

CONSIDERA 

**EJEMPLO DE APLICACIÓN DE GUÍA  
METODOLÓGICA  
EVALUACIÓN Y VALORACIÓN DE  
LAS RUTAS E ITINERARIOS  
TURÍSTICOS EN EL MARCO DE LA  
ACTUACIÓN “TERRITORIOS  
CONECTADOS. RECURSOS  
CONECTADOS”**

**Zona Rural LEADER Los Alcornocales**



# ÍNDICE

<b>1. Marco de desarrollo de la guía metodológica</b>	<b>4</b>
1.1. Objetivo del documento	4
1.2. ¿Por qué se apuesta por trabajar con rutas e itinerarios turísticos?	5
<b>2. Aplicación de la guía metodológica</b>	<b>7</b>
2.1. Marco de la actuación	7
2.2. Características del territorio de aplicación de la Guía	7
2.3. Identificación de temáticas	8
2.3.1. Participación	8
2.3.1. Resultados	9
2.4. Selección de tipologías	10
2.4.1. Participación	10
2.4.2. Resultados	11
2.5. Identidad de la marca de la ruta	11
2.5.1. Participación	11
2.5.2. Resultados	13
2.6. Estructuración de la experiencia turística	14
2.6.1. Inventario y diagnóstico de recursos e infraestructuras	16
2.6.2. Elección del público objetivo	20
2.6.3. El enfoque de la calidad	20
2.6.4. Capacidad de carga e impactos clave que debe evitar el territorio	21
<b>3. Mecanismos para el lanzamiento de la ruta</b>	<b>22</b>
3.1. Participación	23
3.2. Resultados	23
<b>4. Resultados finales del proceso de aplicación</b>	<b>24</b>
4.1. Ruta definida tras el proceso de consulta	24
4.2. Próximos pasos desde la definición de ruta	26
4.3. Otras conclusiones obtenidas durante la sesión	26
<b>5. Bibliografía</b>	<b>28</b>

## Índice de figuras

Figura. 1. Resultados para la ZRL Los Alcornocales de la valoración de las diferentes rutas propuestas. ....	9
Figura. 2. Resultados de la participación de agentes clave en MIRO. Sesión de participación de la Zona Rural LEADER Los Alcornocales .....	12
Figura. 3. Resultados de la participación de agentes clave en MIRO. Sesión de participación de la Zona Rural LEADER Los Alcornocales .....	13
Figura. 4. Agentes participantes en las sesiones presenciales, agrupados por tipología. ....	19

## Índice de tablas

Tabla 1. Temáticas de rutas propuestas inicialmente. ....	8
Tabla 2. Tipologías de rutas evaluadas por los actores clave participantes:.....	10
Tabla 3. Proceso de estructuración de la oferta turística: .....	15
Tabla 4. Recursos identificados en la Zona Rural LEADER Los Alcornocales. ....	17
Tabla 5. Activos tangibles e intangibles identificados en la Zona Rural LEADER Los Alcornocales. ....	17
Tabla 6. Evaluación de las infraestructuras turísticas llevadas cabo por los actores clave de la Zona Rural LEADER.....	18
Tabla 7. Principales impactos .....	22
Tabla 8. Claves para la activación de la ruta turística: .....	23

# 1. Marco de desarrollo de la guía metodológica

## 1.1. Objetivo del documento

El proceso de aprendizaje que se inicia con la materialización de una guía metodológica para la identificación, evaluación y valoración de rutas e itinerarios turísticos -elaborada en el marco del proyecto de cooperación "Territorios Conectados. Recursos conectados", impulsada por varios Grupos de Desarrollo Rural (GDR) de las provincias de Cádiz y Córdoba- resulta incompleto si no se realiza una aplicación de la misma en un territorio a modo de validación del conocimiento aflorado.



La actuación "Territorios conectados. Recursos conectados", se desarrolla como proyecto piloto en el marco del proyecto de cooperación en torno al turismo "Territorios activos. Turismo innovador y sostenible", llevado a cabo por los GDR Litoral de la Janda y los Alcornocales, Campiña de Jerez y Costa Noroeste de Cádiz y que persigue el impulso de una oferta turística novedosa para los territorios que ahonde especialmente en modelos de consumo respetuosos con el entorno y que garanticen su propia viabilidad económica, social y ambiental, a largo plazo.

El presente documento refleja dicho ejercicio de aplicación de la metodología en la Zona Rural LEADER Alcornocales, un ejercicio ejecutado en paralelo al diseño de la citada metodología, durante los meses de agosto a diciembre de 2023, un periodo durante el cual los actores turísticos han tenido la oportunidad de trabajar sobre su zona rural así como en colaboración con actores clave de las otras Zonas Rurales LEADER implicadas:

- Zona Rural LEADER Campiña de Jerez
- Zona Rural LEADER Campiña Sur Cordobesa
- Zona Rural LEADER Costa Noroeste de Cádiz
- Zona Rural LEADER Litoral de la Janda
- Zona Rural LEADER Los Alcornocales
- Zona Rural LEADER Sierra de Cádiz

En cuanto a este ejercicio el mismo pretende ser, sobre todo, un ejemplo de aplicación para quienes tienen el reto de diseñar, implementar y evaluar rutas e itinerarios turísticos y en el ámbito del desarrollo rural en particular, y de cooperación al desarrollo local en general.

Dado el nivel de detalle de la guía y la magnitud del proyecto, esta aplicación práctica no abarca detalladamente todos los aspectos del citado documento, sino que se centra en aquellos que pueden ser de mayor utilidad para aquellas personas interesadas en el ejercicio de activación de itinerarios y recursos turísticos vinculados:

1. Se ha logrado la identificación de recursos potencialmente susceptibles de ser aprovechados para un itinerario turístico, dando la posibilidad de extender el mismo ejercicio de identificación de recursos de similar naturaleza a otros ámbitos, con las debidas adaptaciones al contexto territorial; incluso a contextos más generales.
2. Tanto de forma directa (factores condicionantes de la activación de rutas turísticas) como de forma indirecta (factores condicionantes de la actividad turística en general) se han delimitado vectores de incidencia para el éxito (o el logro de objetivos) en el territorio, valorando especialmente la toma de conciencia de los agentes vinculados al turismo que han participado de forma activa en el proyecto.

Al igual que la guía de la que se nutre este ejercicio de aplicación, el documento en sí está especialmente dirigido a entidades vinculadas a las políticas de desarrollo rural, así como a personal técnico y personas

expertas responsables del diseño, ejecución y evaluación de intervenciones en el ámbito rural y en otras actuaciones afines.

## 1.2. ¿Por qué se apuesta por trabajar con rutas e itinerarios turísticos?

Las rutas turísticas son un instrumento de interés para la dinamización turística de un territorio por su capacidad de generar sinergias. Estas rutas pueden lograr aunar en una única propuesta distintos elementos o puntos de interés que por sí mismos no tendrían capacidad para generar atracción y atractivo turístico (extraído de Bahamonde-Rodríguez et al., 2022).

Atendiendo a la definición de la Red Europea de Información y Observación del Medio Ambiente, un itinerario o ruta turística es *“un recorrido establecido o seleccionado que consiste, típicamente, en caminos secundarios con importantes características escénicas, culturales, históricas, geológicas o naturales e incluye vistas, áreas de descanso y sitios interpretativos que coinciden con las características escénicas del recorrido”*.

El desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el ámbito turístico ha disparado las investigaciones relacionadas con las rutas turísticas y la movilidad e interacción del turista con el destino turístico. A raíz de la digitalización de oferta y experiencia turísticas y el fácil acceso a la geolocalización de personas y activos han surgido investigaciones (como Gavalas, D. et al, 2016), que han podido constatar hechos como que:

- El turista prefiere maximizar el tiempo que deambula durante sus desplazamientos, prefiriendo desplazamientos indirectos, panorámicos y que ofrezcan más oportunidades de exploración a aquellos recorridos que se limitan a conectar puntos o lugares de interés a través de un recorrido con poco o nulo interés.
- La planificación de rutas es un mecanismo que brinda al turista una experiencia más atractiva y segura a la hora de interactuar con su destino turístico.

