

TURISMO DE INTERIOR, NUEVO ATRACTIVO PARA LOS VISITANTES BRITÁNICOS.

TRABAJO FIN DE GRADO

ESTUDIANTE: ANA ZARAGOZÁ COLÁS

TUTORA: MARIA LORENA ORTELLS CASTILLO

4º GRADO EN TURISMO. FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y ECONÓMICAS.
UNIVERSITAT JAUME I.



RESUMEN

La concentración de turistas británicos en España, es un hecho con el que nos encontramos año tras año; ya sea norte, sur o islas, cada verano son más los visitantes de dicha nacionalidad los que escogen nuestro país como destino vacacional.

En este trabajo, voy a analizar las distintas preferencias que tienen y la razón, por la que por regla general, se decantan por fachadas de costa antes que visitar el interior del país. Este análisis lo he realizado en la zona de Castellón de la Plana, destacando las exigencias de estos turistas en sus estancias vacacionales e investigando a su vez la posibilidad de trasladarlas al turismo de interior, con el fin de explotar, sosteniblemente, esta zona poco visitada y menos conocida por los turistas extranjeros; de forma que poco a poco se conozca y se consiga ensalzar estas zonas.

Palabras clave: turista británico, turismo de interior, sol y playa, exigencias.

ABSTRACT

The concentration of British tourists in Spain is a fact that we find year after year, whether it be north, south or islands, every summer more and more visitors from the country choose our country as a holiday destination.

In this work, we analyze the different preferences they have and the reason why, as a general rule, they choose coastal façades rather than visiting the interior of the country. This analysis is carried out in the area of Castellón de la Plana, highlighting the demands of these tourists in their holiday stays and investigating in turn the possibility of transferring these demands to inland tourism, in order to exploit, in a sustainable way, this area, little visited and less known by foreign tourists, so that little by little is known and is achieved to enhance these areas.

Keywords: British tourist, inland tourism, sun and beach, sustainable.

1. INTRODUCCIÓN.

El turismo rural está en auge y cada vez son más los adeptos que lo escogen frente a otros tipos de turismo, no obstante parece que, por regla general, tan sólo lo “disfrutan” los propios residentes de la zona.

Mi propósito es descubrir los mejores lugares para realizar este tipo de turismo y poder abrir las puertas a futuros turistas británicos y que conozcan y vean la provincia de Castellón como algo más que un refugio de sol, playa y festivales.

El objetivo que busco en este análisis, es documentar la relevancia e importancia que le dan los usuarios al turismo rural en todas sus variantes, actividades a realizar, preferencia frente al turismo de sol y playa, ubicación dentro de la provincia de Castellón, cuáles serían sus elecciones en relación con los establecimientos en los que se alojarían (hotel, hostel, apartamento, casa rural) y que haría especial o que les gustaría experimentar para completar la experiencia.

Este análisis, lo he llevado a cabo mediante una comparación entre gustos y preferencias de ciudadanos de origen español y ciudadanos de origen británico, ya que estos últimos son uno de los mayores núcleos de turistas que visitan nuestro país. El punto a estudiar, será el conocimiento que tienen los residentes británicos de las zonas rurales explotadas o a explotar de la provincia de Castellón, analizar sus necesidades para visitar esas zonas, que más tarde nombraré, y conocer si su elección de destino vacacional cambiaría al conocer estos lugares y su oferta.

En primer lugar realizaré un análisis exhaustivo sobre las actividades que ya se desarrollan, así como aquellas que los turistas nacionales le dan más importancia, y lo compararé con las mismas encuestas cumplimentadas por extranjeros de origen inglés. De esta manera confrontaré gustos y podré diferenciar entre paquetes para nacionales e internacionales, e incluso combinar ambos si la demanda fuese igual o parecida.

Además haré un pequeño estudio sobre que aspectos se podrían o se deben mejorar en el ámbito rural, de que manera se podría atraer más turistas, mejorar sus estancias y que haría falta en un futuro para ampliar a un turismo intercontinental.

INDICE

1. INTRODUCCION	3
2. ANTECEDENTES	5
2.1 DEFINICIÓN DEL TURISMO RURAL	5
2.2. EVOLUCIÓN	7
3. DEMANDA ACTUAL	9
4. TURISMO SOL Y PLAYA Y SUS IMPACTOS	11
5. ANÁLISIS TURISMO BRITÁNICO	15
5.1 BREXIT	15
5.2 TURISMO BRITÁNICO EN CASTELLÓN	18
6. ZONAS RURALES CON POSIBILIDAD DE TURISMO BRITÁNICO....	19
6.1 ACTIVIDADES DESTACABLES	25
7. ESTABLECIMIENTOS Y ALOJAMIENTOS	28
8. ¿COMO IMPULSARLOS Y MEJORARLOS?	29
9. ¿COMO ATRAER TURISMO INTERNACIONAL?	32
10. RESULTADOS ENCUESTAS	33
11. CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS	43
12. BIBLIOGRAFÍA	39
13. ANEXOS	46

2. ANTECEDENTES

En este apartado, voy a presentar de manera concisa la definición de turismo, su evolución en nuestra sociedad, como antesala al posterior análisis y evolución de este turismo en España, mas concretamente en la provincia de Castellón.

2.1 DEFINICIÓN TURISMO RURAL

Según la OMT, turismo rural se define como “las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona”.

Este tipo de turismo es España, es relativamente reciente si lo comparamos con el resto de Europa. Desde los inicios del turismo de masas, el Norte de Europa ya contaba con el turismo rural en zonas como Los Alpes.

