



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Centro de Estudios de Postgrado

Trabajo Fin de Máster

**EL TURISMO RURAL Y SU APOORTE EN LOS
PROCESOS DE DESARROLLO EN ZONAS
RURALES DE ANDALUCÍA: UN ANÁLISIS
BIBLIOGRÁFICO DE SUS IMPLICACIONES**

Alumno/a: Pazmiño Heredia, Ismael

Tutor/a: Prof. D. Flores Ruiz, David
Dpto.: Ciencias Sociales y Jurídicas

Octubre, 2019

Resumen

Este trabajo permite conocer el nivel actual de desarrollo que el turismo genera en zonas rurales de Andalucía así como tipos de turismo que aquí se realizan y como las diferentes actividades integradas en los productos turísticos y el grado de participación de cada actor dentro de la población, el desarrollo que genera a partir de la variada oferta en cuanto a servicios y las características de los mismos, tipos de subvenciones y ayudas con las que cuenta esta actividad comercial, las diferentes muestras de crecimiento en las que refleja los beneficios que aporta así también como puntos débiles o daños colaterales infringidos por la gesta de actividades de carácter turístico y que por este medio también determinamos posibles pautas y soluciones para los actuales problemas de desarrollo turístico rural.

Abstract

This work allows to know the current level of development that tourism generates in rural areas of Andalusia as well as types of tourism that are carried out here and how the different activities integrated in the tourist products and the degree of participation of each actor within the population, the development that it generates from the varied offer in terms of services and their characteristics, types of subsidies and aid that this commercial activity has, the different growth samples in which it reflects the benefits it provides as well as weak points in developing this segment defining solutions for the current problems of rural tourism development.

ÍNDICE

- Capítulo Introductorio
 - Justificación y oportunidad de esta tesis
 - Importancia del tema y área de investigación
 - Carencias en la literatura
 - Planteamiento del problema
 - Hipótesis
 - Objetivo general
 - Planteamiento metodológico general
- Capítulo Uno
 - Características del turismo rural en España y la Comunidad de Andalucía
 - Turismo rural en Andalucía y su impacto en el área de influencia
 - Proceso evolutivo del agroturismo, turismo rural y turismo en el espacio rural
 - Situación actual de la actividad turístico rural
 - Principales motivadores para realizar turismo rural en Andalucía según segmentos
- Capítulo Dos
 - Oferta de servicios y actividades dentro del turismo rural en Andalucía
 - Turismo gastronómico como eje principal de la oferta de actividades de turismo rural
 - Rutas gastronómicas vinícolas
 - Rutas turísticas basadas en oleoturismo
 - Rutas turísticas basadas en el jamón ibérico
 - Alojamiento rural en España y Andalucía
 - Alojamientos turísticos en Andalucía
 - Ayudas para el desarrollo y mejoramiento de proyectos rurales
- Capítulo Tres
 - Oferta y demanda de turismo rural en Andalucía
 - Proyectos de turismo rural en Andalucía
- Capítulo Cuatro
 - Estrategias para impulsar el desarrollo del turismo rural y contrarrestar efectos negativos dentro de la industria
 - Escasa promoción sobre destinos rurales y servicios complementarios
 - El turismo rural se enfrenta a un creciente problema de intrusismo
 - Bajo porcentaje de ocupación en alojamientos rurales
 - Baja calidad de los servicios en relación al talento humano
 - Falta de oferta o desarrollo de actividades
 - Crear consciencia de responsabilidad social

- Disminuir o eliminar la desigualdad en cuanto al sexo femenino en el ámbito turístico rural
- Resultados
- Índice de gráficos
- Bibliografía

"El turismo rural y su aporte en los procesos de desarrollo en zonas rurales de Andalucía: un análisis bibliográfico de sus implicaciones"

CAPÍTULO INTRODUCTORIO

Justificación y oportunidad de esta tesis

Durante esta investigación nos adentraremos de lleno en conocer el estado actual en que se encuentra el desarrollo rural andaluz, cuya evolución ha sido propulsada en los últimos tiempos principalmente por el turismo rural.

Para ello, he empleado el escrutinio de herramientas bibliográficas diversas sobre turismo rural en la comunidad autónoma de Andalucía, aunque ésta no es la única fuente con información exacta al respecto debido a los diferentes estudios que se han desarrollado en forma de investigación empírica. Todo ello será revisado y cotejado entre las diferentes publicaciones existentes para así lograr exponer una idea global del nivel de desarrollo en el que se percibe el área rural de Andalucía con el fin de conocer el alcance que ha tenido hasta la actualidad y el potencial que tiene proyectado a futuro el turismo como factor de desarrollo, todo ello moviéndonos en un escenario de corto, mediano y largo plazo. Además que, estos índices nos ayudarán a encontrar esas estrategias de mejora que serían necesarias aplicar para lograr un mejor aprovechamiento de recursos. Por otra parte, aplicando los mismos fundamentos, podremos determinar los beneficios y perjuicios que ha presentado esta actividad turística hasta la actualidad.

Asimismo, con la presente investigación se conocerá cuál es la realidad del desarrollo

rural proporcionado por el turismo en la comunidad de Andalucía que, como veremos a continuación es la salvaguarda de que continúen poblados y, en definitiva, “vivos” cientos de pueblos que, debido a la despoblación, estarían avocados al más que evidente abandono.

Importancia del tema y área de investigación

La importancia de este estudio radica en los diversos análisis realizados a partir de la reacción positiva o negativa tanto del turismo como de las actividades complementarias que suelen acompañar a esta empresa. Por otro lado, en este examen también se escrutan las diversas carencias afincadas en este sector mostrando las posibles salidas a éstas. Podremos así mismo, conocer las fortalezas con las que esta actividad incentiva la economía rural provocando un crecimiento que, de otra forma, no sería posible. Cabe destacar además, qué desafíos futuros nos encontraremos al respecto de este sistema turístico exponiendo nuevas tendencias y proyectos que se están generando en materia de innovación turística para el desarrollo de nuevos productos rurales que permitirán la expansión y creación de otros segmentos de turismo que ampliarán la oferta de servicios en esta industria.

El área de investigación se ha determinado a las publicaciones más relevantes sobre el tema aplicados a la Comunidad Autónoma de Andalucía abarcando una visión macro meso y micro sobre el diferente material bibliográfico emitidos sobre este tema y comparándolas con información referente a otros destinos similares.

Carencias en la literatura

Dentro de la búsqueda de material bibliográfico que respalde investigaciones sobre el desarrollo en el área rural, nos hemos encontrado con varias publicaciones de ámbito informativo como boletines, revistas, noticias y reportajes de turismo, en su mayoría desactualizadas y muy dispersas llegando, en primera instancia, a la conclusión de que es un tema con un desarrollo limitado hasta el momento.

Planteamiento del problema

Llegados a este punto, lo más sensato es preguntarse ¿qué tipo de desarrollo es el que genera el turismo en el sector rural y cuáles son las deficiencias y fortalezas que puede ocasionar?

Hipótesis

Como veremos más adelante, el turismo rural, por medio de sus diferentes elementos, es un potente generador de recursos económicos ya que permite a zonas que están escasamente desarrolladas, obtener por medio de éste y, además, de actividades adyacentes, beneficios socioeconómicos en concepto de prestación de dichos servicios. Para ello, aprovechan el potencial tanto cultural, patrimonial como natural para generar a su vez un movimiento comercial de suma importancia que ayuda en gran medida a las comunidades rurales porque es una de las herramientas que influyen para el desarrollo de estas zonas, produciendo obviamente un crecimiento y desarrollo que deriva en un plan de mejoramiento de servicios e implementación de nuevas y mejores actividades. Aunque esto sea positivo, no podemos dejar de lado su efecto negativo y es la posible existencia de una excesiva carga turística, el deterioro de diferentes sitios históricos patrimoniales y naturales, más todo esto, es en rasgos generales y no debe extrapolarse entre los variados destinos rurales, ya que cada uno posee sus propias características, deficiencias y necesidades. Haciéndose así necesario, un estudio personalizado para cada caso.

En la comunidad autónoma de Andalucía entendiéndose que es una comunidad altamente turística y en la cual el turismo rural ha tenido gran desarrollo en cuanto a la caracterización zonal, localización espacial de actividades turísticas y oferta de subvenciones para incentivar y apoyar esta actividad, este desarrollo de políticas ha permitido que el crecimiento turístico disponga de matices altamente positivos y disminuyendo los

negativos.

Todas estas implicaciones son presentadas y expuestas en diferentes medios bibliográficos que sirven para mostrar la situación actual de esta actividad y tener una visión amplia de los aspectos positivos y negativos que interfieren en la misma.

Mediante el análisis de estas herramientas bibliográficas podremos determinar el alcance que el turismo rural configura en el desarrollo rural así como sus impactos.

Objetivo General

Desarrollar un análisis enfocado al crecimiento rural logrado gracias al turismo en la comunidad autónoma de Andalucía.

Objetivos Específicos

1. Determinar las características del turismo rural en la Comunidad de Andalucía y entender su situación actual, en que lugares se desarrolla y el aporte que se produce por la explotación de las diferentes actividades turísticas.
2. Determinar los diferentes tipos de turismo rural que ofrece Andalucía incluyendo los diferentes tipos de alojamiento, y el tipo de turismo que se busca en el segmento rural de esta comunidad autónoma.
3. Identificar los aspectos positivos y negativos que se presentan en la práctica de la actividad turística en el área rural en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
1. Identificar estrategias que aporten muchos mas beneficios dentro de la actividad turística aplicada al turismo rural y programas factibles para mitigar o eliminar los efectos negativos de la industria del turismo en el área rural de Andalucía.