No obstante, existen condicionantes a la hora de abordar la planificación de rutas turísticas que no deben obviarse a la hora de aplicar esta guía metodológica.

Por un lado, la planificación turística en base a itinerarios turísticos no es una solución sin fisuras para la dinamización turística de un territorio. Como puede extraerse de Bahamonde-Rodríguez et al (2022) el turismo no puede sobrevalorarse como instrumento de desarrollo, y debe pensarse en aquellos territorios que cuenten con recursos, ventajas para la atracción del turismo y capacidad de atracción. Además, las fórmulas de desarrollo local deben partir de una adaptación al medio y no de recetas genéricas, lo que requiere un conocimiento preciso del espacio en el que se desea intervenir.

Por otra parte, debe dejarse claro desde un principio que la planificación de rutas supone un reto a la hora de determinar y ponderar criterios: los itinerarios o rutas turísticas no son simplemente caminos cortos o rápidos para comunicar dos puntos de interés turístico, y deben tener en cuenta también criterios de optimización, a priori, contradictorios, como pueden ser atravesar paisajes de interés (Sun & Lee, 2004).



# Aplicación metodológica de la guía en la Zona Rural LEADER Los Alcornocales



## 2. Aplicación de la guía metodológica

### 2.1. Marco de la actuación

- 1. Coherencia de la actuación:** Como ya se ha mencionado en el inicio de este documento, y antes de entrar en detalle del trabajo específico desarrollado para esta Zona Rural LEADER, conviene mencionar que esta actuación y el proyecto de cooperación en el que se enmarca están motivadas para dar respuesta a los objetivos de la propia Estrategia de Desarrollo Local Participativo 2014-2020 de la Zona Rural, al permitir desarrollar actuaciones que incidan en el logro de los objetivos como los siguientes; Objetivo Operativo 1.2.1 “Formar al empresariado turístico y hostelero, considerando tanto la cualificación inicial como la formación continua”; Objetivo Operativo 1.2.6. “Promocionar los recursos turísticos de la zona de actuación, con especial atención al turismo de calidad, al turismo familiar y a los turismos específicos”; Objetivo Operativo 3.4. “Fomentar la cooperación y trabajo en red entre las diferentes entidades públicas y privadas”; Objetivo Operativo 4.5. “Fomentar el turismo de naturaleza sostenible de forma responsable”, entre otros.
- 2. Finalidad:** mediante el desarrollo de un proyecto de cooperación turístico como este se pretende lograr tanto la validación de metodologías que guíen la cooperación en torno a esta actividad económica en zonas rurales como la consolidación de la oferta turística en base a nuevos modelos de turismo que se consideran de actualidad y que se desarrollan en armonía con las características de las zonas rurales, tanto las participantes -esta y las otras Zonas Rurales LEADER que participan en el proyecto de cooperación- como cualquier otra.
- 3. Parámetros básicos:** los parámetros propuestos son; sostenibilidad y circularidad de la oferta turística; responsabilidad social corporativa y territorial; digitalización, y efectos sinérgicos que la actividad turística pueda tener con otras actividades presentes en el territorio. Para garantizar que estos parámetros fundamentales de desarrollo de la actuación han estado presentes en todo el trabajo participativo que se ha llevado a cabo, los mismos parámetros han sido presentados a los actores claves participantes, que han trabajado en el proceso de aplicación de la guía metodológica sin perder dichos parámetros de vista en ningún momento: selección de temáticas, selección de rutas, criterios de calidad a tener en cuenta...

### 2.2. Características del territorio de aplicación de la Guía

Si hay un elemento característico de la Zona Rural LEADER de Los Alcornocales es su estrecha relación con el parque natural con el que comparte el nombre. Seis de los once municipios de la zona rural (excepto San Martín del Tesorillo, Paterna de Rivera y las zonas rurales de San Roque, Algeciras) tienen parte de su término municipal incluido en los límites de un parque que destaca por ser de los más extensos de la comunidad autónoma andaluza, además de un nexo entre enclaves de alto valor ecológico del litoral gaditano (P.N. del Estrecho) y de su relieve montañoso (P.N. de la Sierra de Grazalema).

El alto valor ecológico de la comarca ha dejado su impronta en las actividades tradicionales que aún hoy se llevan a cabo en este territorio y son claros elementos definitorios de su personalidad. Así, en esta zona rural son relevantes actividades como el descorche, el carboneo, la micología, la silvicultura o la ganadería... labores con un alto valor ecológico, que a la vez que encuentran un nicho para su supervivencia en este territorio protegen la biodiversidad del mismo.

Tanto el rico valor ambiental como las citadas actividades vernáculas conviven con elementos de naturaleza radicalmente distinta, como es la principal vía de comunicación que atraviesa este territorio y ha cambiado sus conexiones radicalmente en los últimos años: la Autovía A-381, más conocida como

Jerez-Los Barrios ha posicionado la zona rural como un lugar a medio camino entre las dos grandes áreas urbanas de la provincia de Cádiz -Bahía de Cádiz y Campo de Gibraltar-, conectando al millón de personas que residen en ambos territorios, e incluso a los más de doce millones de turistas que visitan anualmente la Costa del Sol, y que aunque no tiene límites oficiales definidos, deja ver su característico paisaje urbanizado desde el municipio “alcornoqueño” de San Roque.

A pesar de su singularidad y de las conexiones con las grandes áreas urbanas de Cádiz, la Costa del Sol e incluso otras áreas urbanas como Sevilla – a algo más de una hora de viaje en carretera de los pueblos de los Alcornocales- esta zona rural no han encontrado aún la forma de ofrecer sus atractivos turísticos, siendo, con diferencia, la zona menos expuesta a la actividad turística de la provincia de Cádiz. Proyectos como este, de evaluación e identificación de rutas con potencial turístico precisamente sirven al territorio para encontrar la forma de conectar los recursos que atesora y ponerlos en valor.

## 2.3. Identificación de temáticas

### 2.3.1. Participación

La identificación y evaluación de itinerarios y rutas turísticas se ha apoyado en un formulario *online*, a través de la herramienta Google Forms, con el doble objetivo de identificar y caracterizar los actores proactivos en la labor de identificación de itinerarios turísticos, así como conocer los principales itinerarios candidatos a participar en las sesiones de reactivación además de otros que puedan resultar complementarios. Dicho cuestionario ha contado con la participación de 20 actores clave de la ZRL Los Alcornocales, ayudando a determinar la idoneidad de las siguientes temáticas de rutas turísticas para su zona rural:

Tabla 1. Temáticas de rutas propuestas inicialmente.

	<b>Rutas de Turismo Activo</b> (BTT, ecuestre, etc.)
	<b>Rutas de Naturaleza</b> o espacios protegidos (Star-light, Red Natura 2000, Paisajes singulares, etc.)
	<b>Rutas de Turismo Cultural</b> (Camino Jacobeo/ Vía Augusta)
	<b>Rutas de Turismo Patrimonial</b> (Pueblos Blancos, Ruta Bética-Romana, Rutas Castillos, Palacios, etc.)
	<b>Rutas de Turismo Gastronómico y Enoturismo</b> , Agroturismo (bodegas, lagares, casa de viña, museos productos locales, Lugares con productos con Denominaciones de Origen).
	<b>Rutas de Turismo de compras /ocio.</b>
	<b>Rutas Senderistas</b> por vías pecuarias o caminos rurales.

Fuente: elaboración propia.

Además de las respuestas predefinidas, las personas participantes han tenido la oportunidad de incluir otras temáticas de rutas con potencial de desarrollarse en esta ZRL en cuestión.

