...”
“...esto beneficiará tanto a la industria que genera el Oleoturismo como a su industria anexa, por lo que son buenas noticias...”, “...esto generará nuevos puestos de trabajo y a su vez dará un respiro al paro juvenil el cuál es un problema con el que tenemos que lidiar en todo el país, pero aún más en las zonas rurales...”

Tratando el bloque medioambiental, podremos comprobar ciertos resultados relacionados con la conservación del medio ambiente y es que gran parte de los entrevistados opinan que la práctica del oleoturismo es una praxis beneficiosa para el medio ambiente, pues que ayuda a prevalecer y conservar el ecosistema de la zona.

“...indirectamente gracias al Oleoturismo, muchos cortijos antiguos y muchas fincas, anteriormente olvidadas y dejadas a su suerte por sus respectivos dueños, serán nuevamente puestas a punto para su uso en esta actividad, por lo que aunque sólo sea con el fin de sacarles partido económicamente hablando, podremos volver a ver el mantenimiento y mejora de muchas zonas anteriormente abandonadas...” “...Hay muchos turistas muy concienciados con el medio ambiente, por lo que un gran número de visitantes cuidará y respetará el entorno en el que se encuentren, lo que contribuirá a la preservación y mejora de las condiciones ambientales de nuestra tierra...”, “...muchos turistas extranjeros centran gran parte de su vida en estar cuidando minuciosamente el medioambiente y en disfrutar de él, sobre todo los extranjeros del norte de Europa, por lo que todo serán ventajas tanto para nosotros como para ellos...”, “... en los últimos años un gran número de personas se ha pasado al modo de vida sostenible y ecológico y aquí encontrarán eso en pura esencia...”

No obstante hay un pequeño porcentaje de entrevistados que opinan diferente, puesto que ellos creen que en ciertos aspectos, esta práctica no le vendrá muy bien al medio ambiente.

“...tanta gente junta, ensuciará demasiado...”, “...demasiados coches y medios de transporte al fin y al cabo contaminarán el ambiente...”, “...no todos serán

respetuosos con el medio ambiente, habrá de todo, por lo que tenemos que tener en cuenta que eso también pasará...”

Tenemos que tener clara una cosa, este estilo de vida y este tipo de turismo, obviamente no está dirigido a todos los públicos, tenemos que saber que esto no está dirigido a un tipo de turismo de masas, sino que está orientado a un tipo de turistas selectivos, que apuestan más por un turismo ecológico, medioambiental y rural. Esta opinión también la comparten ciertos entrevistados claves los cuales han sido escogidos debido a su cercana interacción con el mundo del olivar.

“...ciertamente algo cambiará en relación al tránsito de personas y de vehículos que tenemos actualmente, pero tampoco esperemos grandes masas, puesto que generalmente los grupos interesados en este tipo de turismo o actividad son más bien reducidos...”

“...generalmente como podemos observar en nuestra Sierra, a pesar de la masificación que sufre en ciertas y determinadas épocas del año, tampoco tenemos que lamentar males mayores ni efectos excesivamente negativos....”

Continuando con el bloque del apego, los resultados obtenidos en base a la opinión de una gran parte de los entrevistados, la Sierra de Cazorla cuenta con las infraestructuras y servicios necesarios para hacer frente a esta nueva actividad con éxito, puesto que esta zona centra mayormente su actividad en el turismo y en el olivar por lo que un turismo oleícola sería ideal.

“...las dos actividades más fuertes que se dan en Cazorla son, el turismo y el olivar, por lo que bajo mi punto de vista contamos con las infraestructuras necesarias para abastecer esta actividad...”, “...centrándonos en lo que a capacidades se refiere creo que la gente de nuestra zona se adapta bastante bien a los cambios que se producen y estoy seguro que si se necesitan más recursos para cierta actividad, no dudo que se tendrán...”