Planteamiento metodológico general

Para llevar a cabo nuestra investigación haremos uso de varias técnicas entre ellas:

1. Investigación de literatura concerniente al tema de estudio: Todo el material bibliográfico existente clasificado entre revistas, reportajes, publicaciones e investigaciones servirá para el análisis del presente trabajo. Con estas herramientas estudiaremos toda la información literaria referente a nuestro tema de estudio abarcando tanto la literatura que contenga información pertinente sobre el estudio como artículos científicos, estudios de investigación o publicaciones. El material bibliográfico es el principal aporte para fomentar esta investigación ya que nos da pautas para conocer el estado actual del turismo rural objetivamente.
2. Investigación descriptiva: La investigación será también de manera descriptiva al tener que desplegar toda la información existente que se relacione con el tema de estudio. Toda la información será analizada sistemáticamente en pro de obtener los resultados esperados y cumplir los objetivos propuestos.

Fundamento Teórico

CAPÍTULO I:

1.1 Características del turismo rural en España y la Comunidad de Andalucía.

España es un destino muy apetecido para todo tipo de turismo y, expresado en números actuales, España es el primer destino vacacional del mundo y el segundo país en ingresos por turismo internacional y en número de llegadas de turistas internacionales. La industria turística es un factor clave para la economía ya que aporta alrededor del 11% del PBI y aporta con un 13% de empleo y globalmente es una industria que posee un efecto multiplicador y tractor sobre el conjunto de la economía dado su carácter transversal, por estos beneficios y varios más, el sector turismo es uno de los pilares fundamentales del crecimiento para el país.

Según datos de la organización mundial del turismo el 2018 se registraron en el mundo mas de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, el equivalente a la sexta parte de la población, genera mas de 120 millones de empleos directos y aporta con más de billones de dólares al PIB mundial a parte de atraer inversión pública y de capitales privados.

El turismo desempeña un papel fundamental en la UE a causa de su potencial económico y de creación de empleo, así como por sus implicaciones sociales y medioambientales. Las estadísticas sobre turismo se utilizan para supervisar no solo las políticas de turismo de la UE, sino también la política regional y la relativa al desarrollo sostenible, (Eurostat Statistics explained, 2018).

Datos actuales del Instituto de Nacional de Estadística (INE, 2019) y Turespaña, indican que España encabeza el ranking de países que acogen la mayor cantidad de turistas, encontrándose en segundo lugar con 82 millones de turistas en el año 2017, superado solamente por Francia y por delante de EEUU.

Dentro de la planificación para encontrar diversas formas de contrarrestar los efectos de la despoblación en áreas rurales europeas, nace la iniciativa comunitaria LEADER. En un principio, esta iniciativa se encontraba relacionada con la incentivación agraria del sector, pero gracias al turismo rural se pudo evidenciar una verdadera transformación, social y económica (Bote, 2001; Millán, 2002; Viñals, 2002; Moreno, 2007; Dieguez et al, 2009; Arnaboldi y Spiller, 2011; García, 2011).

1.2 Turismo rural en Andalucía y su impacto en el área de influencia

Entre las diferentes definiciones que encontramos sobre el concepto de turismo rural, encontramos varias ideas que abarcan todos los elementos que caracterizan a esta rama, como es el caso de la definición que da Luís Corrales Bermejo en 2006 al referirse a éste de la siguiente manera: *“El turismo rural se define como la prestación de servicios turísticos y vacacionales mediante precio, realizados en centros de acogida ubicados en el medio rural natural”*.

“El turismo rural es una noción basta que cubre no solo el agro turismo (es decir el alojamiento ofrecido por un agricultor) sino toda actividad turística que se desarrolle en el espacio rural y que sean actividades relacionadas con el estilo de vida rural. Este tipo de turismo ejerce una cierta atracción sobre el ciudadano en busca de vacaciones de relax y actividades del en campo y que podría, si fuera mas conocido, alcanzar mayor auge y contribuir a realizar el objetivo de una mejor repartición del turismo en el espacio y en el tiempo...”, (Comisión de la Union Europea, 2017).

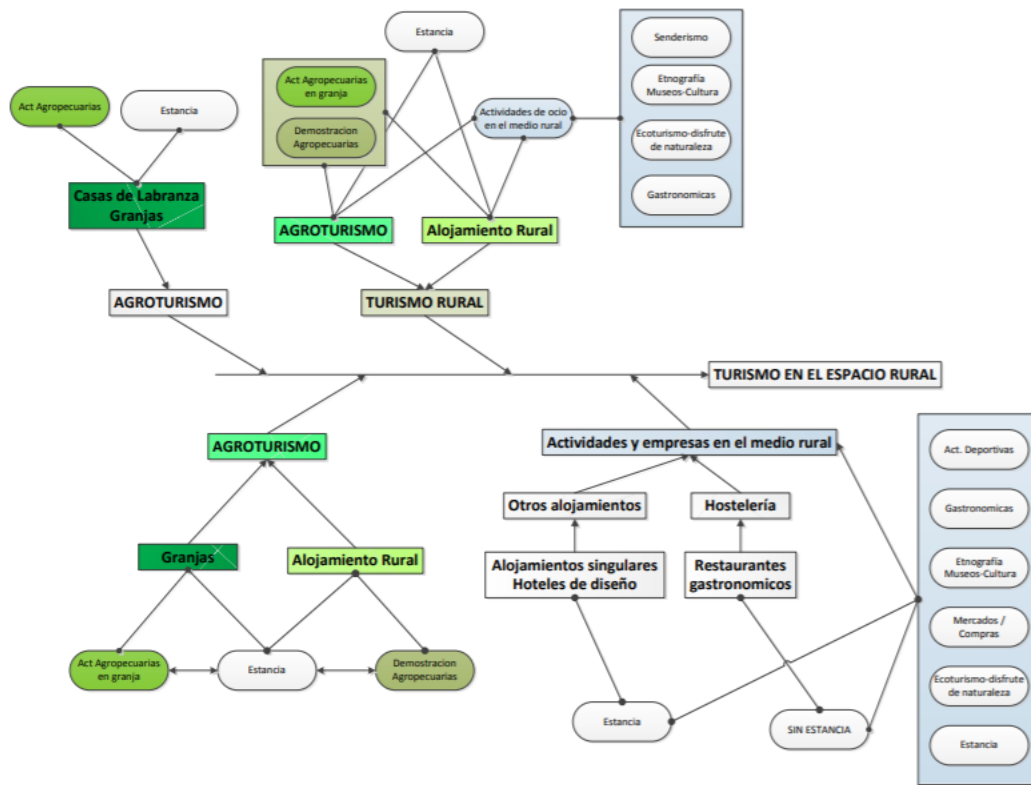
En otros términos, también podríamos decir que es un producto turístico que designa la modalidad de turismo donde la familia rural alberga a los turistas y es su anfitriona. Además, *“Es un turismo difuso y disperso que comporta otras actividades, o bien acompaña las vacaciones rurales , o bien constituye la base del interés del turista”* (Noticias Cidec n.º 9).

Esta actividad se encuentra determinada a un espacio rural natural, pero actualmente el

espacio rural no se encuentra delimitado bajo los mismos estándares unificados ya que aquí en Europa, dependiendo del país, el límite de espacio se fija por la cantidad de personas que viven dentro de sus límites, teniendo diferencias de país en país, es muy difícil que se pueda definir el concepto de qué significa rural. Normalmente se entiende el sector rural como sector agrario pero existen sectores agrarios que disponen de un mejor desarrollo que otros. Por ejemplo, en España el 90% del territorio se define como territorio rural, pero esta zona no se encuentra delimitada por características definidas que puedan ser identificadas de fácil manera. *“Actualmente se define si un territorio es rural por medio de la demografía del lugar, pero es un índice que fluctúa constantemente debido a la continua despoblación rural, la baja tasa de natalidad, el bajo índice de inmigración”* (Almonte, J. M. J., & García, F. J. P. (2016), etc.) Por esta razón, existe un indicador que se basa en todas estas características que definen a un lugar si es rural y lo contraponen con los territorios urbanos, esto es la “Ruralidad”. De este modo se pueden generalizar los indicadores de ruralidad, que permiten diferenciar y obtener un mejor entendimiento de la situación actual de los espacios rurales, pero estos indicadores todavía no dejan clara la definición de qué es rural y qué no.

“El turismo rural y su aporte en los procesos de desarrollo en zonas rurales de Andalucía: un análisis bibliográfico de sus implicaciones”

Proceso evolutivo del agroturismo, turismo rural y turismo en el espacio rural



*Figura 1: Fuente: Análisis de la evolución del modelo de desarrollo y perspectivas futuras
Autor: D. Eduardo Antonio del Valle Tuero*

Se puede determinar ciertos aspectos que son necesarios para ejercer la actividad turística rural y de esta manera alcanzar una idea del tipo de características que se deben dar para que un destino preste servicios de ámbito turístico en el área rural, como lo dice Fernández Hernández (2008) que detalla las características del turismo rural considerando una serie de puntos o cuestiones que deben identificarse:

1. Ser desarrollado en un espacio rural o natural.
2. Tener un modelo de implantación sostenible.

3. Para lo cual ha de ser implementado con criterios de baja intensidad y densidad. Es decir, no masificado y de forma planificada.
4. Tener como soporte las formas de vida local y la cultura local.
5. Ha de tener efectos en el desarrollo local, como actividad revitalizadora de las economías locales en cuanto a renta y empleo. Aunque considerando la necesidad de desarrollar explotaciones pequeñas.
6. Aprovechamiento del patrimonio ya edificado y tradicional.
7. Basarse en recursos endógenos propios del territorio.
8. Es importante disponer de una “base asociativa local” como soporte para integrar los productos turísticos y las empresas.