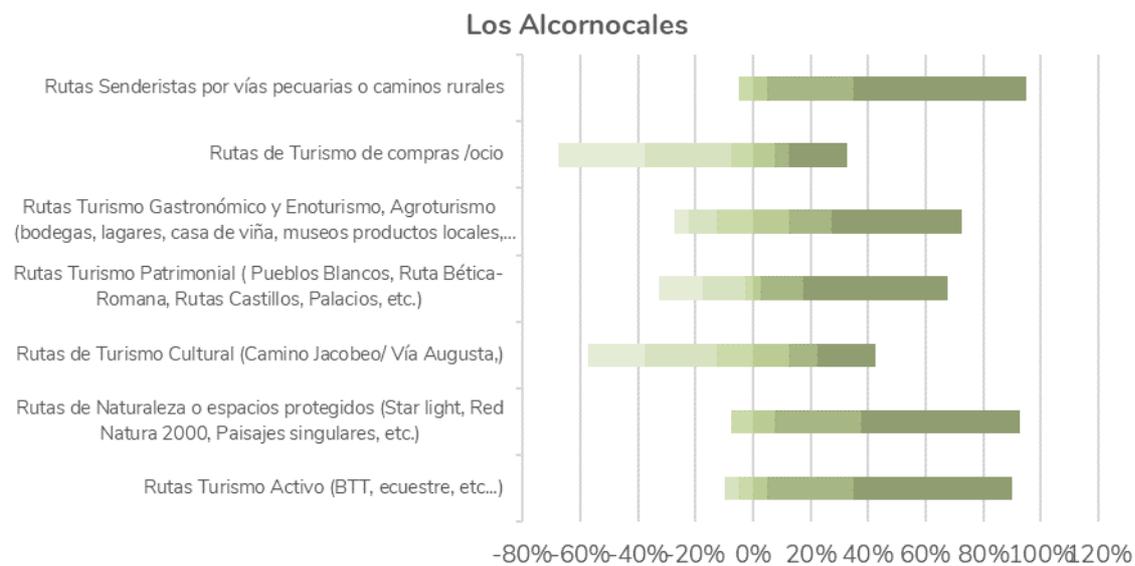
### 2.3.1. Resultados

El cuestionario mencionado, con una participación de 148 personas, se lanzó para las seis ZRL participantes. Al incluir entre las preguntas el municipio de origen de los distintos participantes y las entidades a las que representan, los resultados obtenidos se han podido territorializar, obteniendo una imagen global de todas las ZRL implicadas y otra específica de cada ZRL.

Si bien existen matices entre las respuestas dadas el resultado general del cuestionario se acerca bastante a la respuesta territorializada; las rutas de senderismo, las rutas de turismo activo y las rutas vinculadas con la naturaleza son las favoritas para los agentes de todas las ZRL, aunque también merece especial atención el amplio respaldo de los agentes clave a la activación de rutas vinculadas con el enoturismo y el turismo gastronómico, siendo la gastronomía un recurso clave en todas las zonas participantes.

Por ejemplo, para el caso que nos atañe, la ZRL Los Alcornocales, al menos el 60,0% de las personas participantes otorgó 3 o más puntos a las 4 rutas mencionadas.

Figura. 1. Resultados para la ZRL Los Alcornocales de la valoración de las diferentes rutas propuestas.



Fuente: elaboración propia a partir del cuestionario para la identificación de rutas.

En cuanto a otras temáticas tenidas en cuenta para la ZRL de los Alcornocales se han recogido diversas temáticas a través del formulario...:

Otras propuestas de rutas para la ZRL de los Alcornocales

Historia, arqueología, etnoturismo	Itinerarios naturales	
Ruta de los búnkeres de la IIGM	Caminos fluviales / Enclaves de aguas sulfurosas	Senderos para unir los Espacios Naturales Protegidos

... y otras a través de las sesiones de participación:

### Zona Rural LEADER Los Alcornocales



**Castillos y conjuntos históricos artísticos del territorio**



**Industria corchera de la comarca**



**Ganadería extensiva de la comarca**

## 2.4. Selección de tipologías

### 2.4.1. Participación

El ejercicio de selección de tipologías de itinerarios se ha llevado a cabo en el marco de sesiones de participación presenciales, durante las cuales han sido validados otros aspectos de la ruta que se desgranarán más adelante en este mismo documento:

	<p>Estas sesiones de participación se llevaron a cabo para la ZRL Los Alcornocales durante la mañana del día 2 de noviembre de 2023. En las mismas se pudo contar con la participación de __ personas vinculadas al tejido turístico de la zona.</p>
--	--

En cuanto al ejercicio específico de selección de tipologías, este se ha realizado de entre las diferentes derivaciones del concepto de ruta turística:

Tabla 2. Tipologías de rutas evaluadas por los actores clave participantes:

	<p><b>Rutas</b></p>	<p>Cuando una serie de elementos de interés turístico son “empaquetados” conceptualmente para presentarse como un <b>≈ recorridos “paquetizados”</b> producto en sí mismo, hablamos de rutas turísticas</p>
	<p><b>Senderos</b></p>	<p>Aquí el visitante transita a pie o en transporte no motorizado por un <b>≈ recorridos a pie o en vehículos no motorizados</b> camino a campo debidamente equipado</p>
	<p><b>Itinerarios recorridos</b></p>	<p>Un camino con expresión de los lugares, accidentes, paradas, distancias, etcétera, que existen a lo largo de él. Un camino detallado. <b>≈ señalización</b></p>
	<p><b>Excursiones</b></p>	<p>Consumo de ruta turística en la que no se producen pernотaciones. <b>≈ ida y vuelta en el día</b></p>
	<p><b>Circuitos</b></p>	<p>Con inicio y final en el mismo punto, el circuito es una tipología de ruta que combina distintos modos de transporte para la conexión de recursos turísticos. <b>≈ recorridos cerrados, con alojamiento</b></p>

Fuente: elaboración propia.

Para poder elegir la tipología de ruta más apropiada, cada agente participante ha conocido en detalle los distintos conceptos, entendiendo qué características lo hacen único. Posteriormente, mediante una dinámica de participación soportada por la aplicación Mentimeter, han podido elegir qué tipología de

ruta consideran más apropiada para su Zona Rural LEADER. A continuación, se presentan los resultados obtenidos

## 2.4.2. Resultados



Los agentes turísticos participantes han decidido, mediante votación y justificación de la misma, que la modalidad de ruta más apropiada para la Zona Rural LEADER Los Alcornocales debe ser el desarrollo de un **circuito turístico**, una apuesta que sin ser absoluta sí ha sido mayoritaria. Esta apuesta por el circuito turístico debe entenderse desde el interés de los agentes turísticos participantes por desarrollar una oferta turística profesional para su zona rural.

La mayoría de los agentes participantes defienden que mediante la apuesta por el formato de circuito turístico se puede articular una oferta completa, cerrada y profesional con el suficiente atractivo como para convencer a turistas habituales de otros territorios de vivir una experiencia en la Zona Rural de los Alcornocales, y pernoctar en ella, incrementando el gasto medio asociado a estos turistas.

No obstante, como se indica, la selección de esta tipología no es una selección unánime. Varios de los actores clave representados defienden que, dada la escasa madurez del tejido turístico de la comarca, la apuesta por el circuito turístico puede ser la más compleja y difícil de realizar, y que antes de apostar por el mismo debe darse forma a otros formatos con requisitos más flexibles, como pueden ser las **rutas turísticas** en torno a una o varias de las temáticas de mayor interés de la zona, o los senderos, que si bien nunca son tenidos en cuenta abiertamente, sí se pone en valor su potencial para conectar espacios naturales en el territorio y la red de infraestructuras existentes para desarrollarlos.

## 2.5. Identidad de la marca de la ruta

El punto de partida para definir la identidad de marca de una ruta es la identificación de la **promesa de valor de esa ruta (o promesa de valor de la experiencia de ruta)**, es decir, la identificación de los beneficios y ventajas que ofrece la hipotética ruta turística sobre la que se está trabajando, con el añadido de que al tratarse de una oferta turística, las características emocionales (belleza, comodidad, novedad...) se sitúan por encima de criterios racionales (precio, disponibilidad, cercanía...).

### 2.5.1. Participación

Para lograr identificar la promesa de valor de la ruta el ejercicio de aplicación de la metodología desarrollada se ha centrado en dos de siete cuestiones que permiten identificar los rasgos característicos del territorio y de las hipotéticas rutas turísticas que pueden activarse en el mismo:

- ¿Qué hace única a la ruta que se puede desarrollar?
- ¿Qué diferencia al territorio de otros territorios que pueden “competir” por atraer este modelo de turismo activo y de calidad?

Con idea de recopilar y ordenar las opiniones de los actores turísticos respecto a estas dos cuestiones, estos han tenido que responder, de forma ordenada, a ambas cuestiones. La recopilación de sus respuestas se ha llevado a cabo en la “pizarra digital” provista por MIRO.