Un punto de vista negativo obtenido de los resultados de las entrevistas realizadas y en el que coinciden la totalidad de los residentes entrevistados, ha sido el mal estado de las carreteras, desde Úbeda hasta Cazorla, puesto que la autovía llega hasta Úbeda, pero luego la carretera que hay hasta Cazorla está en muy mal estado, por lo que los turistas podrían tener una mala experiencia en la misma y esto afectaría

notablemente a la actividad. No obstante obviando esto último, los residentes seleccionados están bastante contentos con vivir en la Sierra de Cazorla, puesto que su calidad de vida es bastante buena, por lo que obtenemos un grado de apego bastante elevado.

Como podemos extraer de los testimonios recogidos, la calidad de vida en esta zona de la provincia de Jaén está muy apreciada por los residentes, por lo que sin duda a los turistas que se decidan por visitar esta zona, les agradará y seguramente será un valor añadido que tendrán en consideración.

“...aquí se vive mejor que en cualquier sitio, en estos tiempos que corren donde hay tanta enfermedad y tantos problemas relacionados con la calidad de la comida, tenemos mucha suerte de estar donde estamos y de disponer de los recursos que disponemos...”, “...en la vida hay que priorizar ante todo, la calidad de ella, la tranquilidad y la seguridad de tus hijos no tiene precio, saber que van a crecer sanos y sin peligro no se paga con nada...”, “...no me puedo quejar, estuve unos años en grandes ciudades por toda España y en ningún lugar he llegado a tener la calidad de vida que tengo aquí...”

Finalmente, los resultados obtenidos en el bloque referido al apoyo al desarrollo turístico de la actividad oleoturística demuestran que a pesar de la variedad de opiniones y puntos de vista que ofrece esta actividad en los residentes, todos opinan que esta actividad ofrece a la zona más ventajas que desventajas, por lo que el impacto que tendrá en la población local casi con total seguridad será positivo.

“...como todo en la vida, tendrá su parte positiva y su parte negativa, pero creo que a la hora de ajustar las cuentas, será positivo...”

“...obviamente tendremos que cambiar la forma de realizar ciertas rutinas y algo cambiará en nuestro modo de ver las cosas, pero estoy seguro que todos acabaremos beneficiándonos de esta actividad...”

En definitiva, en base a los datos obtenidos de la muestra seleccionada, podemos decir que el Oleoturismo cuenta con un gran apoyo de la población local.

“...todo lo que sea avanzar y crecer de cara a darle un futuro mejor a las próximas generaciones es beneficioso...”, “... si así conseguimos darle vida a nuestro pueblo, lo apoyaré sin dudarlo...”, “...toda oportunidad será aprovechada, y más si es por el bien común...”

6. CONCLUSIONES, LIMITES DE ESTUDIO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Como hemos podido observar a lo largo de este estudio el Oleoturismo es una actividad que cuenta con un tremendo potencial, en la cual la alianza y cooperación entre la totalidad de las partes involucradas resulta clave para su posterior desarrollo con éxito.

Por otra parte, el principal esfuerzo se tiene que realizar por parte de los residentes locales, empresarios y socios cooperativistas, ya que son ellos los que tienen que apoyar este proyecto y esta apuesta de futuro desde sus comienzos, puesto que son los únicos capaces de otorgar al aceite de oliva el valor añadido que necesita, para así poder crear del mismo una oportunidad de empleo y riqueza en la Sierra de Cazorla.

No obstante tampoco debemos de olvidar el papel que desarrollan las entidades públicas, puesto que es de vital importancia que las mismas brinden el apoyo necesario para encauzar esta actividad hacia buen puerto.

Ahora bien, los residentes tienen un papel principal en cuanto a la percepción de esta actividad y jugarán un papel clave en el desarrollo de la misma, este aspecto será decisivo en la satisfacción y experiencia del turista.