Entendiéndose que no se encuentra definida la forma en la que se dispone que un territorio sea rural o no, por lo pronto esta investigación se realizara basándose en los indicadores actuales y dependiendo del tipo de características de ruralidad que presente cada lugar.

Por todo ello, podemos concluir que el Turismo Rural es todo tipo de aprovechamiento turístico en un espacio rural, siempre que cumpla con las siguientes condiciones:

- Que sea una oferta dispersa y no concentrada, y respetuosa con el patrimonio natural y cultural.
- Que implique la participación activa de la población local.
- Que mantenga las actividades tradicionales del medio.
- Que intente evitar la masificación.

1.3 Situación actual de la actividad turística rural

Como veíamos anteriormente, el despoblamiento es una situación por la que están pasando la mayoría de las zonas llamadas rurales. El despoblamiento en diferentes regiones rurales de España se ve relajado en varios indicadores y esto ha llamado la atención de diferentes investigadores y profesionales como por ejemplo los geógrafos, en especial los de ámbito rural ya que se encuentran analizando los diferentes fenómenos territoriales del turismo incidiendo en el espectro rural.

Gracias a esto, se han venido desarrollando diferentes estudios y trabajos relacionados con la implicación de elementos económicos, sociales y de connotación cultural patrimonial. Cabe destacar que los elementos patrimoniales y culturales forman una parte importante entre los atractivos de las zonas rurales ya que son, en algunos casos, el principal producto turístico y el que mayor expectativa crea en el turista.

Dentro de la promoción del turismo nacional en general, España se encuentra posicionada como uno de los países con mayor inversión, aunque en temas de turismo rural tiene una tarea pendiente ya que los índices demuestran que el porcentaje de extranjeros es muy bajo en comparación con destinos con mayor afluencia. Cabe recalcar que los países que más demandan el producto de turismo rural español son Francia, Reino Unido y Alemania, siendo este último un gran consumidor enfocado preferentemente en el turista senior el que prefiere el destino español, y de los otros dos referentes de turismo emisor, el tipo de turistas que escoge España se encuentra entre los 25 a los 40 años considerándose un mercado joven-adulto.

Las principales causas para consumir el turismo rural, las vamos a analizar según los diversos segmentos de motivación para su realización:

1.4 Principales motivaciones para realizar turismo rural en Andalucía según segmentos

Según los tipos de motivaciones aplicados al turismo rural, segmentaremos los de mayor demanda. El principal, que es muy importante ya que abarca un porcentaje alto en cuanto

a consumo, es el de motivación familiar con un 49,8%, esto quiere decir que, personas ligadas al territorio lo visitan con cierta regularidad para poder sentirse en mayor contacto con sus seres queridos y encontrarse de vuelta al municipio o pueblo de origen.

Con motivaciones referentes a la visita de lugares naturales en busca de contacto con la naturaleza, espacios tranquilos para el reposo, eventos o atracciones culturales, ambiente cultural y hospitalidad de la gente, clima y paisaje tenemos el 31,5% y por último, el segmento dentro del que entran otras motivaciones como el realizar ejercicio al aire libre, búsqueda de buenos precios, proximidad al domicilio habitual, trabajo, negocios y otros con un 12,3%.

Corresponde decir que no solamente estas motivaciones son las expresamente únicas en el ámbito rural, ya que, por la naturaleza de la actividad turística rural, ésta engloba un gran abanico de actividades complementarias que se pueden realizar en un medio íntimamente relacionado con el medio rural, las cuales pueden ser: turismo de aventura, turismo gastronómico, turismo blanco, turismo cinegético, turismo patrimonial, eco turismo, agroturismo, etc.

CAPÍTULO 2:

2.1 Oferta de servicios y actividades dentro del turismo rural en Andalucía.

El desarrollo rural en el presente está creciendo de manera constante apoyado en el turismo rural como base para la generación de actividad económica al poseer elementos que el turista en la actualidad encuentra más atractivos que los elementos de turismo comunes como el turismo de sol, playa, y urbano. Gracias a este impulso, las zonas rurales buscan medios para mejorar sus servicios y ampliar la oferta de actividades y experiencias que se reflejen en mayores beneficios económicos. Aunque en Europa, todavía existe cierta incoherencia entre conceptos sobre cómo se debe clasificar a un sector como rural.

En la actualidad, el desarrollo del turismo rural se encuentra siendo fomentado por diversos actores gubernamentales que ofrecen por medio de diversos programas de crecimiento y desarrollo, subvenciones para el mejoramiento de la calidad y servicios en este sector, principalmente destinados a los agentes locales. Pero aunque esto se dé cada vez más, falta desarrollo e inversión en este campo, ya que estas actividades se encuentran en constante crecimiento e incluso su demanda sería más alta en caso de que se contase con mejoras en las instalaciones y los servicios.

Dentro del concepto de turismo rural, encontramos definiciones sobre el tipo de actividades que se pueden realizar en el área rural y que abarcan, mayoritariamente, la amplia oferta de dinámicas que se realizan actualmente en espacios rurales.

Actividades que se realizan dentro del segmento de turismo rural

Actividades deportivo-recreativas	Actividades culturales	Participación en actividades del espacio rural	Otros del
Montañismo	Artesanías	Actividades agrícolas	Pintura
Recorrido de ríos	Idiomas	Ganadería	Fotografía
Senderismo	Estudio de la flora	Talleres de forja, cestería, etc.	Termalismo
Espeleología	Estudio de la fauna	Fabricación de productos autóctonos.	Actividades ecológicas
Rutas a caballo	Estudio del medioambiente		
Cicloturismo			

Figura N.2 Actividades que se realizan dentro del turismo rural. Fuente: Desarrollo propio

2.2 Turismo gastronómico como eje principal de la oferta de actividades de turismo rural

Dentro de la variada oferta de actividades enfocadas a explotar el turismo rural, existe un segmento del que existe gran demanda como es el turismo gastronómico. España en su conjunto, es un país con una gran cultura gastronómica y, esta demanda no se dirige solo a las ciudades grandes, sino que en los territorios rurales es donde se ofrece una mayor experiencia, ya que por medio de su gastronomía el turista puede experimentar con los 5 sentidos los atributos propios de cada zona y que se diferencian de cualquier otro tipo de producto turístico que pueda ofrecerse. Dentro de la creación de nuevos productos, existe una amplia demanda de los denominados productos gourmet y, aquí en España, podemos encontrar productos de gran calidad y demanda que son muy conocidos mundialmente con lo que se pretende tirar de estos productos para presentar novedosas rutas gastronómicas como atractivo añadido a las zonas rurales donde se desarrollan las diferentes actividades de estos productos (Hernández Rojas, R. D., Rivera Mateos, M., & Millán Vázquez de la Torre, M. G. (2017). Otro aspecto destacable en este ámbito, es la, cada vez mayor, integración de los productos agrícolas de las tiendas “gourmet” en la oferta turística

gastronómica es una tarea que se encuentra en constante desarrollo en Andalucía. Actualmente el campo del turismo rural enológico se encuentra altamente desarrollado y segmentado esto debido a que este tipo de actividad enfocada al turismo gastronómico ya existía incluso mucho antes de que el concepto de turismo rural entre a la órbita del mundo relacionado al turismo, el gran atractivo generado por la producción de alimentos variados típicos de zonas específicas y echos de la manera tradicional han sido un foco de atención siempre constante, con la diferencia que en la actualidad se le esta dando la importancia debida y se estructura el conjunto de servicios ofrecidos para sistematizar y organizar la generación de estas actividades, la demanda de este tipo de atractivos gastronómicos ha crecido y en la actualidad se pueden ofrecer en la Comunidad de Andalucía varias rutas gastronómicas con interés turístico patrimonial, de las rutas mas conocidas tenemos rutas de vinos o vinícolas y rutas de aceite de oliva extra virgen.

2.2.1 Rutas gastronómicas vinícolas

Dentro de lo gastronómico, el campo del turismo rural enológico, se encuentra altamente desarrollado y segmentado, esto debido a que este tipo de actividad enfocada al turismo gastronómico ya existía incluso mucho antes de que el concepto de turismo rural entre a la órbita del mundo relacionado al turismo. Todo ello sumado a que, en el territorio español, existe una cultura vinícola por excelencia, contando con muchos tipos de vino con su respectiva denominación de origen. Igualmente, hay que destacar que el agro-turismo es un producto que se encuentra en auge gracias al interés al consumo de productos orgánicos, conjugándose todos estos elementos en una completa ruta turística que ofrece varias actividades de interés gastronómico. Las rutas vitivinícolas aglutinan la cultura del vino y sus variedades para acoplar los diferentes servicios turísticos y servicios de la zona formando un eje central como producto turístico con demanda muy alta. En total en España existen 68 variedades de vino de denominación de origen (D.O.) y 2 variedades con denominación de origen calificada (D.O.Ca), como ejemplos de rutas vinícolas que además se han ido segmentando y diferenciando entre ellas para que cada ruta pueda exponer diferentes experiencias, cada una de estas forma 27 diferentes rutas certificadas conforme a la marca.

“Estas rutas no solo significan la visita de bodegas de vinos, sino que unifican elementos vinculados estratégicamente al turismo como la oferta profesional orientada a la innovación, la originalidad, la diversificación y sobre todo turismo no masivo y de calidad, explotando turísticamente a la vez que influyen en otros atractivos indirectos como los son áreas culturales y naturales de influencia”(Rodríguez, S. E. 2017).