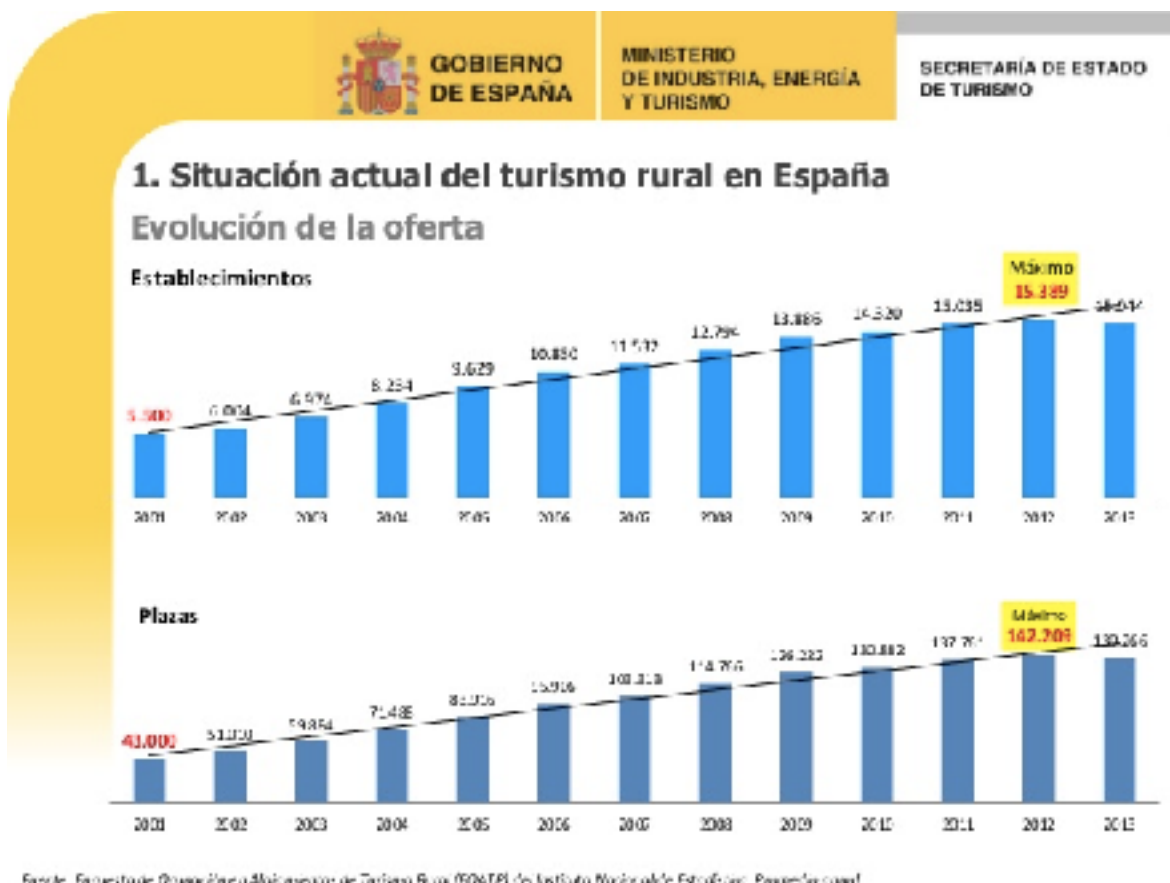
El turismo rural, ha sido uno de los productos de moda que más atención ha causado, por parte sobretodo de los medios de comunicación. Las administraciones públicas, siempre lo han acogido e intentado ensalzar con el fin de convertirlo en un turismo relevante. Este creciente desarrollo, se puede explicar remontándonos a los años 60, cuándo la población emigró casi en masa hacia las zonas urbanas dejando las zonas rurales con una evidente despoblación. Durante muchos años se ha caracterizado a las zonas rurales como remansos de paz y tranquilidad dónde se podía encontrar un espacio en el que relajarse, aislarse de la vida urbana y el trajín de las grandes ciudades; todo esto acrecentado, por la masificación del momento de las zonas de sol y playa y sus consecuencias debido a la masificación de los espacios litorales.

Aunque parece que esa masificación, está quedando atrás y lo que permanece son los resquicios de lo que fue. Cada vez son más los turistas, sobretodo los residentes del litoral, los que “huyen” hacia zonas rurales en temporada alta. Por otra parte y siguiendo esta línea, Gemma Cànoves, Luis Herrera y Asunción Blanco, destacan que la nueva generación de “urbanitas” ha nacido y crecido en grandes ciudades y por tanto empieza a apreciar de nue-

vo el campo - pero con valores de residente en la ciudad-. Tiene una visión en positivo de vivir en el medio rural, y quiere retornar idílicamente a sus raíces rurales.

El turismo rural, siempre se ha entendido y destacado por un acercamiento a las raíces, un viaje al inicio de nuestra historia en la que nos empapamos de cultura, nos integramos entre la población y desconectamos de las distracciones y ruidos de las grandes ciudades. Aunque esta fue la esencia principal y el objetivo más claro del turismo rural, poco tiempo pasó hasta que se mezcló propaganda política e intereses y la necesidad de salir a zonas más rurales se vio como una oportunidad inmobiliaria. A finales de los años 90, hubo un cambio de intereses mediatizado por la cada vez mayor presencia de propietarios y promotores urbanos, que vieron en este tipo de turismo una oportunidad de rentabilizar el espacio creando nuevas construcciones o reformando las ya existentes, perdiéndose en el camino los objetivos de acercamiento a la cultura y a sus gentes y centrándose en el factor precio y venta. Todo esto vino acompañado de normativas que daban cobijo a esta serie de alojamientos, que con dificultad se podía decir que fueran productos de carácter rural.

Gráfica 1. Situación del turismo rural en España, evolución de la oferta. Establecimientos y plazas. (Ministerio de industria, energía y turismo, 2014)



2.2 EVOLUCIÓN

Aunque es evidente que el turismo de sol y playa, sigue eclipsando a residentes y extranjeros, si se puede observar un notable cambio en los gustos de estos. Cada vez son más los que dentro del turismo litoral, prefieren un paquete o viaje más exclusivo y que además englobe rutas culturales a pasarse el día en la playa o visitando monumentos a “medias tintas” y de forma acelerada.

Han habido varios motivos según Julio Grande Iborra (2006), que han influido en esta situación:

Uno de ellos y el más relevante para el estudio es el cambio de gustos de los turistas, cada vez más maduro y que por lo tanto ha cambiado las necesidades de estos hacia la búsqueda de otros productos y servicios que se acoplaran a los gustos del momento; este proceso, escribe Grande Iborra, ha puesto en marcha una serie de nuevas alternativas.

Sin embargo cabe destacar, que en la era de la tecnología, la rapidez y la novedad, las personas por definición nos aburrirnos con facilidad y necesitamos ocupar nuestro tiempo libre, y aún más el vacacional, con actividades que suelen derivar en consumismo; es por esto que pasados los primeros días de relajación y ya liberados del estrés, sin actividades complementarias o servicios que se puedan consumir, tendemos a estar incómodos y es aquí donde uno piensa que quizá hubiera sido mejor opción una semana en la playa con sinfín de actividades, excursiones y masa de gente con la que compartir las experiencias.