Como bien sabemos, el objetivo de este trabajo ha sido conocer las percepciones, actitudes y comportamientos de los residentes de la Sierra de Cazorla de cara al modelo del Oleoturismo, por lo que intentaremos conocer y determinar la forma de ver dicha actividad y comprobar si sumando todos los aspectos influyentes, estos tienen una visión positiva o negativa en el grueso de personas en el que va a ser establecido, para ello aplicaremos diversos criterios, los cuales nos harán saber cuál es el grado de apego que tienen los mismos a esta actividad

A continuación, como hemos podido comprobar anteriormente en el estudio, la totalidad de los residentes entrevistados coinciden en que el desarrollo de una nueva actividad turística, trae consigo una serie de impactos positivos en la zona, los cuales son innegablemente atractivos para todos, tal creencia queda justificada con el hecho de que generalmente cualquier actividad turística, independientemente de su índole genera en el territorio una riqueza y un valor añadido, perceptible por la sociedad, podemos llegar a esta conclusión sin la de tener conocimientos previos de la misma.

Indudablemente la poca visibilidad con la que cuenta esta actividad a día de hoy, influye de forma negativa en el desarrollo de nuestra actividad, otro punto en contra, es el rechazo a lo desconocido, propio de la naturaleza humana, tenemos la muestra en algunas de las respuestas del bloque sociocultural y del bloque medioambiental, en el que algunos de los entrevistados, ven como una amenaza la convivencia cultural, debido a la llegada de turistas extranjeros y la inmersión de los mismos en el corazón de nuestros patrimonios, apreciados como una amenaza de pérdida de identidad de los mismos.

No obstante debemos de tener en cuenta que este tipo de opiniones y percepciones, vienen ligados al temor y desconocimiento que ofrecen los residentes de diversas zonas rurales, no solo de la zona en cuestión, esto es un inconveniente que se presenta en la totalidad del territorio nacional, pero, dejando esto a un lado, no podemos olvidar que como ya mencionamos anteriormente, este tipo de turismo queda englobado dentro del turismo cultural, por lo que este tipo de turistas muestran un respeto y un gran grado de afecto hacia la cultura y patrimonio de la zona, en resumidas cuenta, se vería favorecida su conservación.

Algo parecido ocurre con las respuestas obtenidas en el bloque medio ambiental, puesto que algunos de los residentes entrevistados, opinan que este tipo de turismo puede afectar negativamente a la conservación del medioambiente y de la Sierra, de tal modo que se masificaran ciertas zonas, existiera contaminación acústica, un aumento de la emisión de gases por parte de los vehículos, etc. Pero nada más lejos de la realidad, como hemos comentado anteriormente en alguna ocasión, este tipo de turismo está orientado a un tipo de turistas que intentan escapar del turismo de masas y que apuesta por un tipo de turismo más rural, de grupos reducidos y en el que se intenta conocer y

valorar las tradiciones y costumbres existentes en la zona, así como su patrimonio cultural y material.

En último lugar, a pesar del rechazo que podría tener esta actividad por parte de algunos residentes de la zona, por temor a que se vea vulnerada su calidad de vida como hemos mencionado anteriormente, no deja de suponer una actividad a tener en cuenta debido a la cantidad de aspectos positivos que presenta, además se ve propulsado gracias al apego que presenta la población local a su zona de residencia mostrando así un carácter participativo hacia el desarrollo de esta nueva modalidad turística. Por lo tanto, es necesaria una intervención por parte de los organismos públicos para promover en la población local; qué es, en qué consiste el oleoturismo, así como sus efectos y repercusiones en la sociedad y en el entorno. No debemos ver a la población local como un inconveniente para el desarrollo de la misma, todo lo contrario, puesto que serán ellos quien la impulsarán y desarrollarán diariamente.