Como podemos ver, la actividad enológica en el desarrollo rural es imprescindible, entendida como *“la integración bajo un mismo concepto temático de los recursos y servicios turísticos de interés de una zona vitivinícola, planteados desde la autenticidad y la vocación vivencial, con el fin de construir un producto desde la identidad propia del destino, optimizando la comercialización conjunta de la zona, el nivel de satisfacción de la demanda, y el desarrollo socio-económico integral del territorio”* Romero, R. H. (2017).

Las ventajas ya alcanzadas y aplicadas gracias a estas rutas, se traducen en varios beneficios locales sobre todo en:

1. Atraer mayor turismo al territorio.
2. Generación de ingresos complementaria para los productores vitivinícolas.
3. Crecimiento en volumen y margen de ventas sobre todo para productores pequeños.
4. Desarrollo del espacio donde se desarrolla la ruta.
5. Exposición de la imagen del vino como producto de calidad y con valor añadido en varios canales comerciales no convencionales.
6. El turismo enfocado a las experiencias, al plantear un producto turístico basado en la identidad cultural del destino con atributos intangibles y emocionales.
7. La diversificación y desestacionalización de la actividad turística.
8. El re-equilibrio socio-territorial con la oportunidad de estructurar una oferta turística en torno al mundo y la cultura del vino en zonas rurales de interior que, tradicionalmente, no han sido zonas turísticas.

9. La calidad turística, puesto que se trata de un modelo basada en un sistema de autorregulación de la calidad y revisión continua de los parámetros de calidad establecidos.
10. La corresponsabilidad público-privada y participación social en la gestión del destino-producto.
11. La cultura cooperativa, ya que el modelo Rutas del Vino de España se basa en la cooperación de los agentes públicos y privados vinculados al destino-producto Rutas del Vino y, más allá de esto, en la cooperación entre los distintos destinos-producto que configuran el Club de Producto Rutas del Vino de España.
12. El liderazgo compartido y gobernanza participativa en tanto que la gestión del destino producto corresponde a la red de cooperación público-privada que constituye la Ruta del Vino y su Ente Gestor.

Gracias a todos estos elementos positivos, el desarrollo rural es el beneficiario directo de las rutas vinícolas fomentadas por un aprovechamiento turístico con conciencia ambiental, socio cultural y económica, dando a su vez fuerza a su identidad como producto de calidad vinculado a una marca de vino sistemáticamente preparada para aprovechar esta actividad y manteniendo el ritmo de desarrollo en la zona y llevándolo a diversificarse y mantenerse en constante mejoramiento.

En la actualidad el Club de Producto Rutas del Vino de España integra 27 destinos o Rutas del Vino Certificadas que involucran a más de 550 municipios de toda España y de 2000 empresas, alrededor de 600 de las cuales son bodegas:

[illegible]

Figura 3: Denominaciones de origen sobre vinos de España

Rutas del Vino de España: enoturismo de calidad como motor de desarrollo sostenible

- 1. Ruta del Vino de Alicante (Comunidad Valenciana). www.rutadelvinodealicante.com
- 2. Ruta del Vino de Arlanza (Castilla y León). www.rutadelvinoarlanza.com
- 3. Ruta del Vino Bierzo Enoturismo (Castilla y León). www.bierzoenoturismo.com
- 4. Ruta del Vino de Bullas (Región de Murcia). www.rutadelvinodebullas.es
- 5. Ruta del Vino de Calatayud (Aragón). www.rutadelvinocalatayud.com
- 6. Ruta del Vino de La Garnacha - Campo de Borja (Aragón). www.larutadelagarnacha.es
- 7. Ruta del Vino de Campo de Cariñena (Aragón). www.rutadelvinocampodecarinena.com
- 8. Ruta del Vino de Cigales (Castilla y León). www.rutadelvinocigales.com
- 9. Ruta del Vino D.O. Empordà (Cataluña). www.rutadelvidoemporda.com
- 10. Ruta del Vino de Lleida – Costers del Segre (Cataluña). www.rutadelvidelleida.com
- 11. Ruta del Vino de Jumilla (Murcia). www.rutadelvinojumilla.com
- 12. Ruta del Vino y del Brandy del Marco de Jerez (Andalucía). www.rutadeljerezybrandy.es
- 13. Ruta del Vino de Montilla – Moriles (Andalucía). www.turismoyvino.es
- 14. Ruta del Vino de Navarra (Navarra). www.rutadelvinodenavarra.com
- 15. Ruta del Vino y del Cava del Penedès – ENOTURISME Penedès (Cataluña). www.enoturismepenedes.cat
- 16. Ruta do Viño Rías Baixas (Galicia). www.rutadelvinoriasbaixas.com
- 17. Ruta del Vino Ribera del Duero (Castilla y León). www.rutadelvinoriberadelduero.es
- 18. Ruta del Vino de Ribera del Guadiana (Extremadura). www.rutadelvinoriberadelguadiana.es
- 19. Ruta del Vino de Rioja Alavesa (País Vasco)

www.rutadelvinoderiojaalavesa.com

- 20. Ruta del Vino de Rioja Alta (La Rioja) www.rutasdelvinorioja.com
- 21. Ruta del Vino de Rueda (Castilla y León) www.rutadelvinoderueda.com
- 22. Ruta de las Bodegas y Vinos de la Serranía de Ronda (Andalucía) www.rutavinos-ronda.com
- 23. Ruta del Vino de la Sierra de Francia – Salamanca (Castilla y León) www.rutadelvinosierradefrancia.com
- 24. Ruta del Vino de Somontano (Aragón). www.rutadelvinosomontano.com
- 25. Ruta del Vino del Txakolí de Álava (País Vasco) www.aiaraldea.org/es/descubre-elvalle/ruta-del-txakoli
- 26. Ruta del Vino de Utiel – Requena (Comunidad Valenciana) www.rutavino.com
- 27. Ruta del Vino de Yecla (Murcia) www.rutadelvinoyecla.com

2.2.2 Rutas turísticas basadas en Oleoturismo

Otro recurso turístico rural que se está gestando es el óleoturismo, donde se presenta un producto de calidad, reconocido internacionalmente y se desarrolla la ruta turística dentro de las localidades que tienen a este producto como símbolo estrella de su producción. *“Como producto en si, tiene además un carácter simbólico ya que incluso es identificador de pueblos y territorios añadiendo que de por si los olivares poseen un valor intrínseco en los territorios donde se produce”* Luis, A. H. (2017) . A todo esto, se le añade la cultura del olivo, el aceite de oliva y las almazaras, que lo convierte en un producto completo al presentar todo el desarrollo del olivo y sus derivados en el mismo sitio de donde se produce siendo el mas representativo el aceite de oliva de Jaén con grandes almazaras reconocidas mundialmente.

El óleoturismo representa a una tipología reciente del turismo derivada de la creciente demanda de turismo gastronómico gourmet que, como ya vimos anteriormente, es una motivo importante para el desarrollo rural andaluz. Según Millán et al, las rutas gastronómicas se deben ver como como un producto de la ruralidad, por lo tanto , forman

parte de la oferta de turismo rural proveniente de determinados territorios.

En Andalucía existen más de 1.5 millones de hectáreas de olivares representando el 43% de la superficie cultivada de la comunidad, esto equivale al 60,15% del olivar de España y el 35% de toda la comunidad Europea. En Andalucía esta rama de la industria agrónoma, genera hasta un 30% del empleo en la zona agraria, siendo nombrado cultivo social por su gran aporte, tanto económico como social formando parte de la cultura andaluza y encontrándose presente en un variado catalogo de platillos tradicionales, pudiendo detectar así la relevancia de este producto tan importante y de gran trascendencia y, que se contempla desarrollar, al igual que con el vino, rutas turísticas gastronómicas con las cuales poder explotar todos los beneficios que conllevan este tipo de recursos y aprovechando los beneficios ya citados anteriormente, por lo que no es extraño que éste sea un producto que esta tomando vuelo e interés rápidamente tomando nombre propio como turismo oleico. este tipo de turismo gastronómico puede ir de la mano con el turismo enológico ya que cada actividad sería totalmente diferenciada e inclusive puede compaginarse la una con la otra mostrando productos de calidad de la zona de influencia que no se repetirán en ninguna otra zona ni entre si, siendo este una de las características más llamativas en el turismo rural ya que nunca encontrara un producto de similar.

Por medio del estudio de la demanda existente en torno al oleoturismo, Agüera, F. O., Cuadra, S. M., López-Guzmán, T., & Morales, P. C. (2017), el tipo de turista que busca este producto se decanta por la cata de aceites y el consumir productos elaborados con aceite de oliva de gran calidad. Destacan varios puntos clave que son atractivos para el tipo de turista que se siente atraído por esta ramificación del turismo gastronómico, el conjunto de paisaje, clima, y el estilo de vida que refleja la cultura.

Como ejemplo de una ruta turística desarrollada, podemos exponer el caso de el “Cortijo Espíritu Santo” cuyo enclave se encuentra en Úbeda, ciudad patrimonio de la Humanidad en la provincia de Jaén. Este tipo de óleoturismo es de los mas completos ya que abarca todos los aspectos de la cultura olivarera; desde visitas guiadas al olivar, permitiendo así al visitante acercarse a la vertiente natural de esta actividad, hasta llegar a la almazara donde se nos permite contemplar todo el proceso de la elaboración de este “oro liquido” , amén

“El turismo rural y su aporte en los procesos de desarrollo en zonas rurales de Andalucía: un análisis bibliográfico de sus implicaciones”

de conocer el producto final mediante degustaciones y catas diversas.