## MIRO como herramienta de apoyo durante las sesiones de participación

Para recopilar las percepciones de los agentes clave durante las sesiones de participación se ha hecho uso de la plataforma digital MIRO, que ofrece infinidad de combinaciones para la construcción de pantallas digitales y la guía de la participación de forma dinámica.

A continuación, se recogen los resultados completos de las dos dinámicas llevadas a cabo durante las sesiones de participación con agentes claves de la Zona Rural LEADER Los Alcornocales.

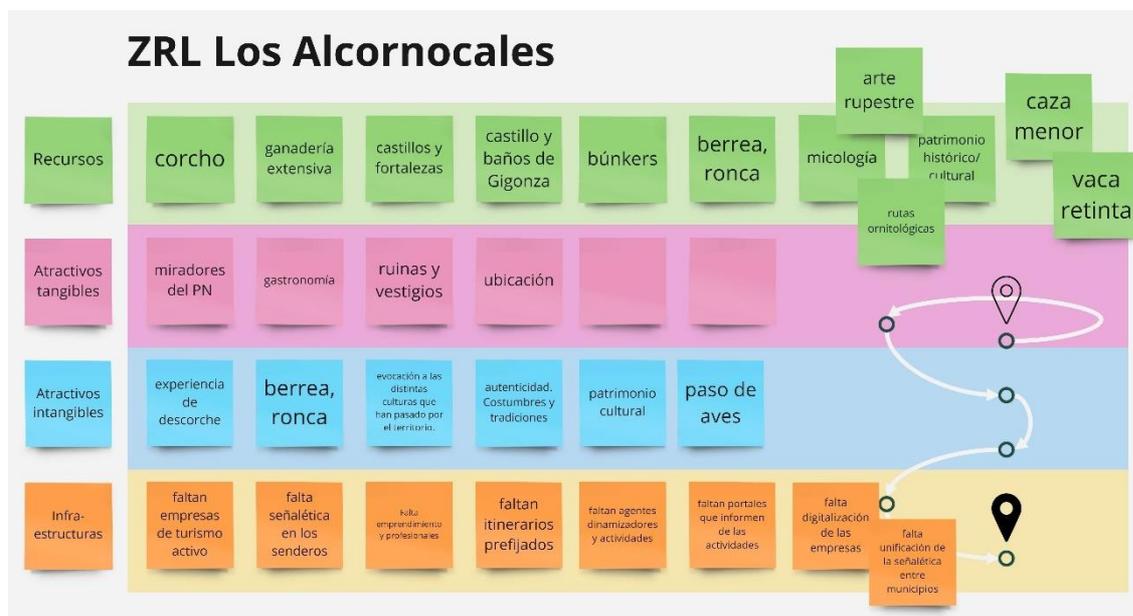
Figura. 2. Resultados de la participación de agentes clave en MIRO. Sesión de participación de la Zona Rural LEADER Los Alcornocales .

## ZRL Los Alcornocales



Fuente: Elaboración propia, con apoyo de MIRO.

Figura. 3. Resultados de la participación de agentes clave en MIRO. Sesión de participación de la Zona Rural LEADER Los Alcornocales .



Fuente: Elaboración propia, con apoyo de MIRO.

A continuación, tras el análisis de los contenidos volcados en la pizarra, se presentan los resultados obtenidos.

### 2.5.2. Resultados

- ¿Qué diferencia al territorio de otros territorios que pueden “competir” por atraer este modelo de turismo activo y de calidad?

Para los actores de la ZRL de los Alcornocales, su propia ubicación juega a su favor, puesto que se encuentra a medio camino de polos de gran atracción turística que también actúan como emisores, como son Málaga y la Costa del Sol, Cádiz y los municipios de su Bahía e incluso Sevilla. **#UBICACIÓN**

Un signo de esta ubicación es la presencia de un rico patrimonio diseminado por todo el territorio, especialmente el vinculado a la defensa y la seguridad del territorio, que se materializa en la importante presencia de fortificaciones de la zona y la multitud de estructuras militares del siglo XX, como los búnkeres y baterías que se localizan en este espacio, y que lo vincula a otros territorios rurales próximos de la provincia de Cádiz. **#PATRIMONIO**

Por otra parte, el clima y la orografía de la zona han sido claramente determinante en el desarrollo de uno de los bosques de alcornocales más relevantes de toda España, por su extensión y su frondosidad, dando lugar a un espacio natural único, entre dos mares y que, por su extensión logra conectar con otros espacios naturales de gran interés, como son el Parque Natural de la Sierra de Grazalema y el Parque Natural del Estrecho. **#PARQUE NATURAL**

Esta riqueza natural es la que explica el desarrollo de actividades silvícolas y ganaderas de alto valor tanto etnográfico como económico como son el carboneo y el descorche, en primer lugar, o la producción vacuna extensiva, en segundo. **#ETNOGRAFÍA / PRODUCCIÓN AGROINDUSTRIAL**

La combinación de estos factores convierte la Zona Rural de los Alcornocales en un territorio auténtico, con una tradición propia, y tranquilo, separado pero no alejado del bullicio de espacios urbanos muy dinámicos e incluso saturados, capaz de ofrecer una alternativa relajada y natural a quienes se encuentran en estos espacios. **#AUTENTICIDAD / TRANQUILIDAD**

- **¿Qué hace única a la ruta que se puede desarrollar en la ZRL Los Alcornocales?**

La combinación de factores identificados puede materializarse en el desarrollo de una oferta turística que lo que la hace única es su vinculación a la naturaleza propia del territorio, y que cuenta con la posibilidad de apoyarse en otros recursos singulares, como su patrimonio y la posibilidad de conocer el tejido productivo tradicional. Y se aprovecha de esa tradición económica, reflejada en sus pequeños pero interesantes enclaves urbanos y de su ubicación para ofrecer al turista de otros territorios la tranquilidad que no lograría encontrar en ellos.



Durante el proceso de aplicación práctica de la guía metodológica el ejercicio de **identidad de marca** que ha permitido desarrollar lo expuesto en este punto se ha llevado a cabo una vez se ha realizado la identificación de **recursos, atractivos e infraestructuras del territorio**, que ahora sigue.

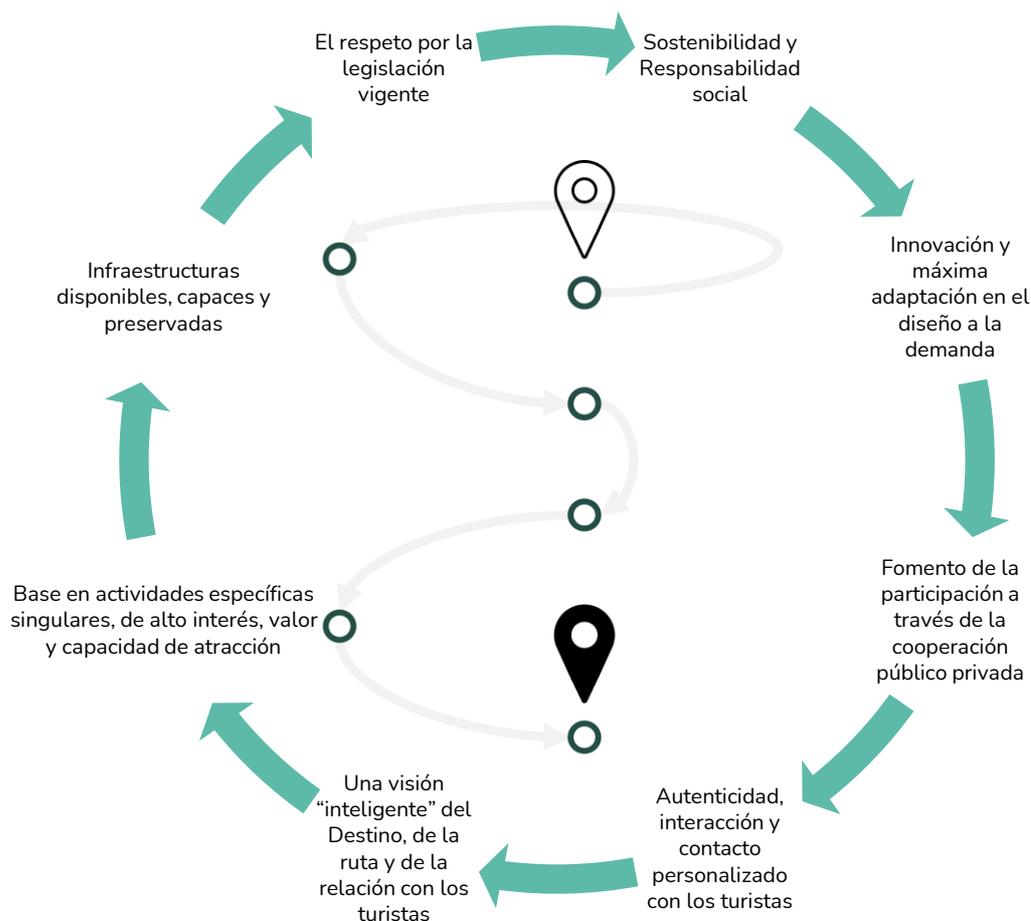
Aunque el manual propone el orden inverso, es decir, realizar primero el ejercicio de identidad de marca y luego pasar al inventario de recursos, se ha considerado llevarlos a cabo de forma invertida, facilitando a las personas participantes la identificación de los activos de su territorio sobre los que construir la marca.