Esto se refleja en un párrafo que Crosby escribió, y dice: *“Una vez superada la crisis de ansiedad del stress, al llegar al campo, se pasa a la fase de consumismo, de turismo, pero sin embargo, no existe una oferta de animación, donde haya parte vendible como producto y parte asequible, como experiencia”*. Lo que genera que el turista *“se aburre y por tanto no tiene motivación para alargar su estadía, con la consecuente pérdida de competitividad”*

Aunque los gustos de los turistas hayan cambiado, y estos prefieran muchas veces acudir a entornos más relajados y “verdes”, no es sólo el entusiasmo principal sino lo que se encuentran allí lo que puede fidelizar o no a un usuario. El hecho de tener elementos tanto tangibles

como intangibles, no garantiza en ninguna ocasión su triunfo. Para poder ensalzar un lugar, se debe primero saber que se quiere o se va a crear y si es posible hacerlo en ese espacio, cumpliendo con todas las medidas necesarias y siguiendo un desarrollo y turismo sostenible, ya que es una de las esencias del turismo rural. De igual importancia es el hecho que hay que asegurarse de que esa idea puede llegar a buen termino, es decir si existe un público objetivo que probaría esas actividades, que estaría dispuesto a trasladarse hasta ese lugar recóndito, que tiene CIERTO interés por conocer acerca de la cultura que les quieres mostrar etc.

Existe la posibilidad de que un mismo producto, vendido de diferentes maneras pueda llegar a varios segmentos de mercado, como pasaría en un paraje rural con paquetes para nacionales e internacionales, en los que se podría variar tanto las actividades, el idioma en que se realizan las excursiones e incluso en su medida los horarios de las comidas.

Gráfica 2. Evolución del número de turistas (INE) 2016



3. DEMANDA ACTUAL

Los gustos y exigencias de los usuarios de turismo rural, como de todos los tipos de turismo cambia, se renueva y esto hace que lo ofrecido tengo que desarrollarse a la vez para poder ir en sintonía y avanzar hacia el turismo exigido por los usuarios. El pasado mes de febrero hubo un congreso de turismo rural en Pamplona dónde se pudieron observar los diferentes cambios en este tipo de turismo.

Los usuarios de turismo rural siguen eligiendo este entorno para sus vacaciones o escapadas, no obstante sus demandas cambian; pasando de viajar al interior como vía de escape, a querer vivir una experiencia emocionante, única y personalizada. El entorno sostenible se ha vuelto una necesidad y prácticamente ya está tan integrado en el turismo rural que no hay espacio que no cuente con reconocimientos por ello.

Una importante carencia que afecta en exceso a los turistas de estos lugares es la relación público-privada, ya que es totalmente necesario que interactúen entre si con el fin de que desarrollen micro proyectos que atraigan a los turistas.

Un ejemplo de esto sería la marca del destino. Durante décadas ha sido el sector público el que ha impulsado los destinos, con propaganda, publicidad, anuncios de televisión y radio... la mayoría de los ayuntamientos han sido clave a la hora de publicitar sus propios pueblos y ciudades. No obstante, esto requiere un dinero que con los recortes pertinentes cada vez parece ser menor; por lo que el sector publico pide desde hace años ayuda al sector privado con el fin de que juntos, puedan atraer una mayor cantidad de turismo.

“El concepto de promoción turística pública ya no volverá a ser lo mismo. Eso de esperar a que la Administración ponga dinero... hoy ya no hay recursos”, explica **Domènec Biosca**, presidente de la firma consultora Educatur.

Del mismo modo también recalca que “Hoy el destino es la gran locomotora del éxito turístico. Pero cuando el destino no tiene marca, el sector privado sufre. Sin marca hay precios de subasta”.

Continuando con el tipo de turista, hosteltur en su análisis del turismo rural en España publicado el pasado 12 de julio, concluyó que dentro del turismo rural se distinguen tres tipos de personas:

El primer tipo de turista de zona rural, es el que busca algo que hacer, sabe que en la naturaleza hay mucho con lo que distraerse pero llega sin saber exactamente el qué. A este turista habría que guiarle y realizar actividades que se acoplen a sus gustos y necesidades de distracción.

El segundo tipo de turista, es el que llega para descansar, desconectar de todo y que no le molesten. Este tipo de turista puede ser el menos activo en actividades y excursiones, pero será el que más exigirá en relación donde se aloje y la tranquilidad del espacio.

El tercer tipo, sería aquel con ganas de probarlo todo, el que busca un viaje personalizado que le lleve a conocer el entorno y buscando la mejor calidad-precio.

Sin embargo, el turismo rural hoy en día debe especializarse para poder ganar adeptos y llegar a competir con el turismo de sol y playa o el cultural; la administración tanto pública como el sector privado deben integrarse en su evolución y querer un cambio real y una expansión de turismo en estos lugares, además de mejorar aspectos como la sostenibilidad, alojamientos, capacidades técnicas y capital humano entre muchos otros.

El turismo rural, tiene un gran futuro por delante y unas infraestructuras con grandes capacidades, siempre y cuando se sepa enfocar hacia el lugar indicado.

4. TURISMO DE SOL Y PLAYA. SUS IMPACTOS.

Como ya he comentado en el punto 3, el turismo de sol y playa, aunque en su madurez, no deja de ser la opción principal en la época estival, si es cierto que los últimos años han acontecido cambios tanto en hábitos como en las preferencias de los turistas, y esto ha dictado sentencia en la acomodación de este tipo de turismo. Nos encontramos hoy en día con un perfil de usuario exigente, informado, actualizado en novedades y que ya no se conforma con cualquier cosa, sino que quiere lo “mejor” y más novedoso, de manera rápida y además a buen precio. A todo esto le podemos añadir las inquietudes medioambientales y culturales que posee, que cada vez poseen mayor importancia y relevancia a la hora de organizar, elegir y realizar un viaje o ser usuario de unas instalaciones etc.