Denominaciones de origen de Aceite de Oliva Extra en Andalucía

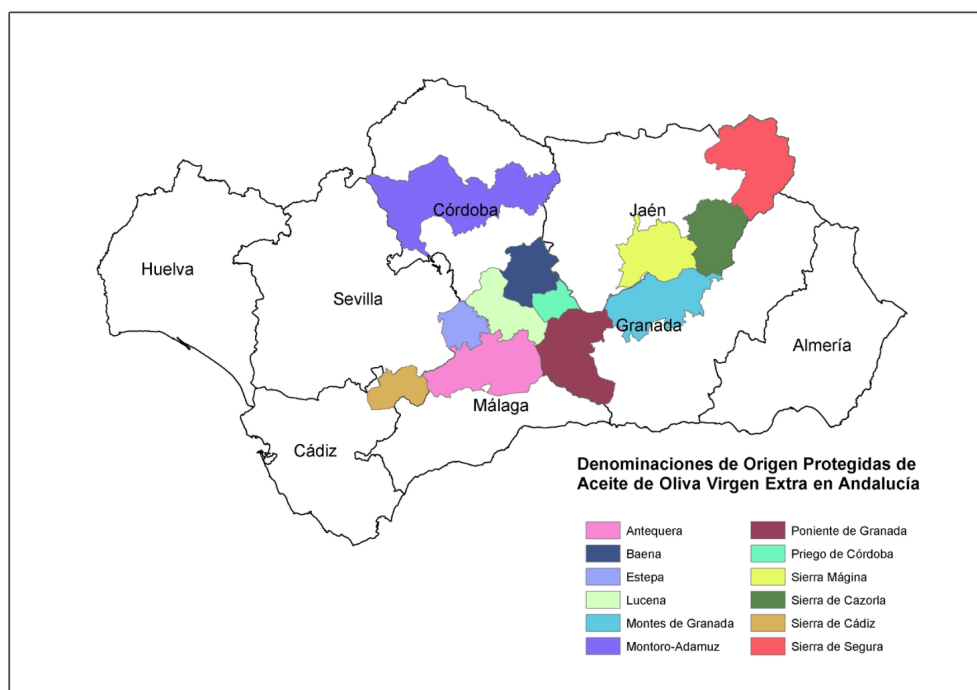


Figura 4: Denominaciones de origen Aceite de oliva virgen extra en Andalucía

El oleoturismo genera varias actividades que forman parte del sistema de turismo rural, dentro de esta rama del turismo gastronómico surgen las siguientes actividades:

- Visitas a almazaras (en Andalucía existen más de 800), a viejos molinos aceiteros, a

antiguas haciendas (cortijos), a oleotecas y a museos del aceite. Con esta práctica se puede conocer el proceso de producción específico del aceite de oliva.

- Visitas a la explotación agraria para la contemplación de la estética de los paisajes de olivar. Dentro de este apartado, como actividad singular, se puede destacar también las visitas para contemplar olivos milenarios.
- Participación en fiestas del aceite que se celebran en determinadas localidades productoras.
- Conocimiento de las diferentes tradiciones populares vinculadas a la cultura del olivo y del aceite.
- Participación en actividades gastronómicas con el aceite de oliva como protagonista.
- Recorrido de las rutas vinculadas a las 14 Denominaciones de Origen del Aceite de Oliva existentes en Andalucía.
- Asistencia a ferias comerciales relacionadas con la producción del aceite de oliva.
- Conocimiento de las características de otras industrias relacionadas con el olivo y el aceite de oliva (cosmética, conserveras, artesanía de madera, aceitunas aderezadas, etc.).

El oleoturismo como factor de desarrollo en zonas rurales de Andalucía:



Figura 5: Zonas olivareras en España

Esta rama del turismo gastronómico en áreas rurales desarrollada por la cultura del olivar, es motivada por todas las bondades del olivar tanto como producto de calidad como por lo que representa para el estilo de vida para las personas que trabajan y viven de las diversas actividades ligadas al mismo, teniendo un valor paisajístico, cultural, medioambiental y que responde a un concepto multifuncional dentro del sistema agrario.

2.2.3 Rutas turísticas basadas en el jamón ibérico

En todo el territorio español se pueden encontrar infinidad de tipos de jamón ibérico, pero existe en la provincia de Huelva un tipo de jamón muy codiciado desde tiempos romanos, este es el “Jamón de Jabugo”. Gracias a este producto de muy buena calidad, se ha desarrollado una ruta primordial en la explotación turística de la comunidad de

Andalucía, “La Ruta del Jabugo” se traslada por los territorios de varios municipios: Alajar, Aracena, Castaño del robledo, Corteconcepción, Cortegana, Jabugo, La Nava, Libares de la Sierra y Santa Ana la real,(ruta del jabugo Andalucia.org, 2019).

2.3 Alojamiento rural en España y Andalucía

Aunque el medio rural comprende solamente un tercio de la población, las áreas rurales comprenden mas del 90% del territorio, lo cual permite que se desarrollen diferentes tipos de actividades relacionadas al turismo y prestación de servicios. Todo este arquetipo de bienes y servicios engloba diferentes facilidades que se transforman en un abanico de desarrollo y una de las áreas de mayor crecimiento e inversión es precisamente el sector inmobiliario ya que la oferta y demanda de alojamiento crece vertiginosamente y existe varias soluciones a la disposición de los turistas como son hoteles, hostales, casas rurales camping, rural y últimamente el efecto de los pisos turísticos que ya ha trascendido de las grandes ciudades para instalarse en los pueblos y zonas rurales además de que también se pueden encontrar espacios de pernoctación en lugares como monasterios, balnearios, monasterios, pueblos recuperados, cabañas turísticas, granjas escuela, albergues, etc. Para la creación de lugares de alojamiento rurales hace falta inversión privada, tanto para desarrollar proyectos nuevos así como remodelación de espacios habitacionales autóctonos.

Mientras más típica sea la vivienda donde se va a brindar el alojamiento, mayor será el agrado del turista. Gracias a esto, se busca que la oferta de sitios rurales sean viviendas construidas bajo estándares de arquitectura propia de la zona así como elementos de construcción similares, el diseño interior debe guardar relación con el tipo de turistas al que esta dirigido y encontrarse en una ubicación privilegiada.

Las claves para que un alojamiento rural sea altamente demandado, debe contar con facilidades para el turista debe ser un espacio funcional y encontrarse en un entorno apropiado para el disfrute de todos los recursos que se encuentren en la zona.

“El turismo rural y su aporte en los procesos de desarrollo en zonas rurales de Andalucía: un análisis bibliográfico de sus implicaciones”

Relación de alojamientos Rurales en España

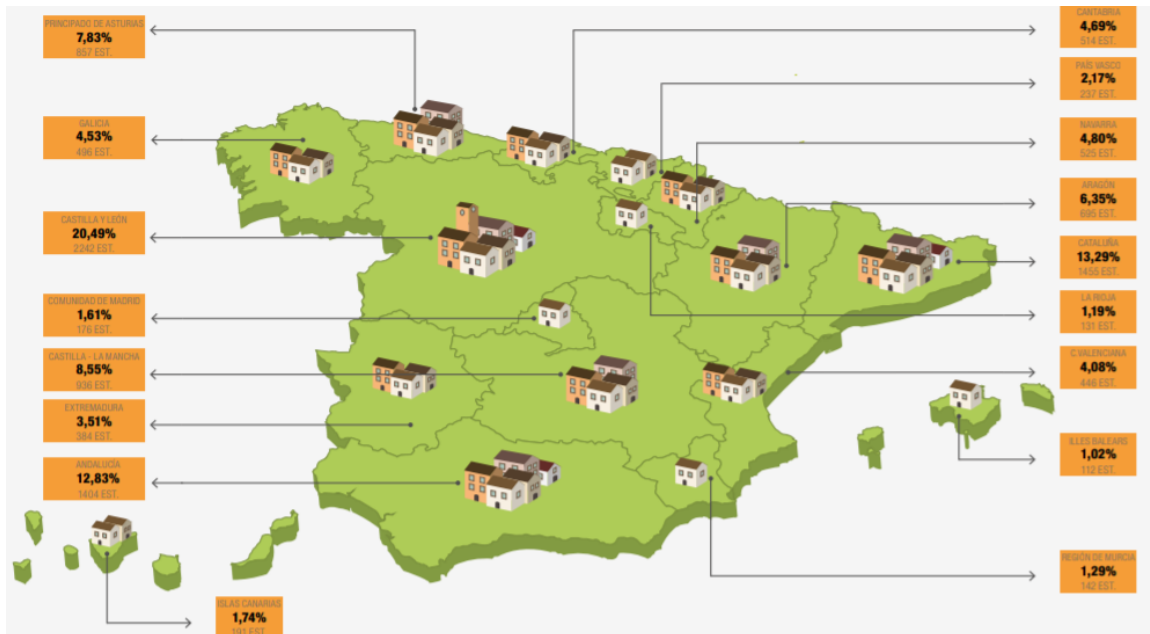


Figura 6: Distribución de alojamientos rurales en España por provincias

Fuente: Barometro turismo rural, 9 Informe del Turismo Rural en España 2018

Según el estudio “El desarrollo del turismo rural y sus repercusiones”, en España encontramos una amplia variedad en cuanto a la oferta del turismo rural:

- En País Vasco se dieron los primeros pasos para la ejecución de proyectos de turismo rural, por medio del País Vasco y las Diputaciones Forales ofrecieron ayudas y subvenciones para impulsar el desarrollo y crecimiento de casas rurales destinadas a ofrecer distintos servicios turísticos a este sector, e incluso cuentan con una oficina que coordina las acciones destinadas a la promoción y comercialización de estos productos.
- Las modalidades en la Comunidad Autónoma de Navarra se dividen en casas rurales de alojamiento compartido y casa rurales de alquiler, en cuanto a los requisitos para poder ejercer esta actividad se requiere formación en el área y para poder ser beneficiario de las ayudas la infraestructura del bien debe ser de carácter