Con respecto a las limitaciones del estudio, se ha realizado en la comarca de la Sierra de Cazorla, más concretamente en el municipio de Cazorla, el método utilizado ha sido de carácter cualitativo a través de entrevistas semiestructuradas a residentes de la zona, tanto conocedores de la actividad oleícola, como personas que centran su actividad en actividades anexas al mundo del olivar, intentando así globalizar y tener una imagen clara de la totalidad de opiniones de los residentes de la zona para no perder el enfoque. Las muestras recogidas no son excesivamente numerosas puesto que por falta de recursos y limitaciones aún existentes debido a la pandemia, se propone la realización de un estudio de carácter y metodología cuantitativa en la que se recoja un mayor número de respuestas para poder tener así una recogida y medición más exacta de resultados, así como en diferentes zonas del territorio español en el que el oleoturismo suponga un impulso en la zona.

7. BIBLIOGRAFÍA

-Abdollahzadeh, G. y Sharifzadeh, A. (2014). “Rural Residents’ Perceptions Towards Tourism Development: a Study from Iran”. *International Journal of Tourism Research*, 16. pp. 126-136

- Aceite de las Valdesas (2022), ¿Qué significa que el aceite de Oliva sea virgen? Recuperado (15/02/22), Website <https://www.aceitedelasvaldesas.com/faq/origen-elaboracion-clasificacion-aceite-oliva/aceite-de-oliva-virgen/>
- Ahmed, Z. y Krohn, F. (1992). "International tourism, marketing and quality of life in the third world: India, a case in point", en Development in Quality of Life Studies in marketing, 4. pp.150-156. Blacksburg, Virginia: Academy of marketing Science.
- Akbulut, O. y Ekin, Y. (2018). "Percepciones y actitudes de la población local hacia el turismo cinematográfico en el contexto del apego al lugar. Un estudio en la provincia de Mugla, Turquía". Estudios y Perspectivas en Turismo, 27. pp. 276-294
- Alamilla Canto, C. (2016). "Análisis de los impactos socioculturales desde la perspectiva del residente que el turismo genera en el barrio de La Barceloneta, España". ROTUR, Revista de Ocio y Turismo, 11. pp. 1-11
- Almeida, F.; Peláez, M.A.; Balbuena, A.; Cortés, R. (2015). "Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain)". Tourism Management, 54. pp. 259-274
- Andaltura (2022). Mapa de las comarcas de la provincia de Jaén. Recuperado (23/02/2022) Website. <https://andaltura.com/andalucia/provincias-capitales-comarcas-y-municipios/provincias/provincia-de-jaen/comarcas-de-jaen/>
- Alamilla Canto, C. (2016). "Análisis de los impactos socioculturales desde la perspectiva del residente que el turismo genera en el barrio de La Barceloneta, España". ROTUR, Revista de Ocio y Turismo, 11. pp. 1-11
- Allport, G. W. (1935). "Attitudes", en Handbook of Social Psychology (pp. 798-884).
- Alonso, A.D. y Krajsic, V. (2013). "Food heritage down under: olive growers as Mediterranean 'food ambassadors'". Journal of Heritage Tourism, 8 (2-3). pp. 158-171
- Andereck, K. L. y Vogt, C. A. (2000). "The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options". Journal of Travel Research, 39(1). pp. 27-36
- Andereck, K. y Nyaupane, G. (2011). "Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents". Journal of Travel Research, 50(3). pp. 248-260