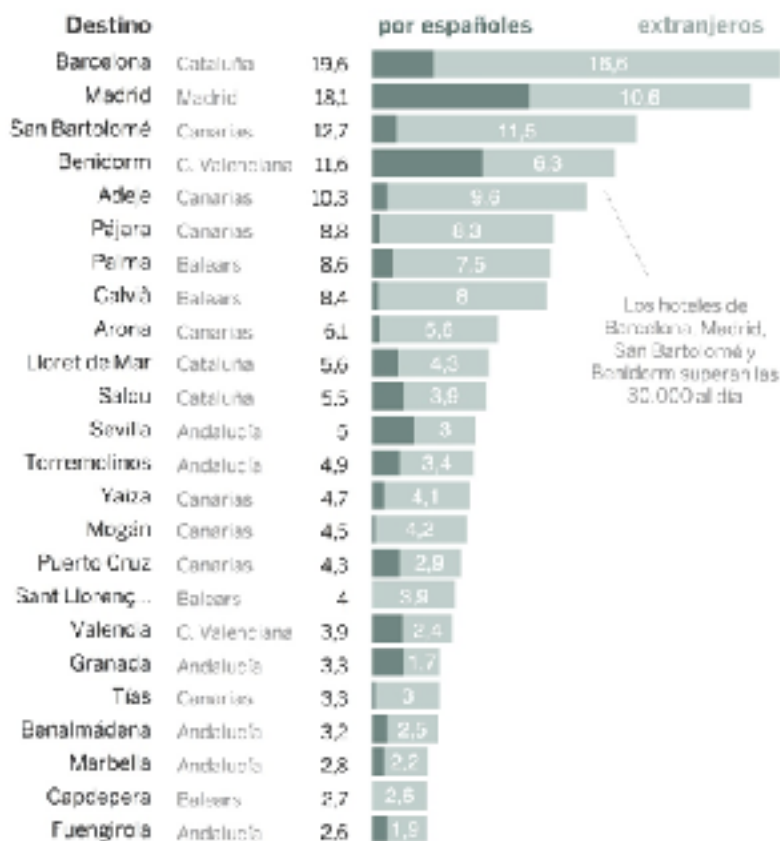
Siguiendo esta idea, hoy en día no se concibe el turismo de sol y playa sin la idea de playas repletas, ciudades con colas interminables para visitar sus monumentos o hacer uso de sus instalaciones y restaurantes, chiringuitos, pubs, discotecas etc.. incluyendo listas de espera. No obstante, en los últimos años se ha iniciado una visión del turismo que no encaja con la “masividad de turistas” de las últimas décadas y que pretende dejar atrás este tipo de turismo. El nuevo entorno, pide un turismo equitativo, sin estacionalidad y con un respeto tanto por el medio ambiente como por los habitantes con los que conviven durante sus estancias vacacionales. Muchas veces no somos conscientes del impacto que causamos en nuestras estancias vacacionales, por eso cada vez más se pide un turismo sostenible, en el que todos puedan convivir y ser conscientes de que no es un lugar de recreo para el turismo en el que todo vale y nadie se hace cargo de las consecuencias.

Aquí, es donde entran los responsables de turismo, que han de ingeniar, comprender y analizar el mercado para poder crear o encontrar fórmulas que contenten a todo tipo de turista y no se olviden de la población que allí habita.

Gráfica 3. Puntos con más turistas en España.

Los puntos con más turistas

Noches de hotel reservadas en 2016 (millones)



Fuente: INE

R. LLANERAS / EL PAÍS

Es bien sabido que el turismo litoral o de sol y playa reina desde hace años por una masificación en los lugares en los que se desarrolla este tipo de turismo, a continuación voy a destacar y diferenciar los “pros y contras” de este turismo.

Cuadro de elaboración propia a raíz de distintas lecturas acerca del turismo de sol y playa.

PROS DEL TURISMO DE SOL Y PLAYA

1. Uno de los principales motores de la economía actual.
2. Desarrollo de servicios.
3. Desarrollo de las infraestructuras, que ayuda a la economía en general.
4. Preservación del lugar.
5. Crece la población activa y se rejuvenece la población.
6. Respeto intercultural, tolerancia e intercambio de ideas e idiomas.
7. Puede ayudar a la rehabilitación de espacio y a la conservación de parajes.

CONTRAS DEL TURISMO DE SOL Y PLAYA

1. Construcción masiva de alojamientos turísticos.
2. Desequilibrios del territorio.
3. Estacionalidad, lo que lleva a generar inestabilidad para las empresas de este sector.
4. Touroperadores extranjeros, que se llevan los ingresos a sus países de origen.
5. Peligro de pérdida de identidad cultural por los foráneos.
6. Conflicto por los usos del suelo, ceder el terreno agrícola para construcciones turísticas.
7. Alteración del paisaje.
8. Contaminación acústica.

Tras un análisis global del turismo litoral en España, concretaré un poco más hacia la zona a destacar en este trabajo, la zona mediterránea.

Desde sus inicios el modelo turístico del mediterráneo, creó un interés y una demanda masiva de las clases medias que se acercaban hasta el litoral para disfrutar de su periodo vacacional; se alojaban en su mayoría en hoteles y apartamentos de categoría intermedia. Esta llegada masiva de turistas, inició una comercialización de operaciones internacionales que produjo un crecimiento de afluencia tanto de turistas como de plazas hoteleras, y que a su vez produjo una gran contribución económica y una alta aportación al PIB nacional.

A pesar de que esto pueda parecer beneficioso, el crecimiento tan rápido, los impulsos de la demanda y una condición de reestructuración del sistema, ha llevado a provocar un agotamiento en el ciclo de vida tradicional y que haya influido en la nueva situación y los nuevos escenarios turísticos. Se crea así, una necesidad de adecuar la oferta a las motivaciones y relanzar el turismo. Este hecho es acontecido por el repentino e improvisado crecimiento y su falta de conocimientos sobre los efectos y la capacidad de estructura de las poblaciones, que llegó al punto de ver el turismo como un simple compensador de la balanza sin ninguna planificación de futuro.

En este momento de tensión se realizó, pero siempre estuvo presente la falta de objetividad por parte de algunos sectores de la administración pública, que urbanísticamente hacían y deshacían a su antojo, en zonas sobretodo residenciales y áreas urbanas costeras. Esto también se vio reflejado en sectores como el transporte, el abastecimiento del agua, etc.

Aunque desde la madurez y nunca llegando al declive, este tipo de turismo “saco a relucir” las debilidades que hacia tiempo se sabían. Hubo una obsolescencia del producto y como consecuencia de esto las motivaciones de la demanda cambiaron y la oferta tuvo que cambiar con ellas. Se crea entonces una mayor exigencia de calidad y una alta preocupación por el medio ambiente, así como un rechazo a los paquetes turísticos organizados y a sus fórmulas de consumo masivo. Se crea una segmentación de la clientela, (ya no todos quieren “paquetes de sol y playa” únicamente), así como hay una potenciación hacia los espacios del interior y zonas menos explotadas.

También cabe destacar, que sobretodo en países como Inglaterra, España sigue siendo un país en el que encuentran (sobretodo los más mayores) un remanso de paz con todas las condiciones sanitarias y de seguridad cubiertas, y además un país en el que la renta per capita es parecida a la de su país natal.

Por último, destacar la llama política turística como medio para un compromiso público/privado hacia la innovación y el afianzamiento de ventajas competitivas, dispuesta a crear oferta complementaria, estimular la calidad de las prestaciones de servicios y favorecer el desarrollo de espacios dónde la actividad aún es emergente.