No obstante, **ambas formas de proceder son apropiadas** siempre que se tenga presente que **se retroalimentan entre sí**.

## 2.6. Estructuración de la experiencia turística

Todos los productos turísticos, sean estos o no rutas turísticas deben sustentarse en una serie de valores fundamentales si lo que realmente se pretende es desarrollar un turismo activo, innovador y sostenible.

Para lograr la consolidación de este tipo de turismo, la guía metodológica propone una serie de valores, que siempre pueden ampliarse -nunca reducirse-, atendiendo a demandas específicas de cada territorio:



Estos valores, indicados tal cual, en la guía metodológica, se han tenido en cuenta de forma transversal para el desarrollo de este caso de aplicación práctica, especialmente durante el proceso de estructuración de la oferta turística, que se ha abordado de la siguiente forma:

Tabla 3. Proceso de estructuración de la oferta turística:

FASES	Tareas	Enfoque
FASE I	Inventario de recursos turísticos e infraestructuras	
	Diagnóstico de la infraestructura existente:	
	Elección del público objetivo	
FASE II	Diseño funcional de la Ruta.	
FASE III	Calidad	
	Comercialización	
	Capacidad de carga	
FASE IV	Experimentación, testeo y validación final antes de su lanzamiento	

**Leyenda:** = abordado durante la aplicación práctica; = los agentes locales podrán seguir desarrollando este ejercicio cuando se apropien de los resultados del ejercicio de aplicación

Fuente: elaboración propia.

## 2.6.1. Inventario y diagnóstico de recursos e infraestructuras

### 2.6.1.1. Participación

La visión de los actores turísticos respecto a los recursos, activos e infraestructuras se ha obtenido gracias a una dinámica de “micrófono abierto”, dándole a todos la posibilidad de identificar los tres ítems o activos referidos. Las respuestas se han integrado en una “pizarra digital” provista por la aplicación MIRO:

### 2.6.1.2. Resultados

Las siguientes tablas desarrollan el extenso ejercicio de identificación de recursos, atractivos e infraestructuras del territorio llevado a cabo por los propios agentes clave del turismo. Además, para el caso de las infraestructuras, los propios agentes clave inciden en la situación de las mismas, lo que permite un primer avance del diagnóstico de su situación, puesto que es de donde debe partir cualquier recurso que se pretenda poner en marcha:

Tabla 4. Recursos identificados en la Zona Rural LEADER Los Alcornocales.

TIPOLOGÍA DE RECURSOS	IDENTIFICADOR DEL RECURSO
<b>Recursos agrarios, ganaderos y pesqueros</b>	Presencia de ganadería extensiva de reconocida calidad en la zona
	El entorno del Parque Natural de los Alcornocales es único para el desarrollo de actividades micológicas
<b>Actividades cinegéticas y silvícolas</b>	La caza menor y sus actividades asociadas
	Berrea del venado y Ronca del gamo como elementos únicos de un entorno natural
<b>Patrimonio material e inmaterial</b>	Arte rupestre de la zona rural
	Castillos y fortalezas de la zona (Medina Sidonia, Jimena, Castillo de Castellar...)
	Baños de aguas sulfurosas de la Gigonza
	Patrimonio histórico y cultural de los municipios
<b>Profesiones endógenas</b>	Búnkeres de la II Guerra Mundial en el litoral de Cádiz
	Descorche
<b>Biodiversidad</b>	Carboneo
	Potencial para el desarrollo de rutas ornitológicas por el paso natural de aves desde África.

Fuente: conclusiones de las sesiones de participación con actores clave del tejido turístico llevadas a cabo en la Zona Rural LEADER.

Tabla 5. Activos tangibles e intangibles identificados en la Zona Rural LEADER Los Alcornocales.

TIPOLOGÍA DE ACTIVO	CATEGORÍA	ACTIVO
<b>Activos tangibles</b>	El territorio como recurso	Ubicación, proximidad a la Costa del Sol
	Biodiversidad	El paisaje y los miradores del Parque Natural desde los que contemplarlo
	Gastronomía	Productos de la zona (como los vinculados a la ganadería o la repostería)
	Patrimonio material e inmaterial	Ruinas, vestigios, yacimientos e hitos arquitectónicos
	Recursos endógenos	La berrea y la ronca como indicativos de la calidad y diversidad faunística
<b>Activos intangibles</b>	Recursos endógenos	Las profesiones de descorche y carboneo vistas como experiencias
	Profesiones endógenas	Autenticidad de la zona. Costumbres y tradiciones

TIPOLOGÍA DE ACTIVO	CATEGORÍA	ACTIVO
	Patrimonio material e inmaterial	Patrimonio cultural Evocación a las distintas culturas que han pasado por el territorio.
	Biodiversidad	El paso natural de aves

Fuente: conclusiones de las sesiones de participación con actores clave del tejido turístico llevadas a cabo en la Zona Rural LEADER.

Tabla 6. Evaluación de las infraestructuras turísticas llevadas cabo por los actores clave de la Zona Rural LEADER.

CATEGORÍA DE INFRAESTRUCTURAS	PERCEPCIÓN	VALORACIÓN	
		+	-
<b>Tejido especializado</b>	Faltan empresas de turismo activo que articulen la oferta del territorio		
	Faltan agentes dinamizadores y actividades que atraigan el turismo		
<b>Infraestructuras</b>	Falta emprendimiento y profesionales -por ejemplo, con idiomas- que se responsabilicen de lo anterior		
	Existe una red amplia de caminos y senderos		
<b>Señalización</b>	Faltan itinerarios prefijados		
	Falta señalética en los senderos		
<b>Digitalización</b>	Cuando esta existe, falta unificación de la misma entre los distintos municipios		
	Falta digitalización de las empresas, de forma que puedan utilizar este canal para la oferta de servicios turísticos		
<b>Información y promoción turística</b>	Faltan portales que informen de las actividades a las personas que visitan la zona y a los profesionales que desarrollan su actividad en ella		

Fuente: conclusiones de las sesiones de participación con actores clave del tejido turístico llevadas a cabo en la Zona Rural LEADER.