- rural, contar con no mas de 14 plazas de alojamiento y ser una vivienda tradicional.
- c) En Aragón existe un plan de financiación para obras de acondicionamiento en casas rurales con fines turísticos, existe también la asociación pirenaica del turismo rural, que se erige como base fundamental para el turismo en esta región,
 - d) Cataluña, en esta región es común que la casa de “pages” sea la adecuada para el el alojamiento rural, por medio de una iniciativa de la Generalitat Catalunya se ofreció ayudas para impulsar este segmento económico para crear fuentes de trabajo, erradicar la migración a las grandes ciudades.
 - e) En islas Baleares existe una asociación en la cual se concentran las llamadas “habitatges”, no se cuenta con alojamiento tipo camping al no ser una actividad demandada en esta región y la comercialización de de estas *habitatges* se realiza por medio de la central de la asociación que se encarga de contactar a los prestadores de servicios turísticos rurales y a los potenciales clientes.
 - f) Andalucía, es una comunidad en la cual el tema de turismo rural se encuentra muy bien definido ya que cuenta con opción de escoger entre: cortijo, camping cortijo, habitaciones en casas rurales particulares, alquiler de unidades completas y albergues colectivos. Para gestionar todos estos establecimientos se ha creado la red Andaluza de alojamientos rurales.
 - g) Galicia, el gobierno autónomo ofrece subvenciones para el turismo rural y balnearios, dentro de los diferentes tipos de edificaciones tenemos: pazos-hospedería, pazos-residencia, casas de aldea-residencia, y casas de labranza.
 - h) Canarias, el gobierno emprende dos objetivos claros, oportunidad de desarrollo al mundo rural y por otro ofrecer un turismo diferente al de sol y playa comúnmente ofertado en las islas, aprovechando el potencial de los recursos naturales del archipiélago.

Agrupación de las modalidades de alojamiento de tipo rural

MODALIDAD	FIGURAS DE ALOJAMIENTO EN LA NORMA
CASAS RURALES	Alojamiento de Turismo de interior Alojamiento rural singular Alojamiento singular de carácter etnográfico Alojamiento Rural: Masías, casas de pueblo... Casa Rural Casas de Aldea Chozos Cabañas Pasiegas Vivienda de Turismo Rural Vivienda Turística de Alojamiento Rural (en extinción) * Agroturismo * Casas de Labranza (en extinción) * Casa de Payés
HOTELES RURALES (actividades de hotelería y edificios emblemáticos)	Hospedería Rural Hotel Rural Alojamiento Rural singular Palacios y Casonas Pazos y otras edificaciones singulares Posada Venta
APARTAMENTOS	Apartamento Rural Apartamento Turístico Rural Apartamento de Turismo Rural
ALBERGUES	Albergue Rural Albergue turístico Albergue turístico rural
ACAMPAMENTOS	Acampada en Casa Rural Aislada Acampada en finca particular Camping Rural (en extinción)
COMPLEJOS	Aldeas de Turismo Rural Complejo de Turismo Rural Complejo de Turismo Rural o Villas Turísticas (en extinción) Núcleos de Turismo Rural

Figura N. 7 Análisis de la evolución del modelo de desarrollo y perspectivas futuras
Fuente: Eduardo A. del Valle Tuero.

2.3.1 Alojamientos turísticos en Andalucía

En el caso específico de la Comunidad de Andalucía, los alojamientos rurales se encuentran debidamente clasificados por la Legislación y tipologías en materia de Turismo rural de la Comunidad Autónoma, esta mantiene la competencia exclusiva en cuanto a promoción y ordenación del turismo.

Según el Estatuto de Autonomía para Andalucía (2002). Son alojamientos turísticos en el medio rural los establecimientos de alojamiento turístico y las viviendas turísticas de alojamiento rural que posean las siguientes condiciones:

- a) Reunir las características propias de la tipología arquitectónica de la comarca en que estén situados.
- b) Estar integradas adecuadamente en el entorno natural y cultural.
- c) Estar dotados de las prescripciones específicas y requisitos mínimos de infraestructura que se establecen para cada tipo en este Decreto, en su caso, o en la normativa turística aplicable.

Y los diferentes establecimientos de alojamiento turístico en el medio rural son:

- a) Las casas rurales.
- b) Los establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos rurales.
- c) Los complejos turísticos rurales.
- d) Los demás establecimientos turísticos cuya normativa específica así lo determine.

2.4 Ayudas para el desarrollo y mejoramiento de proyectos rurales

En España existen ayudas para la construcción o rehabilitación de alojamientos rurales, según el programa Leader las comunidades de Galicia, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Extremadura, Andalucía, Murcia Valencia y Canarias están en la capacidad de obtener un 54% de inversión, mientras que en las comunidades de Cataluña, País Vasco, La Rioja, Navarra y Aragón pueden hacerse con un 30% del total necesario para la inversión. Por medio de las comunidades también se gestionan este tipo de subvenciones por concepto de Creación de empleo autónomo y creación de empresas de economía social, que es una ayuda dirigida a personas desempleadas y comúnmente gestionado por medio de sus consejerías y por el servicio público de empleo estatal en aquellas comunidades autónomas que no hayan asumido competencias en la materia y en la ciudades de Ceuta y Melilla.

En el caso de Andalucía, la denominación de este programa es, Fomento de los servicios turísticos y creación de nuevos productos en Andalucía. Este tipo de subvenciones tienen la finalidad de mejorar la competitividad y productividad de pequeñas medianas y grandes empresas en la comunidad, buscando también la modernización y prácticas innovadoras en

el área del turismo.

Estas subvenciones van dirigidas a diferentes elementos del turismo rural, desde empresas de alojamiento (campings, casas rurales, hoteles, hostales, etc), agencias de viaje, establecimientos relacionados con segmentos turísticos emergentes (turismo gastronómico, turismo cultural, turismo activo, etc), industria de ocio y entretenimiento, creación de rutas itinerarios y guías turísticas que estén conformadas por elementos catalogados como segmentos turísticos emergentes (Junta de Andalucía).

Otros programas relevantes de ayuda a la industria turística rural son las ayudas Europeas para el turismo como en el caso de los programas: Fondos FEDER, Urban innovative Actions (UIA), Fondo de Cohesión, Fondo Social Europeo, Fondo Europeo de Agricultura y Desarrollo Rural, LIFE, entre otros (Secretaría de Estado de Turismo).

La consejería de Turismo y deporte de la Junta de Andalucía también ha puesto a disposición dos modalidades de subvenciones dirigidas al fomento de los servicios turísticos y a la creación de nuevos productos. Las modalidades son denominadas PYMETUR y EMPRENTUR desde el año 2018 (Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos Andalucía, 2018)

CAPÍTULO 3:

3.1 Oferta y demanda de turismo rural en Andalucía

En el espectro del turismo, actualmente las necesidades van cambiando al compás del desarrollo de productos turísticos y sus concernientes servicios o nuevos productos. El turismo rural nace de la necesidad de generar un segmento que se diferencie de la actividad turística común, busca diferenciarse del turismo de sol y playa, turismo pasivo y masificación en los destinos. Así pues, el turismo rural se ha desarrollado ofreciendo espacios naturales y culturales en las cuales no existe exceso de carga turística, se pueden realizar diversas actividades y sobre todo se pondera una conciencia medioambiental. Dentro del enfoque sistémico en el cual se genera el turismo rural, existen múltiples subelementos como la infraestructura, superestructura, comunidad local.

Se analiza el turismo rural por medio de cinco dimensiones: cultural, económica, social, ambiental, y política, a la vez que se espera que las actividades relacionadas estén enmarcadas dentro de las características de servicios culturales, sociales y deportivos y que al desarrollarse esta actividad se cumpla con el respeto al medio ambiente y que cuente con equipamiento que promueva diversidad cultural a esta actividad.

Todas estas características deben conjugarse para ofrecer servicios de relax y esparcimiento tanto como deportivos y culturales, hoy en día estas actividades se realizan de manera empírica en muchos casos, y se está buscando la profesionalizar el capital humano en este sector para mejorar la calidad y cantidad de los servicios, dos factores son muy importantes para el turista al momento de escoger un destino rural y son: encontrar un producto novedoso y de calidad y un método de comercialización adaptado a las necesidades actuales.

Diversos estudios empíricos demuestran que este tipo de turismo se encuentra en alta demanda por turistas de nivel económico medio y alto, con un nivel de cultura medio-alto, siendo profesionales de entre 25 a 45 años, con conciencia ambiental y de conservación,

de procedencia urbana y con alta sensibilidad sobre el valor de los espacios rurales y el disfrute de los mismos.

3.2 Proyectos de turismo rural en Andalucía

Normalmente en los estudios de caso, se ejecutan análisis sobre los proyectos que han salido a flote y se estudia todas las características tanto positivas como negativas que llevaron a que ese proyecto vea la luz y que servirán como retroalimentación para la creación y desarrollo de nuevos proyectos, pero también existen proyectos fallidos o que no se llegaron a concretar por varias circunstancias pero que sirven como materia de estudio para entender qué puede pasar en caso de que un proyecto no despegue.