5. TURISTA BRITÁNICO

Reino Unido es el principal emisor turístico de España, son muchos los Británicos que desde hace un par de décadas escogen nuestro país para sus vacaciones estivales, aunque las cifras aún estén por debajo de los niveles previos a la crisis, la evolución es creciente desde 2011.

Los británicos, siempre se han decantado por España como destino vacacional, sobretodo por su climatología (en el mediterráneo y sus islas) que puede llegar a alcanzar los 30° en Julio y Agosto. A parte del clima, sus playas, cultura, habitantes y la forma tan peculiar que tenemos en nuestro país de relacionarnos, llama innegablemente la atención frente a su país considerado “frío” tanto por su clima como por la forma de ser de los residentes de dicho país. Ultimamente, los turistas británicos no solo buscan el turismo de sol y playa, sino que se decantan por mezclar estas actividades con otras más lucrativas como el deporte de aventura, paseos por la naturaleza, visitas culturales por los centros de las ciudades cercanas y la gastronomía, otro aspecto que también llama la atención a nuestros vecinos de las islas del norte.

5.1 BREXIT

¿Que consecuencias puede tener el brexit en el turismo?

Un año después de la votación del Brexit, la economía británica aguanta bastante mejor de lo esperado y el gasto de los turistas británicos en España incluso aumenta. Según *El País*.

En cuanto a efectos cuantificables del Brexit, como punto álgido y que puede afectar a la economía del país, tenemos la depreciación de la libra respecto al euro; Aunque podría parecer que no nos afecta, si lo hace al turismo, ya que esto podría repercutir en un recorte del presupuesto de los Británicos en sus vacaciones. Aunque continúen viniendo y eligiéndonos como destino estival, pueden reducir su porcentaje de gasto, disminuyendo notablemente,

podría dañar el PIB español, ya que en 2016 los Británicos dejaron 16.200 millones, un 1'5% del PIB.

También por otra parte, dirigentesdigitales.com afirma, que podría afectarles por otra parte en el coste de sus viaje ya que el espacio aéreo tiene sus reglas y acuerdos; al dejar de ser de la Unión Europea, la aerolíneas se quedarían exentas de estos acuerdos, que supondría un aumento en el precio de los billetes de avión lo que nos deriva de nuevo a la bajada de gasto medio de los turistas en sus estancias.

Inmaculada Ranera, directora general para España y Portugal opina que “es muy posible que la depreciación de la libra y la mayor competitividad de otros destinos del Mediterráneo puedan afectar a la afluencia de turismo británico a nuestro país, sin embargo, el sector parece bien dispuesto a anticiparse y a incrementar la promoción para atraer a nuevos mercados emisores, en previsión del posible decrecimiento de la demanda británica. En cualquier caso, lo que venimos observando de momento es el incremento en los precios hoteleros dado el crecimiento de la demanda para viajar a estos destinos”.

Visitas de los Británicos en datos cuantificables:

En Agosto de 2016 se contabilizó el 23'7% (12'4) de turistas británicos del total, cifra por encima de la que se extrajo de la misma época un año antes (13'5% más que en 2015).

A continuación, añado un gráfico el cual muestra 10 años de evolución desde 2005 hasta 2015 de emisiones de turistas británicos en España. Se puede apreciar un descenso durante los años de la crisis y como ha ido aumentando hasta llegar a las cifras actuales a partir de 2014.

En cuanto a preferencias de destinos, Canarias encabeza la lista con un 25% , seguido muy de cerca por Baleares con 24%. Más adentrados en la zona del mediterráneo, Andalucía domina el territorio peninsular, aunque muy de cerca se encuentra la Comunidad Valenciana con un 13'3%, siendo la última comunidad destacable Cataluña con un 11'9%.

Gráfica 4. Gasto de los extranjeros en España, Británicos en primer lugar (Statista, 2016)



5.2 TURISMO BRITÁNICO EN CASTELLÓN

Según el periódico *Mediterráneo*, **Ximo Puig**, en su viaje al World Travel Market de Londres, destacó que se destinarán 9 millones de euros para nuevas inversiones por parte de la institución provincial para promover Castellón tanto en turismo de festivales como turismo de interior; y también se realizará una ampliación de la oferta hotelera que complemente el sol y la playa.

La diputación de Castellón, opta por una promoción turística internacional que consiga aumentar en un 59'55% (en relación con 2015), los turistas de origen Británico que se alojarán en establecimientos hoteleros de la provincia. Este esfuerzo se debe a las bien recibidas campañas de promoción y las nuevas conexiones aéreas que dan una oportunidad de promoción anteriormente impensable. Castellón espera superar la estacionalidad turística y confía en las posibilidades del aeropuerto de Castellón y sus vuelos directos a Londres y Bristol.

En el caso de la provincia, las poblaciones que destacan con más turistas son: Peñíscola, Alcocebre, Oropesa de mar y Benicàssim.

6. ZONAS CON POSIBILIDAD DE TURISMO BRITÁNICO

La diputación de Castellón es su página web, advierte y pone en manifiesto la siguiente información:

“La despoblación de las zonas rurales es un problema que afecta a todo el territorio español, siendo uno de los principales retos de futuro que debemos abordar sin demora las administraciones públicas. La provincia de Castellón no es ajena a esta tendencia demográfica, al contrario, por nuestras singularidades geográficas la sufrimos especialmente.

En esta tierra 116 municipios (el 86%) tienen menos de 5.000 habitantes y 19 de ellos menos de 100. En uno de cada cuatro pueblos no nace un niño desde hace más de un año y, además, 49 municipios tienen una densidad menor a 10 habitantes por kilómetro cuadrado, cifra muy inferior a la media española y valenciana.

Esta alarmante situación merece una actuación inmediata y un consenso político y social unánime si no queremos ver como desaparecen nuestros pueblos, y con ellos nuestras tradiciones, patrimonio, historia e identidad. Por eso, desde el Gobierno Provincial queremos sacar adelante nuevas propuestas para frenar la despoblación y devolver la vida a nuestros pueblos, la esencia de esta tierra. Tras escuchar a los alcaldes, acordamos convocar un Foro contra la Despoblación Rural para abordar con expertos esta tema, compartir ideas y sacar adelante un proyecto común con el que hacer frente a este grave problema.”

A pesar de la gran despoblación de las zonas rurales de la provincia, hay visitantes que aprovechan la época estival, los fines de semana o los puentes para huir de las aglomeraciones de la playa, las ciudades o simplemente encontrar un remanso de tranquilidad.