### 2.6.1.3. Actores clave del turismo implicados en el desarrollo de esta ruta

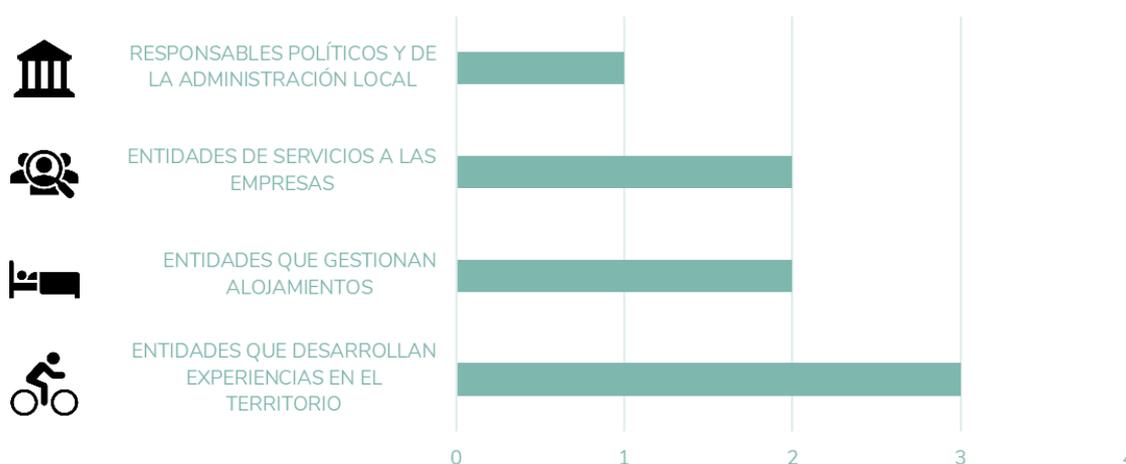
Llegados a este punto es importante revisar el listado de personas participantes en las sesiones de trabajo e incorporar sus perfiles a esta guía, puesto que se integran como activos y tienen vinculación con la infraestructura turística del territorio.

Una vez celebradas las sesiones de participación se ha actualizado la tipología de actores a las que se han adscrito los distintos perfiles (instituciones, empresas, asociaciones, particulares...) según la relación que los mismos tienen con las personas que visitan el territorio, resultando en las siguientes categorías para todas las Zonas Rurales sobre las que se lleva a cabo el ejercicio de aplicación práctica:

1. Entidades que gestionan alojamientos.
2. Entidades que gestionan experiencias que disfrutan las personas en el territorio.
3. La combinación de las anteriores.
4. Entidades que sirven de recepción al turista (Oficinas de turismo y Centros de recepción de visitantes).
5. Responsables políticos y de la administración local con competencias en turismo o relacionadas.
6. Entidades de servicios a las empresas.

En el siguiente gráfico se presenta el perfil de los actores que han participado en las sesiones y que por tanto tienen mayor capacidad de apropiarse de la ruta:

Figura. 4. Agentes participantes en las sesiones presenciales, agrupados por tipología.



Fuente: elaboración propia

Este ejercicio es clave, ya que no identifica únicamente los perfiles de organización con mayor potencial de apropiarse de los resultados de esta aplicación práctica, sino que los propios resultados obtenidos se realizan precisamente adaptándose a estas categorías, para que no solo estos actores sino todos aquellos similares puedan verse interpelados por este ejercicio:

## 2.6.2. Elección del público objetivo

Como se indicó en la tabla de resumen al inicio de este apartado, el proceso de elección del público objetivo **no se ha llevado a cabo durante el ejercicio de aplicación práctica de la guía metodológica**.

La apuesta por un turismo activo, innovador y sostenible que han hecho los Grupos de Desarrollo Rural participantes en el proyecto de cooperación es en gran parte determinante de la tipología de turista que los propios grupos quieren potenciar.

A continuación, se incorporan algunas pinceladas de las características básicas que tiene el turista que disfruta realizando este tipo de turismo activo, y que fueron determinantes para los socios del proyecto a la hora de diseñarlo:

1. Frente a modelos turísticos más maduros, como puede ser el turismo de sol y playa, muy presente en algunos puntos de esta zona rural, el turista vinculado a este turismo no es tan estacional ni está tan preocupado del factor atmosférico/climático.
2. El turismo activo es asimismo experiencial. El turista persigue conectar con el territorio.
3. Los demandantes de este modelo de actividad valoran muy positivamente la existencia de una oferta muy diversa, valorando muy positivamente la existencia de una oferta de naturaleza, deporte y gastronómica complementarias.
4. El respeto por el medio ambiente y la biodiversidad y las pautas de producción y consumo responsable se sitúan en el centro de la toma de decisiones del turista.

Para lograr atraer al turista “activo” a esta ZRL, los actores que se apropien de esta aplicación práctica tienen la obligación de investigar más acerca del público objetivo que ya realiza estas actividades turísticas en su territorio para lograr atraerlo al nuevo producto turístico en formato de ruta que se está desarrollando con esta aplicación práctica.



¿Sabes de qué forma se investiga sobre el perfil de los públicos objetivos de nuestras rutas e itinerarios turísticos? Puedes utilizar el **mapa de empatía**. En la guía metodológica encontrarás todo el proceso de trabajo necesario para llevar a cabo el **proceso de selección del público objetivo** y su **mapa de empatía**.

## 2.6.3. El enfoque de la calidad

Como cualquier producto o experiencia turística, el diseño de rutas turísticas exige estándares de servicio para garantizar el disfrute de los turistas. Los estándares de calidad garantizan beneficios y ventajas de ser incorporados –por ejemplo, a través de normas de calidad en los distintos agentes, empresas y entidades que participan del éxito de la ruta, sean hoteles, agencias de viajes, guías, oficinas de turismo, etc.-. Sin embargo, el uso de los mismos como mecanismos para alcanzar la calidad no está consensuado por parte del tejido turístico. Este apartado incluya la perspectiva de los actores clave de esta Zona Rural LEADER sobre la calidad y el uso de estándares.

### 2.6.3.1. Participación

El punto de vista de los actores participantes respecto al enfoque de la calidad para la ruta turística se ha construido a partir de dos preguntas:

- ¿Es importante la certificación de la calidad en para el desarrollo de la ruta turística?
- ¿Qué certificaciones, estándares de calidad o reconocimientos son aquellos a los que hay que darle más importancia?

Siguiendo los mecanismos definidos para otras cuestiones ya abordadas anteriormente en esta aplicación práctica se han recopilado las opiniones de los actores turísticos respecto a estas dos cuestiones, tras pedirles que respondan de forma ordenada a las mismas. Las opiniones se han recopilado gracias a la “pizarra digital” de apoyo provista por la aplicación MIRO:

### 2.6.3.2. Resultados

- ¿Es importante la certificación de la calidad en para el desarrollo de la ruta turística?



- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• El sello de calidad siempre supone una garantía mínima.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La calidad está por encima de cualquier sello</li> <li>• El cumplimiento normativo actual ya supone un reconocimiento de la calidad más allá de certificaciones específicas.</li> <li>• Existen muchas experiencias que demuestran calidad sin certificación</li> <li>• La certificación de calidad es un coste extra a veces difícil de asumir</li> <li>• Hay otros retos mayores</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué certificaciones, estándares de calidad o reconocimientos son aquellos a los que hay que darle más importancia?             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para los agentes clave de la Zona Rural LEADER de los Alcornocales no existen estándares de referencia a los que apostar.</li> </ul> </li> </ul> |  |

### 2.6.4. Capacidad de carga e impactos clave que debe evitar el territorio

El concepto de **capacidad de carga** está estrechamente vinculado al turismo. La capacidad de carga de una ruta turística hace referencia al número máximo de visitantes que puede contener un determinado espacio / recurso – tanto de forma particular, como de forma conjunta –, vinculado al disfrute de una ruta turística; es decir, el límite más allá del cual la explotación turística de una ruta en un destino es insostenible por perjudicial.

Al hablar de capacidad de carga se habla también del **impacto** que la actividad turística que se está desarrollando tiene sobre el territorio, ya sea esta ambiental, social o económica.

#### 2.6.4.1. Participación

Para conocer los límites del territorio, además de aprovechar la valoración de infraestructuras ya realizada previamente -el límite de congestión de una infraestructura define su capacidad de carga-, se ha preguntado a los agentes clave participantes sobre los aspectos sobre los que el territorio se muestra más sensible.

En la línea de cuestiones anteriores, sus respuestas se han recogido en una “pizarra digital” de la aplicación MIRO.