Hemos tomado como referencia un estudio de casos fallidos realizado para la publicación: Boletín de Asociación de Geógrafos Españoles N. 78, Pérez, J. A. C., García, E. C., & Valverde, F. A. N. (2018), en el mismo se realiza el estudio de varios casos desarrollados dentro del periodo 2002-2008 y en el contexto final se obtienen las siguientes conclusiones:

Del total de casos fallidos 1281 de un total de 9502, en su mayoría corresponden a proyectos ejecutados por autónomos (35,36%), seguidos por entidades públicas (24,51%) y sociedades mercantiles (23,34). Dentro de las causas del fallo de estos programas se encuentra la renuncia a los mismos con un 90,63% pero dentro de este concepto se engloba a varias situaciones como por ejemplo:

1. Se manifiesta la falta de madurez de estos proyectos al no contar con los requerimientos administrativos necesarios como pueden ser el redactar proyectos previos ya sean de construcción, urbanización, etc, o de obtener autorizaciones o permisos administrativos.
2. No disponer de la financiación privada.
3. No poseer las autorizaciones pertinentes en el momento de finalización del proyecto.

4. Desestimar el proyecto debido al largo proceso administrativo al que deben incurrir los solicitantes.

En el caso de proyectos que benefician al desarrollo rural, existen varias iniciativas que se han propuesto y que han brindado grandes opciones de implementación en diferentes territorios, por ejemplo, en Latinoamérica se ha impulsado el interés por las etnias autóctonas para desarrollar un turismo denominado etnoturismo, estas diferentes etnias crean un producto turístico que se desarrolla en el ámbito indígena y muestra en un amplio panorama la forma de vida y costumbres de diferentes comunidades, el objetivo de esta actividad se centra en tres finalidades: la observación de las expresiones y formas de vida culturales de grupos humanos exóticos, las costumbres pintorescas de indígenas y la búsqueda de la autenticidad de una forma primitiva étnica exótica Palacios, C. G. (2016).

De esta manera se produce un turismo comunitario en el cual se benefician todos los actores que se encuentran directamente relacionados con la comunidad, generando beneficios económicos para la comunidad y a la vez ofreciendo actividades turísticas que derivan en la generación de recursos para las zonas rurales.

Otro tipo de proyectos que articulan varios ejes rurales para el beneficio económico por medio del turismo es el llamado agro turismo, esto implica integrar actividades variadas en una unidad productiva generando inversión local y la creación de atractivos de carácter turístico, una zona determinada que produce bienes agrícolas específicos oferta una actividad en la cual el turista se introduce al mundo agrícola para conocer la cadena de producción y las diferentes cualidades que esta actividad produce y se genera una retroalimentación tanto para el turista que crea un pensamiento de valoración hacia una actividad antes no conocida como de parte del prestados de servicios agroalimentarios que obtiene beneficios para la continuidad de esta actividad (Thomé-Ortiz, H. 2015).

Otro de los recursos que se encuentra en capacidad de actuar como un fuerte producto turístico que ya se encuentra explotado en diferentes recintos rurales es el aspecto rural natural, el medio natural es un elemento de gran atractivo para las personas que buscan actividades rurales, en algunos casos es el principal motivo para el consumo del concepto

turístico rural, se propone en estos casos impulsarlo por medio del cuidado del medio ambiente y respeto del entorno natural procurando minimizar o evitar el impacto que normalmente genera el desarrollo de la actividad turística en estos espacios para que pueda continuar siendo un atractivo no solamente rentable sino sostenible.

Todos estos puntos se encuentran íntimamente ligados al desarrollo de programas de turismo rural a parte de los que comúnmente ya se desarrollan como es el caso del turismo patrimonial arquitectónico, el turismo gastronómico y el turismo natural.

Actualmente se toman medidas para permitir que estos programas se desarrollen de una manera coherente y con conciencia de sostenibilidad:

- a) Nuevas tendencias de remuneración de los agricultores para la gestión del espacio.
- b) Fomento de un turismo respetuoso del medio ambiente.
- c) Revalorización del patrimonio arquitectónico.
- d) Racionalización de la utilización y del reciclaje de los recursos naturales.
- e) Desarrollo de nuevas actividades económicas basadas en un concepto ecológico.

CAPÍTULO 4:

4.1 Estrategias para impulsar el desarrollo del turismo rural y contrarrestar efectos negativos dentro de la industria.

Hemos señalado en el presente estudio, varias observaciones negativas que han sido recogidas por diferentes medios bibliográficos y vamos a resaltar a continuación las de mayor presencia e importantes:

4.1.1 Escasa promoción sobre destinos rurales y servicios complementarios.

El presupuesto destinado a la promoción del turismo, en general en España es de por si baja, a esto debemos añadir que de este bajo presupuesto tan solo una pequeña parte se destina a la inversión en publicidad de turismo rural y por eso este segmento de turismo ha sido el de menor difusión en comparación con otros segmentos de gran demanda.

Por medio de las CCAA se destina una partida presupuestaria para la promoción del sector rural que es de gran ayuda pero se podría solicitar mayor cobertura para dar la importancia acorde al crecimiento que el turismo rural esta experimentando en la actualidad, para exponerlo y venderlo de la mejor manera posible.

4.1.2 El turismo rural se enfrenta a un creciente problema de intrusismo.

El intrusismo está presente permanentemente en todo destino turístico rural, ya que son miles de plazas sin legalizar que no se reflejan en las estadísticas del INE y que ejercen mayor presión a la baja de los precios de alojamientos legalizados y registrados.

Este problema tiene características difíciles de controlar, ya que por un lado no todos los sitios que ofrecen alojamiento se encuentran registrados y muchos de ellos se encuentran funcionando de manera ilegal como es el caso de los denominados pisos turísticos

ofertados por medio de plataformas online, se debería realizar un censo de alojamientos turísticos rurales para determinar la cantidad y calidad del tipo de alojamiento que se encuentra ofertando sus servicios activamente.

4.1.3 Bajo porcentaje de ocupación en alojamientos rurales.

Al ser destinos preferidos solamente para escapadas de un fin de semana, la ocupación es alta normalmente en fines de semana, puentes y festivos, si se trabaja en la promoción de destinos y oferta de actividades se podrá enfocar este sector a un crecimiento de los días de estancia entre semana, este punto va de la mano con la escasa oferta de actividades, se debe trabajar en una agenda rural para incentivar actividades que incrementen el interés de las personas por visitar estos lugares y que pernocten por lo menos una noche y que no sean destinos de paso nada mas.

4.1.4 Baja calidad de los servicios en relación al talento humano.

Este apartado expone la baja calidad que encontramos en los diferentes actores que desarrollan la prestación de servicios, estos pueden ser dentro del ámbito e alojamiento restauración, guianza, etc. al ser actividades desarrolladas en el sector rural, con expectativas salariales bajas en comparación con las grandes ciudades, no existe mucha motivación para atraer personal profesional cualificado para el ejercicio que los diferentes servicios complementarios necesitan, esto provoca que la mayor parte de estas labores sean cubiertas por personal no calificado o empírico que no alcanza a cubrir las expectativas de los diferentes tipos de turistas que consumen los productos turísticos ofertados en el área rural.

4.1.5 Falta de oferta o desarrollo de actividades

En la mayoría de zonas pobladas se esta trabajando para ofrecer diferentes tipos de

actividades culturales y de ocio pero todavía la oferta es muy escasa y en muchos lugares es nula.

En el presente la industria del turismo va cambiando rápidamente así como el gusto de los turistas, el mercado y la demanda de productos y actividades enfocadas al tema gastronómico gourmet ha crecido exponencialmente en la última década y da claros indicios de continuar creciendo y expandiendo esta tendencia, gracias a productos con denominación de origen en España y que son de gran fama mundial, la mirada del turista se enfoca, ya no solamente en el turismo rural natural o cultural sino también, en un tipo de turismo de experiencia como es el gastronómico. Se debe apuntalar el turismo gastronómico ya existente en la oferta pero se debe ampliar a todas las zonas que ofrezcan productos de primera y explotarlos de manera eficiente, los diferentes emprendimientos al momento de crear productos turísticos también son de gran ayuda, rutas gastronómicas como las expuestas en esta investigación como el aceite de oliva vino, jamón serrano etc, son un gran impulso en esta creciente oferta de servicios complementarios.

4.1.6 Crear consciencia de responsabilidad social

La responsabilidad social, abarca la tendencia de mejoramiento en el campo de sustentabilidad y sostenibilidad, en todo ámbito que la empresa se encuentre, pudiendo ser de manera cultural, natural, social o incluso económica. Es un aspecto que las empresas ya lo incluyen en su agenda buscando maneras de ser sostenibles, de generar el mínimo impacto posible, de minorar su huella de carbono, mantener buenas prácticas sustentables, buenas prácticas laborales, aporte significativo al área donde se desarrolla la actividad, etc, pero dentro del espectro rural, no se ha encontrado bibliografía que toque este tema y haciendo una rápida introspección, la realidad refleja que no es un punto en el que las empresas de este rubro se encuentren dispuestas a implementar en sus actividades, sobre todo en un corto plazo, por lo tanto, se necesita crear una conciencia de responsabilidad social empresarial para que las diferentes actividades realizadas dentro del turismo rural se desarrollen a la par que las empresas que ya manejan esta característica.

4.1.7 Disminuir o eliminar la desigualdad en cuanto al sexo femenino en el ámbito turístico rural.

En el entorno rural existe desigualdad hacia el sexo femenino. Culturalmente la población de estos sectores ha hecho a un lado al aporte femenino en la mayoría de los campos en los cuales se desarrolla la sociedad, actualmente esta mentalidad va cambiando pero a un ritmo mucho menor que las poblaciones de los centros urbanos, por esta razón social cultural la mujer ha sido echada a un lado para cumplir tareas de responsabilidad y no se la toma en cuenta en la toma de decisiones. En las actividades turísticas rurales este síntoma no cambia y se ve reflejado en varias estadísticas, actualmente el Plan General de Turismo Sostenible Andalucía, Horizonte 2020 tiene una agenda planificada para eliminar sistemáticamente los diferentes problemas que ha encontrado en cuanto a desigualdad y brecha salarial.