A continuación describiré una serie de pueblos de la provincia de Castellón, con unas condiciones óptimas para acoger turismo británico. Estos pueblos, están declarados patrimonio histórico-artístico en su gran mayoría y cuentan con muchísima historia a cuestas. Todos ellos con increíbles vistas y monumentos que dejarían a más de uno sin aliento.

La mayoría de las poblaciones del interior de la provincia de Castellón son desconocidas ya que sólo aquellas con más renombre pueden llegar a hacer eco en otras partes de España.

Esto cambiaría en el extranjero, como ya dije en el inicio, pues el objetivo principal es presentar la belleza de los pueblos del interior de Castellón e intentar llegar más allá de su conocimiento nacional.

La cantidad de turistas extranjeros, sobretodo británicos, que aterrizan cada verano en nuestro país debería impulsarnos a abrir más mercados y enfocarnos en otros puntos lejanos al sol, playa, islas... Por ello creo que el turismo rural es la opción más acertada en este caso, y más si cabe, contando con un interior tan rico en monumentos, rios, vegetación e historia como es el de nuestra provincia.

Morella

Declarado conjunto histórico-artístico, es una de las joyas de la provincia e incluso de España. Ya desde la lejanía sorprende con su conjunto de casas apiñadas en la colina, rodeando la ciudad encontramos una muralla.



No obstante, muchas veces se evidencia la falta de información sobre las actividades que se realizan en estos lugares, por ejemplo este año en Agosto, ha sido el sexeni de Morella; evento que se celebra cada 6 años, el tercer domingo de Agosto y cuenta con el calificativo de interés turístico nacional, prácticamente tan sólo los habitantes cercanos y algún curioso conocen estas clases de eventos, por lo que son muchos, sobretodo turistas, los que o bien se encuentran con la fiesta por casualidad o nunca llegan a conocerla.

Sexeni: “La fiesta ya está testimoniada en el siglo XVII. Consistía en una serie de actos solemnes que los morellanos dedicaban a la Virgen en agradecimiento a la desaparición de la peste que asoló la población en 1672. En esa fecha se subió la Virgen al pueblo, y las fiebres de los ciudadanos remitieron. Por esa razón, y a instancias de los labradores, el jurado y justicias de la villa, hicieron el voto de organizar un novenario de Acción de

Gracias a la Virgen de Vallivana. Desde 1678 se han celebrado cada seis años de forma prácticamente ininterrumpida.”

Vilafamés



Vilafamés es un precioso pueblo que se encuentra en la Comarca de la Plana Alta. Su privilegiada ubicación, coronando el alto de la mole de la Sierra de les Conteses, le confiere unas vistas espectaculares de todo su entorno. Sus estrechas calles son de estilo árabe y todo turista que visita el pueblo, se sorprende por la extraordinaria conservación de sus monumentos y casas. También denominado conjunto histórico-artístico y rodeado de la misma manera que Morella por una gran muralla, consta de monumentos que despiertan gran interés como es el caso del castillo conquistado por Jaume I y que corona la villa; no nos podríamos olvidar del Palacio de Batlle, de estilo gótico y que hoy en día es sede del museo de arte contemporáneo “Vicente Aguilera Cerní”.

Ares del Maestrat

La orografía del Maestrazgo de Castellón es una de las más curiosas, ya que aquí, encontramos auténticos pueblos adaptados a los espacios en formas casi imposibles. Este es el caso de Ares del Maestrat, que se encuentra encajonado entre dos Molas, la del Castell y la de Ares.



Encontramos además, otro de los pueblos declarado conjunto histórico-artístico, el tercero de la lista y el tercero que también posee esta denominación; esto hace que nos demos cuenta de la preciosidad de nuestra zona de interior y el poco valor que se le da muchas veces.

Segorbe, capital de comarca



Segorbe, nos ha dado desde hace siglos, unos de los patrimonios históricos más ricos, declarado éste Bien de interés cultural.

Desde la entrada ya admiramos su muralla y a partir de ahí un sinfín de increíbles monumentos como son la Torre del Verdugo, la Torre de la Cárcel, la Catedral-Basílica construida en el S.XIII con una mezcla de estilos. Las iglesias de San Martín, San Joaquín y Santa Ana, el antiguo palacio de los Duques de Segorbe o la Fuente de los 50 caños.. hacen de esta ciudad una autentica joya de obligada visita.

Culla

También situado en el alto Maestrazgo, nos encontramos con Culla, un deslumbrante pueblo de origen medieval, donde la piedra es el material más abundante. Aunque su castillo quedó totalmente destruido durante las guerras Carlistas, la conservación de sus monumentos es uno de los puntos más fuertes de esta población. También con el calificativo de conjunto histórico-artístico, destacamos su casco antiguo como punto álgido de la visita.



Castellfor

Pequeño pueblo en la Comarca de Els ports, desde donde se puede disfrutar de unas vistas privilegiadas gracias a la “Finestra del Mirador”, que permite contemplar todo el entorno de los puertos de Morella.

La población de Castellfort, tiene una maravillosa estructura medieval con monumentos tanto civiles como religiosos.



Villahermosa del río

Esta pequeña población es una autentica maravilla a la vista, encerrada sobre las faldas de una colina, tiene todas sus casas pintadas de blanco, creando así un paisaje y un entorno admirable. Tiene también un gran atractivo para los amantes de la naturaleza debido a su cercanía con la cascada del río Carbó y del parque natural de Peñagolosa.



Olocau del rey

Población con una rica historia, y uno de los lugares en que mayores guerras han transcurrido de todas las que le preceden.

Historia de Olocau del rey, historia extraída de la página web: olcaudelrey.es/content/historia-del-pueblo



La historia de Olocau del Rey comienza con la construcción de un castillo árabe, llamado Olcaf, sobre el actual Puig de Olocau, a 1200 m de altura, si bien es segura la presencia de poblamiento íbero en ese mismo punto. En 1184 Alfonso II de Aragón concedió el castillo, después de su conquista, a los caballeros de la Orden de San Juan de Jerusalén.

Ello explica que en un principio el castillo y la villa de Olocau formaron parte del Reino de Aragón, ya que su castillo fue conquistado por Alfonso II en 1180, cincuenta años antes de comenzar la conquista del Reino de Valencia, y donado el mismo año a la Orden del Hospital. Otro hecho importante en la historia de Olocau del Rey es el otorgamiento de la Carta Puebla por el Infante Don Pedro en 1271, documento que aún podemos observar en el Archivo Municipal.