#### 2.6.4.2. Resultados

Tabla 7.		Principales impactos
	Problemas vinculados con la actividad turística hotelera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posible saturación de espacios poco preparados</li> </ul>
	Problemas de urbanismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excesiva protección del suelo rústico para la intervención sobre el territorio.</li> </ul>
	Problemas sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta educación ambiental</li> <li>• Basura en la naturaleza</li> </ul>
	Problemas ambientales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degradación de los espacios naturales como consecuencia de la falta de conciencia social</li> </ul>
	Problemas administrativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Carreras” entre administraciones y otras organizaciones para superar la agenda y la planificación de otros territorios.</li> </ul>

Fuente: conclusiones de las sesiones de participación con actores clave del tejido turístico llevadas a cabo en la Zona Rural LEADER.

### 3. Mecanismos para el lanzamiento de la ruta

El Plan de Lanzamiento de cualquier ruta turística incorpora todos los mecanismos para su activación desde una perspectiva eminentemente empresarial:

- **Plan de Participación y Gobernanza de la ruta turística y materialización del mismo en un ente gestor:** estas figuras habitualmente vinculadas a un enfoque de colaboración público-privada son realmente importantes cuando el número de actores públicos o privados que concurren en el éxito de un producto turístico como una ruta turística es múltiple. Todo este proceso de definición de la gobernanza debe partir de los propios actores implicados en el desarrollo de una ruta para armar todos los aspectos necesarios para su activación, y que siguen a continuación.
- **Plan de Marketing:** incluye los aspectos clave del *Mix* de Marketing tal y como los proponen Kotler y Armstrong (2008), es decir, considerando producto, precio, posicionamiento, promoción y relación con clientes.
- **Plan de inversiones, financiación y presupuestación:** que permita identificar los costes estimados para la puesta en marcha de la ruta como producto turístico -incluidos los costes para estudiar la propia viabilidad del producto turístico- y las fuentes de financiación para poder cubrirlos.

Asimismo, para que cualquier ruta o itinerarios logre contribuir al desarrollo de una actividad turística sostenible es necesario **establecer un sistema de evaluación y seguimiento mediante cuadro de indicadores** que complete el proceso de diseño y evaluación de cualquier medida

mediante la monitorización de aspectos como la capacidad de carga, el impacto en la actividad turística, la satisfacción o la percepción de las personas que visitan el territorio...

No obstante, el esfuerzo realizado en este ejercicio de aplicación confía la articulación de los mecanismos para el lanzamiento de la ruta a aquellos actores del tejido turístico que deseen apropiarse del resultado y articulen un ente gestor y un sistema de gobernanza.

### 3.1. Participación

Para facilitar dicha transición, gracias a las sesiones de participación llevadas a cabo, se han logrado identificar aquellos aspectos que las organizaciones involucradas deberán atajar con mayor rapidez para la activación de su ruta turística. Siguiendo la dinámica de aspectos previos ya definidos, las aportaciones de los distintos actores clave han sido recopiladas utilizando como soporte la aplicación de “pizarra digital” MIRO.

### 3.2. Resultados

Ante la pregunta “¿cuáles son las claves más importantes para la activación de una ruta turística en tu territorio?” los distintos actores clave han propuesto distinguir los aspectos que ellos consideran clave para el territorio de aquellos íntimamente relacionados con la ruta sobre la que se ha trabajado:

Tabla 8. Claves para la activación de la ruta turística:

 <b>CLAVES DEL TERRITORIO</b>	 <b>CLAVES PARA EL DESARROLLO DE LA RUTA</b>
Mejor coordinación entre entes de la administración del entorno (mancomunidades y parque natural) para el diseño de rutas que aprovechen los recursos del territorio	
Falta de profesionalización y formación	
	Mesas de trabajo especializadas con los actores implicados en el territorio
	Recorridos o itinerarios previos para el inventariado de recursos
	Formación e información para los actores del turismo de los recursos que tiene el territorio.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento del producto para saber cómo explotarlo</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilitación en capacidades de empresa y emprendimiento para la puesta en valor de recursos</li> </ul>
	Coordinación entre administraciones y otros agentes para resolver la comunicación entre núcleos y recursos turístico

Fuente: conclusiones de las sesiones de participación con actores clave del tejido turístico llevadas a cabo en la Zona Rural LEADER.

## 4. Resultados finales del proceso de aplicación

### 4.1. Ruta definida tras el proceso de consulta

Este apartado presenta, a modo de síntesis de la labor realizada durante esta aplicación práctica, una ruta con mayor potencial de desarrollo en la Zona Rural LEADER Alcornocales. La información en cuestión se presenta en la siguiente tabla:

PROPUESTA DE RUTA			
Nombre de la ruta	“Encuentro de culturas y gastronomías”	Territorio	Zona Rural LEADER Los Alcornocales
¿Sobre qué temática o temáticas gira la ruta?	La zona de Los Alcornocales ha albergado diferentes civilizaciones, pueblos y culturas en su territorio al ser una zona de paso entre África y Europa. Su orografía y su ubicación estratégica dio lugar a la construcción de elementos defensivos desde épocas bien remotas. Prueba de ello, son los castillos y pueblos fortificados que hoy salpican Los Alcornocales. Este elemento vertebrador da conexión a diferentes municipios que han sido testigos del paso de diferentes culturas que han dejado su legado en construcciones, costumbres y la gastronomía de estos pueblos. Este circuito muestra esta herencia, a través de su legado defensivo y de su gastronomía. Un castillo y un plato es la forma de aunar los diferentes sentidos en una misma experiencia y hacerla inolvidable.		
¿Qué promete la ruta al turista?	El circuito invita al visitante a conocer la historia defensiva de Los Alcornocales, su gastronomía y los productos que ofrece la zona. Está diseñado para que el visitante pernocte y se sumerja en la vida cotidiana de sus gentes y conecte con una alternativa de turismo relajado y natural. Este circuito ofrece la posibilidad de enlazar con rutas turísticas locales y senderos que permitan adentrarse a conocer otros recursos y activos de la zona.		
¿Se ve reflejado de alguna manera en la oferta?	<p>Para los agentes clave de la Zona Rural LEADER de los Alcornocales no existen estándares de referencia a los que apostar.</p> <p>La calidad <i>per se</i> no requiere sellos, el cumplimiento normativo actual ya supone un reconocimiento de la calidad más allá de certificaciones específicas.</p> <p>Además, muchas experiencias de calidad se han demostrado sin la necesidad de contar con sellos.</p>		
¿Qué elementos y/o recursos conecta?	<b>Recursos turísticos</b>	<b>Patrimonio material e inmaterial</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Castillos y fortalezas de la zona (Medina Sidonia, Jimena, Castillo de Castellar...)</li> <li>Patrimonio histórico y cultural de los municipios</li> </ul>	
	<b>Activos</b>	<b>Tangibles:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ubicación, proximidad a la Costa del Sol</li> <li>Productos de la zona (como los vinculados a la ganadería o la repostería)</li> <li>Gastronomía</li> <li>Ruinas, vestigios, yacimientos e hitos arquitectónicos</li> </ul> <b>Intangibles:</b>	