- Anexo VII del Reglamento (UE) n.º 1308/2013- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1308&from=pl>
- Andriotis, K. y Vaughan, R.D. (2003). "Urban Residents' Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete". *Journal of Travel Research*, 42. pp. 172-185 37
- Ap, J., y Crompton J. L. (1993). "Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts". *Journal of Travel Research*, 32. pp. 47–50
- Balbuena Vázquez, A. (2014). La actitud del residente ante los impactos del turismo. El caso de Benalmádena. Tesis doctoral. Universidad de Málaga.
- Balbuena Vázquez, A. (2014). La actitud del residente ante los impactos del turismo. El caso de Benalmádena. Tesis doctoral. Universidad de Málaga. Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica
- Backman, K. F., y Backman, S. J. (1997): «An examination of the impacts of tourism in a gateway community», in H. L. Meadow (Ed.). *Development in Quality of Life Studies*, vol. 1 (pp.6), Blacksburg, Virginia: International Society for Quality of Life Studies.
- Brunt, P., y Courtney, P. (1999): «Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), pp.493-515.
- Cádiz, L (2020), Cazorla, elegido uno de los destinos rurales más bonitos de España. Recuperado el 5 de marzo de 2022 de Web.Ideal : <https://www.ideal.es/jaen/provincia-jaen/cazorla-elegido-destinos-20200619123233-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>
- Campón Cerro, A.M.; Hernández Mogollón, J.M.; Folgado Fernández, J.A. (2016). "Las percepciones y el apego de los residentes como elementos clave del apoyo al desarrollo turístico: una aplicación al oleoturismo". Congreso AEMARK 2016, Bloque II. pp. 314-328
- Campón Cerro, A.M.; Hernández Mogollón, J.M.; Folgado Fernández, J.A. (2017). "Rural Destination Development Based on Olive Oil Tourism: The Impact of Residents' Community Attachment and Quality of Life on Their Support for Tourism Development". *Sustainability*, 9(9). pp. 1-16

- Carolina Galera Alegre ,(2020), Análisis del Oleoturismo en la provincia de Jaén y propuesta de una ruta oleoturística “ Recuperado (03/03/22),
- Cataole. Web. “16 Razones para consumir Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE)”. Recuperado (13/03/22). Disponible en: <http://www.cataole.com/16-razones-para-consumiraceite-de-oliva-virgen-extra-ao>
- Díaz, R. y Gutiérrez, D. (2010). “La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia”. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8(4). pp. 431-444
- Gursoy, D.; Jurowski, C.; Uysal, M. (2002). “Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach”. Annals of Tourism Research, 29(1). pp. 79-105
- Gutiérrez, D. (2010): Las actitudes de los residentes ante el turismo. Ed. Universidad de La Laguna.
- Haralambopolos, N., y Pizam, A. (1996): «Perceived impacts of tourism: The case of Samos». Annals of Tourism Research, 23 (3), pp.503-526.
- Homans, G. (1961). Social Behaviour: Its Elementary Forms. New York. Harcourt, Brace and World, Inc. Hummon, D. M. (1992). “Community attachment: Local sentiment and sense of place”. Human Behavior & Environment: Advances in Theory & Research, 12. pp. 253-278
- Jafari, J. (1986). “On Domestic Tourism”. Annals of Tourism Research, 13. pp. 491-496
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J., y Akis, S. (1994): «Residents perceptions of tourism development». Annals of Tourism Research, 21 (3), pp.629-642
- Jurowski, C.; Uysal, M.; Williams, R. (1997). “A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism”. Journal of Travel Research, 36 (2). pp. 3-11
- Kimbu, A. y Ngoasong, M. (2013). “Centralised Decentralisation of Tourism Development: A Network Perspective”. Annals of Tourism Research, 40. pp. 235-259