Por esta Carta Puebla, Olocau se agrega al Reino de Valencia, hecho decisivo en su historia. La fecha de adhesión al Reino de Valencia sería cuestionable, puesto que el Cid lo anexionó tras una batalla. El día 14 de agosto de 1084, el Cid Campeador, apoyado por el que sería su consuegro, el Conde de Barcelona D. Ramón Berenguer III (1082-96), con la ayuda del Rey Don Sancho Ramírez I de Navarra (1063-94) libró una gran batalla contra el rey de Lérida, Tortosa y Denia el musulmán Mundir-al-Hadvid (1081-1090).

Tras derrotar a los árabes se firmó la paz, y para poder conservar esta posición, el Cid fortificó el castillo de Olocau y así poder dominar la extensa zona de Morella. El 30 de septiembre de 1287 se agrega por privilegio al término general de Morella. De Morella se segregó adquiriendo entidad propia como municipio el 1691, por privilegio de Carlos II. Posteriormente participó en las Guerras de Sucesión y Carlistas.

Xodos



El pueblo de Xodos, se encuentra en el borde de un precipicio desde el que se tienen unas vistas privilegiadas, un lugar único que permite contemplar toda la zona.

Este pueblo tiene un encanto medieval, con calles empinadas y fachadas en las que se puede observar el paso del tiempo.

Forcall

Forcall es uno de esos pueblos casi desconocidos que asombran ya antes de entrar por sus calles. Destacar que está catalogado como bien de interés cultural, por lo que su belleza está asegurada, además aquí se han encontrado diferentes hallazgos arqueológicos de poblados prehistóricos en la zona, hecho que no deja indiferente.

Una de sus curiosidades, es la forma de esta población en triángulo, como se puede apreciar en la foto.



6.1 ACTIVIDADES DESTACABLES

A continuación, voy a numerar una serie de actividades que se pueden realizar en prácticamente la mayoría de las zonas rurales, claro está, siempre dependiendo de la zona y sus características del paisaje.

(La información está sacado de la Escuela Universitaria de Turismo de Altamira)

ACTIVIDADES TERRESTRES:

1. **Senderismo**: se trata de recorridos a pie por caminos y sendas. En los últimos años se ha popularizado mucho esta actividad y se realiza frecuentemente por caminos ganaderos o vías pecuarias (cañadas, cordeles, etc.).

2. **Trekking**: hace referencia a un viaje que se realiza por cualquier medio no mecánico. Regularmente se utiliza para referirse a viajes a pie, de media y alta montaña y de varios días de duración. También es correcto referirse a viajes como *trek* o *trekking*, a un viaje a lomos de animales: caballos, elefantes, camellos, etc. Esta actividad de turismo activo se practica, no obstante, en todo tipo de espacios. Es frecuente la utilización de vehículos de apoyo, ya sean éstos todo terreno o no, cuya misión es el apoyo logístico y el transporte de materiales y víveres para el grupo.

3. **Rutas a caballo**: el turismo ecuestre también se ha popularizado enormemente, especialmente en el medio rural y como complemento de los servicios de alojamiento. Tanto las rutas a caballo como las rutas de senderismo son componentes habituales de los paquetes de multiactividad y multiaventura.

4. **Escalada y rappel**: actividad muy popular y de gran uso sobretodo entre los más jóvenes y aventureros.

5. **Rutas en bicicleta de montaña**: los recorridos en *mountain bike* son también un recurso muy común del turismo activo, ya que, junto con el senderismo, es el producto que menor estructura y material necesita para su montaje. Funciona tanto en forma de excursiones organizadas, como por medio de alquiler de bicicletas para efectuar recorridos individuales. Estos alquileres se efectúan en algunos alojamientos de turismo rural, albergues de montaña y centros de turismo activo.

6. **Rutas en todo terreno**: la utilización turística de vehículos todo terreno o “rutas 4 x 4” ha sufrido severas restricciones en los caminos, senderos y pistas de montaña,

durante los últimos años. La excesiva masificación de esta actividad y la alta capacidad de impacto ambiental de este tipo de vehículos de tracción total, ha sido la causa principal de esta restricción. Estos vehículos son muy utilizados como transporte en rutas multiaventura y apoyo logístico en las actividades al aire libre: trekkings y rutas a caballo de varios días de duración, viajes alternativos, expediciones, etc. Lo mismo ocurre con el uso de motocicletas de campo y con los vehículos denominados “quads” o “trikes”. Este tipo de vehículos son altamente agresivos con el medio ambiente y su uso está limitado a los caminos rurales, en torno a centros de aventura y turismo activo, y siempre acompañados por monitores especializados.

7. **Puenting y salto Benji**: por puenting se entiende el salto con cuerdas elásticas o semiplásticas desde puentes o estructuras similares, efectuando un salto pendular. El salto *benji* es un tipo de salto llamado salto elástico o salto “bungee”, consistente en un salto vertical con cuerda elástica, que se efectúa desde puentes y otras estructuras (grúas, edificios, etc.), a veces preparadas especialmente para esta actividad. Sus principales características son la elevada espectacularidad y un bajo nivel de riesgo.

8. La **tirolina** es una actividad práctica de ocio, consistente en tender una cuerda inclinada entre dos puntos y deslizarse por ella con la ayuda de diversos mecanismos. Se utiliza, también, para salvar obstáculos con cierta rapidez de movimiento.

ACTIVIDADES ACUÁTICAS:

1. **Piragüismo**: es una de las actividades más comunes en el recurso agua. También se la conoce por el nombre de “canoeing” o canotaje. Cuando se utiliza un tipo particular de embarcación denominada “kayak, esta actividad pasa a denominarse *kayako kayaking* y se puede practicar en aguas tranquilas, o bien en aguas bravas o “aguas blancas”.

2. **Deportes de aguas bravas o aguas blancas**: entre las actividades que se desarrollan en este tipo de aguas, la principal es:

- **“Rafting”**: actividad recreativa que consiste en recorrer los cauces de los ríos.

ACTIVIDADES AÉREAS:

1. **Parapente:** modalidad de paracaidismo deportivo que consiste en lanzarse desde una pendiente muy pronunciada con un paracaídas desplegado y efectuar un descenso controlado.
2. **Globos aerostáticos:** son utilizados para excursiones paisajísticas y por la pura emoción de volar. Son frecuentes, a pesar de su elevado coste, como opción y complemento en paquetes de turismo activo de todas las edades. Algunos productos de este tipo son especialmente interesantes, como los recorridos en globo sobre espacios naturales de alto atractivo paisajístico o naturalístico.
3. **Vuelo sin motor:** se realiza mediante aviones denominados planeadores o “veleros”. Se considera un deporte aéreo muy minoritario y se utiliza, a veces, como opción o complemento a paquetes de actividades, cuando existen campos de vuelo en las cercanías de zonas donde se practica turismo activo.
4. **Ala delta o aerodeslizador:** aparato construido para planear o realizar vuelos sin motor.