PROPUESTA DE RUTA

Nombre de la ruta	“Encuentro de culturas y gastronomías”	Territorio	Zona Rural LEADER Los Alcornocales
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimonio cultural</li> <li>• Evocación a las distintas culturas que han pasado por el territorio.</li> </ul>	
<p>¿Cómo se conectan los recursos?</p>	<p><b>Infraestructuras</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una red amplia de caminos y senderos ( algunos ocupados)</li> <li>• Falta transporte público que conecte los municipios.</li> </ul>	<p>Los actores claves del tejido turístico de esta zona rural son conscientes de la falta de infraestructuras con las que cuenta el territorio en materia turística. Por ese motivo entienden que si se logra la articulación de un circuito turístico que, por un lado, conecte los recursos potenciales de esta zona rural con los focos emisores de turistas, y por otro, se estimule la pernoctación de los turistas en el territorio sí se logrará la consolidación de ese tejido turístico.</p> <p>No obstante, ante la falta de infraestructura, siempre se podrá potenciar la explotación de la amplia red de senderos como vía para atracción del turismo.</p>
<p>¿Dónde comienza la ruta?</p>	<p>La ruta comienza en Jimena de la Frontera, municipio que se localiza cerca de la Costa del Sol y que permite atraer por su cercanía a los turistas nacionales e internacionales que visitan el destino.</p>		
<p>¿En qué época del año se desarrolla?</p>	<p>Los Alcornocales tienen la posibilidad de ofrecerse como destino turístico no saturado -a pesar del boom del turismo de interior tras la crisis sanitaria de 2020- durante todo el año, siendo una alternativa firme para el turismo internacional de larga estancia, que busca tranquilidad, el turismo de fin de semana y el turismo de sol y playa de los focos cercanos.</p>		
<p>¿Qué NO puede prometer la ruta?</p>	<p>La Zona Rural LEADER de Los Alcornocales está lejos de considerarse un destino turístico maduro, todo lo contrario; las infraestructuras turísticas son escasas.</p> <p>Sin embargo, en esa escasez de infraestructuras y recursos turísticos reside parte del encanto del territorio como destino turístico, al tratarse de un espacio que rara vez se satura y que, sobre todo, ofrece mucha tranquilidad y autenticidad a quienes lo visitan.</p>		
<p>¿Quién liderará el trabajo de activación de la ruta?</p>	<p>Los actores clave más receptivos para articular la oferta de la ruta de los Alcornocales han sido los escasos alojamientos que han apostado por la autenticidad de este territorio como valor diferencial de su oferta.</p> <p>Aunque es importante que también se impliquen las experiencias en el territorio -y los agentes que las gestionan-, y las administraciones locales los actores mencionados tienen capacidad de convencer al turista de salir del circuito saturado en el que puede encontrarse -con el principal ejemplo en la Costa del Sol- y ofrecerle una cartera de experiencias que aunque limitada, ahonde en ver los Alcornocales como la antítesis de un turismo de sol y playa muy maduro y saturado.</p>		
<p>¿A qué debe darse prioridad para desarrollar la ruta?</p>	<p>En el caso de la zona rural de los Alcornocales el trabajo llevado a cabo evidencia la necesidad de la creación de capacidades e infraestructuras turísticas.</p> <p>Los agentes turísticos dispuestos a desarrollar sus actividades económicas y su propuesta de valor en esta zona rural necesitan -demandan- mayor capacidad para poder ofrecerse al turista, que como se ha comentado, en principio puede llegar a</p>		

PROPUESTA DE RUTA			
<b>Nombre de la ruta</b>	“Encuentro de culturas y gastronomías”	<b>Territorio</b>	Zona Rural LEADER Los Alcornocales
este territorio en busca de una alternativa a las experiencias de las que ya disfruta en espacios saturados como la Costa del Sol y algunos puntos de la costa de Cádiz.			

#### 4.2. Próximos pasos desde la definición de ruta

El ejercicio práctico que se ha llevado a cabo a lo largo de este proceso práctico no está completo. Debido a la escala del proyecto, principalmente, no se ha podido profundizar con detalle en todos los aspectos que se han abordado, e igualmente hay otros puntos sobre los que no ha sido posible trabajar.

Por tanto, deben llevarse a cabo dos tareas fundamentales:

1. Lo más importante es retomar el proceso de aplicación de las guías metodológicas de evaluación e identificación de rutas turísticas y participación, especialmente desde la fase de experimentación sobre rutas turísticas, que ayudará a validar el “producto mínimo viable” definido en este proceso de trabajo participativo.

Una vez llevado a cabo el proceso de validación de la ruta mediante esta experimentación, hay que arrancar con el plan de lanzamiento de esta, que definirá sus mecanismos de financiación, gobernanza y promoción, principalmente, para, a partir de aquí, dar el pistoletazo de salida a una ruta ya materializada.

2. Si se cuenta con medios suficientes el trabajo hecho debe ser ampliado y contrastado en línea con las indicaciones incorporadas en las guías. Siempre es posible ceñirse a lo ya reflejado en este punto, no obstante, cualquier acción que enriquezca estos resultados solo mejorará la posible viabilidad futura de la ruta.

Además de estos aspectos, que resultan genéricos para el lanzamiento de cualquier ruta, hay otros retos propios de la Zona Rural que ya se han mencionado anteriormente, y que pasan principalmente por una mayor formación de los agentes turísticos en materia de turismo, una acción que puede encajarse en el propio Plan de Lanzamiento de la Ruta.

En cualquier caso, todas las tareas definidas deberán ser responsabilidad compartida de los agentes públicos y privados que han participado en esta materialización de una ruta turística en la Zona Rural LEADER de Los Alcornocales.

#### 4.3. Otras conclusiones obtenidas durante la sesión

El proceso participativo arrancado con la selección de temáticas ha permitido a lo largo de todo su recorrido identificar necesidades para el desarrollo de la oferta turística de la Zona Rural LEADER Los Alcornocales de Cádiz más allá de las propias rutas turísticas. Conviene tener en cuenta esta información por dos motivos:

- Por un lado, afectará al desarrollo potencial de la ruta definida.
- Por otro, la conexión de agentes en torno al proceso de desarrollo de la ruta les ha permitido encontrar soluciones puntuales que pueden.

Aunque estas conclusiones están territorializadas -puesto que la realidad de un territorio no tiene por qué corresponderse con la de otro- en este punto se ofrecen todas las conclusiones

recogidas en las seis Zonas Rurales LEADER participantes, a fin de que quien consulte el documento pueda conocer toda la información que ha aflorado gracias a la realización de esta actuación:

Idea	Zona Rural LEADER					
	ALC	JAN	JER	CNO	SIE	SUR
Realizar actividades como el ejercicio de activación de rutas ayuda a los actores locales a conocerse más entre ellos de cara a llevar a cabo proyectos compartidos.				<input checked="" type="checkbox"/>		
Las personas y entidades responsables de alojamientos turísticos y/o de la atracción del turista al territorio han encontrado recursos que no conocían gracias al desarrollo de las sesiones de participación.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
Más allá del desarrollo de una ruta turística, los agentes clave del turismo han valorado la necesidad de coordinar esfuerzos y agendas, especialmente los actores públicos.		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Asimismo, el proceso reflexivo ha aflorado retos y oportunidades genéricos para toda la industria turística y sus actividades complementarias.				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

ALC: Los Alcornocales; JAN: Litoral de la Janda; JER: Campiña de Jerez;  
 SUR: Campiña Sur Cordobesa; CNO: Costa Noroeste de Cádiz; SIE: Sierra de Cádiz.

## 5. Bibliografía

5. Diputación de Cáceres. (Fecha de acceso: 14/09/2023). Herramientas de diagnóstico territorial. Recuperado de <https://gpa.dip-caceres.es/analisis/herramientas-diagnostico-territorial/>.
6. Galán-del-Toro, M., Carrero-Carrero, A.J. y García-Delgado, F.J. (2018). La ruta del vino en el Condado de Huelva como experiencia de desarrollo local. En Márquez-Domínguez, J.A. (Dir.), Sistemas productivos con anclaje territorial (pp. 229-244). Huelva: Universidad de Huelva.
7. Gavalas, D., Kasapakis, V., Konstantopoulos, C., Pantziou, G., & Vathis, N. (2016). Scenic route planning for tourists. Springer-Verlag Londres.
8. Kotler y Armstrong (2008)
9. Liu, Y., Scott, D. M., & Lin, P. (2018). Modeling scenic route choice behavior using a route-size logit model. *Journal of Transport Geography*, 72, 1-11.
10. Organización Mundial del Turismo (OMT) (Fecha de acceso: 14/09/2023). Glosario de términos de turismo. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

**GRUPO CONSIDERA S.L. C.I.F. B90054065**

*Américo Vespucio, 5.1, planta 2 oficina 10 PCT Cartuja 41092 Sevilla  
Paseo de la Libertad 6, 1º izda., 02001 Albacete  
Plaza de la Armada Española, 2, 46011, Valencia*

[info@considera.es](mailto:info@considera.es) || [www.grupoconsidera.es](http://www.grupoconsidera.es)

Inscrita en el Registro Mercantil de Sevilla Tomo 5.687, folio 1 hoja  
SE-96.974



Consultoría estratégica.  
Desarrollamos **ideas**, gestionamos **proyectos**  
aportando **valor** e **impacto social**. Ponemos a  
las **personas** en el centro de decisión.



Américo Vespucio, 5 · Bloque 1 · Planta 2ª  
Módulo 10 · PCT Cartuja  
41092 · Sevilla  
[considera.es](http://considera.es)