- Ko, D. W. y Stewart, W. (2002). "A structural equation model of residents' attitudes for tourism development". *Tourism Management*, 23(5). pp. 521-530
- Koenen, J., Chon, K. S., y Christianson, D. (1995): «Effects of tourism growth on air quality: The case of Las Vegas», in H. Lee Meadow, M. Joseph Sirgy, and Don R. Rahtz (Eds.). *Developments in Quality-of-Life Studies in Marketing*, vol. 5 (pp.158-159). DeKalb, Illinois: Academy of Marketing Science and the International Society for Quality-of-Life Studies.
- Lankford, S. (1994). "Attitudes and Perceptions toward Tourism and Rural Regional Development". *Journal of Travel Research*, 32(4). pp. 35–43
- Lankford, S. y Howard, D. (1994). "Developing a Tourism Impact Attitude Scale". *Annals of Tourism Research*, 21 (1). pp. 121–139
- Látková, P. y Vogt, C.A. (2012). "Residents' attitudes toward Existing and Future Tourism Development in Rural Communities". *Journal of Travel Research*, 51(1). pp. 50-67
- Lindberg, K., y Johnson, R. L. (1997): «Modeling resident attitudes toward tourism». *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, n.º 2, pgs. 402-424.
- Liu, J., y Var T. (1986): «Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii», *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, pgs. 193-214.
- Long, T. P., Perdue, R. R., y Allen, L. (1990): «Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism». *Journal of Travel Research*, 28 (3), pp.3-9.
- McCool, S. F., y Martin, S. R. (1994): «Community attachment and attitudes toward tourism development». *Journal of Travel Research*, 32 (3), pp.29-34.
- Millán, G.; Agudo, E.M.; Morales, E. (2011). "Analysis of supply and demand of oleotourism in southern Spain: a case study". Universidad de Córdoba. Cuadernos de Desarrollo Rural. pp. 181-202
- Millán, G; Arjona, J.M.; Amador, L. (2017). "Olive oil tourism: Promoting rural development in Andalusia (Spain)". Universidad Loyola Andalucía. *Tourism Management Perspectives*, 21. pp. 100-108

- Millán, G., Arjona, J., & Amador, L. (2014). A new market segment for olive oil : Olive oil tourism in the south of Spain. *Agricultural Sciences*, 5(3), 179-185
- Millán Vázquez de la Torre, M., Amador Hidalgo, L., & Arjona Fuentes, J. (2015). El oleoturismo: una alternativa para preservar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía (España). *Revista de Geografía Norte Grande*, 60, 195-214.
- Millán Vázquez de la Torre, G., & Agudo Gutiérrez, E. M. (2010). “El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso”. *Revista Pasos*. Vol.8 N°1, págs. 91-112. 2010.
- Miralles, J. (2004). Impactos socioculturales del turismo residencial en España. Tesis doctoral. Universidad de Alicante.
- Mok, C., Slater, B., y Cheung, V. (1991): «Residents attitudes towards tourism in Hong Kong». *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 10, n.º 3, pgs. 289-293.
- Monterrubio Cordero, J.C. (2008). “Comunidades receptoras y percepciones: un estudio sobre turismo y sexualidad”. Universidad de Quintana Roo. *Teoría y Praxis*, 5. pp. 145- 160
- Molina, V.; Martín, V.M. (2011). “El oleoturismo como atractivo turístico en el medio rural español”. *Papers de turise*, 49-50. pp. 89-103
- Nunkoo, R. y Gursoy, D. (2012). “Residents’ support for tourism: An Identity Perspective”. *Annals of Tourism Research*, 39(1), pp. 243-268
- Nunkoo, R.; Smith, S.; Ramkissoon, H. (2013). “Residents’ attitudes to tourism: a longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010”. *Journal of Sustainable Tourism*, 21, pp. 5-25
- Oleotour Jaén (2022). Colección temática. Recuperado (09/02/2022) Website www.jaenparaisointerior.es Diputación Provincial de Jaén. Tinta Blanca Editor.
- Oleotour Cazorla (2022). Significado y ventajas del Oleoturismo. Recuperado (10/02/22) Website. <https://oleotourcazorla.com/significado-y-ventajas-del-oleoturismo/>
- Oleoturismo Aceites Oro Bailén. Web. “Aceites Oro Bailén”. Recuperado (12/02/22).