Se ha tomado en cuenta una evaluación, mediante un sistema de indicadores este evaluará la situación en la que se encuentra actualmente y se tomarán los correctivos necesarios para reducir o eliminar los puntos negativos.

Resultados:

Para determinar los resultados de esta investigación, se va a estudiar objetivo por objetivo y destacar las apreciaciones de cada uno de los apartados.

Determinar las características del turismo rural en la Comunidad de Andalucía y entender su situación actual, en que lugares se desarrolla y el aporte que se produce por la explotación de las diferentes actividades turísticas.

En base a toda la información encontrada se ha determinado que la situación actual del turismo rural en España y específicamente en Andalucía se encuentra encaminada a ser una industria eficiente contando con las distintas directrices que se dan en los diferentes planes de desarrollo sobre todo en lo estipulado en el plan de turismo Horizonte 2020 de estos algunos puntos se han logrado concretar pero existen varios puntos todavía débiles o que

no cuentan con el impulso necesario pero que todavía se encuentran pendientes dentro de la pacificación de mejoramiento, en cuanto a los productos turísticos hemos visto que generalmente en Andalucía el territorio rural posee atractivos necesarios como para atraer la atención del tipo de turistas que consumen estos servicios, principalmente turistas de fin de semana que buscan escapadas para desconectar de la vida rutinaria de la vida en centro urbanos de gran dimensión a la par que los otros segmentos como personas que vienen a territorios rurales por visitas familiares, o búsqueda de entorno cultural y natural, también cuentan con variadas actividades enfocadas en sus necesidades.

Como aspecto negativo siempre se deberá exponer la despoblación que se puede observar, no solo en Andalucía y España, sino en el territorio europeo en general, pero ya se ha visto que bajo esta disyuntiva los diferentes atractivos se pueden desarrollar continuamente si se mantiene destinado un presupuesto de promoción para el entorno rural y a la vez que bajo auto gestión los pueblos con mayor dependencia turística generan diferentes atractivos y productos para mantener el interés de los turistas.

Determinar los diferentes tipos de turismo rural que ofrece Andalucía incluyendo los diferentes tipos de alojamiento, y el tipo de turismo que se busca el en segmento rural de esta comunidad autónoma.

Los tipos de turismo que buscan las personas que llegan a la comunidad, se podrían clasificar en grupos que buscan actividades culturales, naturales y deportivas y los que buscan espacios de esparcimiento que posean bienes de interés arquitectónico patrimonial, se puede comentar que el turismo de relax genera gran interés y de igual manera es pluriactivo ya que consume variedad de servicios dentro del espacio en el que se encuentre. Todos estos tipos de turismo van de la mano con el turismo gastronómico y gracias a las diferentes rutas ya trabajadas y establecidas Andalucía ya cuenta con varios productos definidos como las rutas vinícolas, oleicas y las que están centradas en el jamón serrano.

En el ámbito de alojamiento se cuenta con opciones para todo espectro económico, siendo un punto álgido los pisos turísticos con gran crecimiento últimamente gracias a diferentes

portales de alojamiento que ofrecen mas facilidades a los ya constituidos como son casas rurales, hoteles, campings, albergues, paradores turísticos, etc.

Identificar los aspectos positivos y negativos que se presentan en la práctica de la actividad turística en el área rural en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

En cuanto a los aspectos positivos, encontramos los beneficios económicos que el turismo genera en toda área donde se desarrolla creando una economía circular que beneficia a un amplio espectro de las zonas donde se desarrolla, y estos generan un equilibrio de recursos de estas zonas en ciertos casos deprimidas y dinamiza el sector comercial.

El turismo rural es el nexo perfecto para ofrecer descanso y actividades recreativas y de ocio no muy lejos de centros urbanos, ayuda a liberar el estrés y a renovar fuerzas en contacto con la naturaleza por lo que es una de las primeras opciones para viajes cortos o escapadas de fin de semana.

Es un tipo de turismo que se adapta a todo tipo de presupuestos en cuanto a servicios y alojamiento, se tiene un abanico de opciones en distintos lugares lo que hace que sea un producto flexible a las necesidades del consumidor y que este en la mente de este permanentemente.

Dentro de los aspectos negativos tenemos el descontrol de la carga turística en algunos destinos rurales, sobre todo en los de naturaleza que en temporadas altas se saturan de turistas y estos generan un impacto ambiental en el entorno causando el desgaste del destino.

La contaminación es otro de los perjuicios de esta actividad, ya sea de forma acústica, visual o lumínica, actualmente el ministerio de turismo efectúa controles periódicos para evitar estos efectos negativos, pero mas importante aún es crear una conciencia medioambiental positiva en las personas que visitan los destinos turísticos.

Identificar estrategias que aporten muchos mas beneficios dentro de la actividad turística aplicada al turismo rural y programas factibles para mitigar o eliminar los efectos negativos de la industria del turismo en el área rural de Andalucía.

En el capítulo 4 hemos determinado pautas que se pueden tomar en cuenta al momento de desarrollar o planificar métodos para la correcta explotación turística de los territorios rurales, así como contrarrestar los efectos negativos de este sector.

En un concepto global la agenda turística rural de Andalucía se encuentra encaminada a fortalecer las bases para el continuo desarrollo eficiente del área, y a su vez integrando mas aspectos relacionados a las actividades hasta ahora enraizadas para así ampliar los segmentos turísticos que consumen los visitantes.

Índice de Gráficos:

Figura N. 1 Análisis de la evolución del modelo de desarrollo y perspectivas futuras

Figura N. 2 Actividades que se realizan dentro del turismo rural.

Figura N. 3 Denominaciones de origen sobre vinos de España

Figura N. 4 Denominaciones de origen Aceite de oliva virgen extra en Andalucía

Figura N. 5 Zonas olivareras en España

Figura N. 6 Distribución de alojamientos rurales en España por provincias

Figura N. 7 Análisis de la evolución del modelo de desarrollo y perspectivas futuras

Bibliografía:

Ponferrada, M. L. V. (2015). Evolución del turismo en España: el turismo cultural. *International journal of scientific management and tourism*, 1(4), 75-95.

Legislación y Tipologías en materia de Turismo Rural - Comunidad Autónoma, Comunidad Autónoma de Andalucía, 29 de enero 2002
https://www.casarural.es/andalucia/legislacion_turismo.aspx

Almonte, J. M. J., & García, F. J. P. (2016). Población y turismo rural en territorios de baja densidad demográfica en España. *Boletín de la Asociación de Geógrafos españoles*, (71), 247-272.

Romero, R. H. (2017). Rutas del Vino en España: enoturismo de calidad como motor de desarrollo sostenible. *Ambienta: La revista del Ministerio de Medio Ambiente*, (118), 40-49.

Fernández, E. M., & Naranjo, L. M. P. (2014). Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (65), 113-137.

Luis, A. H. (2017). El oleoturismo como factor de desarrollo en zonas rurales de Andalucía. *Revista de Fomento Social*, 707-716.

Agüera, F. O., Cuadra, S. M., López-Guzmán, T., & Morales, P. C. (2017). Estudio de la demanda existente en torno al oleoturismo. El caso de Andalucía. *Cuadernos de Turismo*, (39), 437-453

Hernández Rojas, R. D., Rivera Mateos, M., & Millán Vázquez de la Torre, M. G. (2017). La integración de los productos agroalimentarios de las tiendas “gourmet” en la oferta turística gastronómica de la ciudad de Córdoba.

Rodríguez, S. E. (2017). Las Denominaciones de Origen Protegidas españolas de vino en los mercados globales. In *BIO Web of Conferences* (Vol. 9, p. 03003). EDP Sciences.

Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos Andalucía, Subvenciones Turismo Andalucía 2018 <https://www.upta-andalucia.org/subvenciones-turismo-andalucia-2018/>

Quiles, M. D. G., & Pérez, M. D. G. (2017). La estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos rurales. Caso de estudio: el valle de ricote (MURCIA). *Cuadernos de Turismo*, (39), 215-238.

Pérez, J. A. C., García, E. C., & Valverde, F. A. N. (2018). Proyectos fallidos de desarrollo rural en Andalucía. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (78), 270-301

Palacios, C. G. (2016). Turismo comunitario en Ecuador:¿ quo vadis?. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 597-614.

Thomé-Ortiz, H. (2015). Turismo agroalimentario y nuevos metabolismos sociales de productos locales. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 6(6), 1373-1386.

Ruta del jabugo Andalucia.org, 2019 <https://www.andalucia.org/es/rutas/ruta-del-jabugo-de-la-provincia-de-huelva/>

Enlaces de interés bibliográfico

<https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics/es

<https://revistas.um.es/turismo/article/view/290511/212091>

<https://www.segittur.es/es/innpulsa-turismo/impulsa-detalle/Ayudas-europeas-para-el-turismo-/#.XYpBpSgzZnI>

<https://www.juntadeandalucia.es/servicios/procedimientos/detalle/9901/datos-basicos.html>

https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/016943_los-seniors-conectados-al-turismo-rural.html

<http://www.toprural.com/info/files/live/sites/tr/files/Landing-pages/estudio-turismo-rural->

"El turismo rural y su aporte en los procesos de desarrollo en zonas rurales de Andalucía: un análisis bibliográfico de sus implicaciones"

internacional/medias/perfildelconsumidordelestudiointernacional.pdf

<https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PGTSAH%202020%20Volumen%20II%20Consejo%20Gobierno.pdf>