- Pizam, A., y Pokela, J. (1985): «The perceived impacts of casino gambling on a community». *Annals of Tourism Research*, 12 (1), pp.147-165.
- Plan de dinamización de producto turístico Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas. Recuperado (21/02/22), de http://www.sierrasdecazorlaseguraylasvillas.es/index.php?option=com_content&view=article&id=45&Itemid=93
- Ritchie, J. (1988): «Consensus Policy Formulation in Tourism». *Tourism Management*, 9, pp.199-216
- Royo, M. y Ruiz, M.E. (2009). “Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural”. *Cuadernos de Turismo*, 23. pp. 217-236 40
- Rubinstein, R. y Parmelee, P. (1992). “Attachment to Place and the Representation of the Life Course by the Elderly”, en *Place Attachment* (pp. 139-163).
- Ruiz, I.; Molina, V.; Martín, V.M. (2011). “El oleoturismo como atractivo turístico en el medio rural español”. *Papers de turise*, 49-50. pp. 89-103
- Sethna, R. J., y Richmond, B. O. (1978): «Virginia Islanders’ perceptions of tourism». *Journal of Travel Research*, 17 (1), pp.30-37.
- Schadler, F. K. (1991 [1979]): «Arte y Artesanía Africanos en un Mundo de Valores Cambiantes». *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?* E. d. C. Kadt (Ed.). Madrid: Endymion, pgs. 225-238.
- Torres Ruiz, F.J. (2010). Plan de Desarrollo turístico “Ciudad de Jaén”. Ayuntamiento de Jaén
- Tosun, C. (2002): «Host perceptions of impacts. A comparative tourism study»: *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, n.º 1, pgs. 231-264.
- Tyrrell, T., y Spaulding, I. A. (1984): «A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode island». *Hospitality Education and Research Journal*, 8, pp.22-23.
- Universidad de Jaén. Web. “Plan Estratégico de la provincia de Jaén”. Recuperado (05/03/22).

-Var, T. y Kim, Y. (1990): "Tourism impact and its control: A review and synthesis of 20 years of research", en Quality of life Studies in Marketing and Management (pp. 292-302) WA: Virginia. H. L. Meadow y M. J. Sirgy (Eds.)

-Worcester, MA: Clark University Press. Ed. C. Murchison Almeida, F.; Peláez, M.A.; Balbuena, A.; Cortés, R. (2015). "Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain)". Tourism Management, 54. pp. 259-274

-II Plan Estratégico de la provincia de Jaén. Web. "II Plan Estratégico de la provincia de Jaén".

8. ANEXO: MODELO Y GUIÓN DE LA ENTREVISTA

Bloque general- Introducción

1. ¿Cómo cree usted que afecta el oleoturismo a nuestro municipio? ¿Y a la Sierra de Cazorla?
2. ¿Cómo de importante considera usted esta actividad?
3. ¿Está usted conectado de forma directa a la actividad del oleoturismo o del aceite de oliva?

Bloque económico

4. ¿Cuáles serían los beneficios que genera el oleoturismo al municipio de Cazorla y a su sierra?
5. ¿Cuáles podrían ser los inconvenientes asociados a esta actividad? ¿Cuáles podrían ser sus ventajas?
6. Teniendo en cuenta todo lo anterior, si usted tuviese la oportunidad de fomentarlo o frenarlo, ¿qué haría y por qué?

Bloque medioambiental

7. ¿Cómo cree usted que afecta el oleoturismo al medio ambiente de la Sierra de Cazorla?

8. ¿Usted cree que el oleoturismo generaría impactos negativos en el parque natural y alrededores?

9. ¿Cree usted que oleoturismo y la preservación y conservación del Parque Natural son compatibles?

Bloque Sociocultural

10. ¿Usted sería capaz de decirme algún beneficio que pudiera ofrecer esta actividad al patrimonio cultural de la zona?

11. ¿Existirán aspectos negativos en la población local por la práctica de la misma?

12. ¿Usted cree que gracias a esta actividad se podrán llegar a conservar innumerables edificaciones patrimoniales que si no fueran por esta práctica se perderían?

Bloque de apego

13. ¿Cree usted que la zona en la que usted reside y se desarrolla la actividad está preparada y cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo la atención del turismo?

14. ¿Es usted feliz y le gusta la zona en la que reside?

Bloque de apoyo al desarrollo turístico

15. ¿Usted cree que esta práctica tiene más influencias positivas que negativas?

16. ¿Cuál sería su postura ante un posible desarrollo de la actividad?