7. ESTABLECIMIENTOS Y ALOJAMIENTOS

Exceptuando las zonas de interior que son consideradas ciudades como Segorbe o pueblos más grandes como Morella, la oferta de alojamientos en estas poblaciones es prácticamente escasa. Son zonas a la que la gente acostumbra a acudir durante el día para disfrutar del fresco, la comida tradicional y los paisajes privilegiados y pocos son los que se aventuran a pasar la noche en estos lugares.

No obstante para todos aquellos que prefieran un retiro o completar las vacaciones, hay diversas páginas web que ayudan en la búsqueda de alojamientos, uniendo así lo tradicional con las facilidades del siglo XXI.

Páginas web como:



Estas páginas web, sobretodo se encargan de casas rurales, apartamentos, casas de propietarios, (que suelen ser de uso exclusivo en una época determinada e intentan alquilarla el resto del año), campings, pequeños hoteles, hostales o albergues.

Los grandes lujos y los hoteles de 5 estrellas no son característicos, de momento, de las zonas rurales o de interior en esta parte de España. No obstante, este es su encanto la simplicidad de la cosas, la no necesidad de nada más, la tranquilidad, lo tradicional en comidas y forma de vida y también es lo que al final y al cabo vende, DESCONEJIÓN.

8. ¿COMO IMPULSARLOS Y MEJORARLOS?

La falta de alojamientos turísticos en las zonas del interior puede verse tanto como un fracaso hacia el turismo como también un acierto e incluso una oportunidad de negocio.

En la era de la tecnología, de lo novedoso, del ruido, móviles, discotecas, masificación... ¿que tal un poco de descanso, paz y sobretodo silencio acompañado de tranquilidad?, esto es lo que el interior puede ofrecernos. Espacios aislados, únicos, dónde cada experiencia y cada día es una aventura.

Esto es lo que ofrece y las oportunidades de negocio y atracción de turistas pueden aumentar con tan sólo hacerlo atractivo y crear paquetes que se adapten a las necesidades.

No obstante, y ya con enseñanza de lo que pasó y pasa actualmente en zonas de costa, aún sin grandes masificaciones, los alojamientos rurales tienen normas muy claras.

Normas comunes que se deben cumplir para poder abrir un negocio rural, cada comunidad autónoma tiene su propia normativa, la cual se ciñe a las características de la misma.

Por ejemplo, entre las normas comunes y requisitos mínimos que un alojamiento rural debe disponer están:

1. Un edificio con una antigüedad mínima determinada o que respete los cánones de la arquitectura tradicional de la zona

2. Agua potable, electricidad y calefacción

3. Un cuarto de baño completo con agua fría y caliente cada 4 o 6 plazas

4. Habitaciones con ventilación exterior

5. Libro registro de entradas y salidas de cliente

6. Certificados que garanticen una correcta recogida de basuras y eliminación de aguas residuales

7. Extintor, botiquín y teléfono

8. Es habitual que se fije un número mínimo y máximo de plazas, así como unas dimensiones mínimas para las habitaciones

9. Servicio de limpieza y desayuno en el caso de que la casa se alquile por habitaciones

10. Según las comunidades, puede ser obligatorio que el dueño esté empadronado en el municipio

Para la comunidad valenciana, recalcan que “Ningún hotel ubicado en el litoral, se considerará alojamiento rural aunque el edificio tenga interés histórico.” (visto en el primer punto de requisitos comunes)

La legislación que se encarga de regular y atribuir las normas básicas a los alojamientos rurales, es el Decreto 188/2005, de 2 de diciembre, Regulador del Alojamiento Turístico Rural en el Interior de la Comunidad Valenciana.

Destaco aquí, dos de los párrafos más significativos. En el primero acentúa cual es el órgano encargado de la regulación de alojamientos rurales, mientras que en el segundo párrafo escogido, es una reflexión genérica de como ha evolucionado la prestación del servicio de alojamiento en el medio rural.

“El artículo 31.12 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana atribuye a la Generalitat competencia exclusiva en materia de turismo y, en el ejercicio de aquélla, en virtud de la disposición final segunda de la Ley 3/1998, de 21 de mayo, de la Generalitat, de Turismo de la Comunidad Valenciana, por el Decreto 253/1994, de 7 de diciembre, del Consell de la Generalitat, se reguló el alojamiento turístico rural en el interior de la Comunidad Valenciana.”

“La prestación del servicio de alojamiento en el medio rural o, si se prefiere, en zonas del interior de la Comunidad Valenciana, se ha convertido en una actividad turística importante que, sin abandonar del todo en algunas zonas su carácter complementario, se está convirtiendo en actividad principal y medio de vida de quienes profesionalmente se dedican a ella. Por otra parte, las motivaciones y exigencias del turista actual, sus gustos y necesidades, han producido un cambio sustancial en el concepto de “Turismo rural”, al que no pueden ser ajenos los poderes públicos.”

Tal y como dice en este último párrafo, las motivaciones han cambiado y los gustos y necesidades también, los turistas quieren sentirse cómodos en sus vacaciones y eso empieza por el alojamiento. Un alojamiento sucio, que no cumpla con lo acordado, en el que todo se estropee rápidamente... puede estropear unas vacaciones, por lo que la regulación y la obligación de su cumplimiento son básicas.

Las inspecciones y auditorías de todos los establecimientos inscritos deben ser habituales, registro de cambios, aunque de categorías todo debe estar bien regularizado para el uso y disfrute de los turistas.

Así pues, se encuentra en el Plan Integral de turismo 2014, la respuesta a esta regulación necesaria:

(Carmen Porras, redactora de economía)

El Plan Integral de Turismo Rural 2014, presentado ayer por el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, contempla una serie de actuaciones, tanto en el lado de la oferta como de la demanda, destinadas a facilitar la comercialización de este producto, mejorar el posicionamiento de España en esta actividad e incrementar la demanda internacional. Uno de sus retos es homogeneizar las diferentes normativas que regulan este tipo de alojamiento.

El Plan de Turismo Rural 2014 tiene prevista la puesta en valor del patrimonio natural y cultural del medio rural, así como diversificar y desconcentrar la oferta y dinamizar el empleo, ya que esta esta modalidad de alojamiento genera 21.000 puestos de trabajo directos. En el lado de la oferta, se fomentará el ecoturismo en la red de parques nacionales y se trabajará en la formación para empresas sobre ecoturismo sostenible.

Para activar la demanda se llevará a cabo una campaña publicitaria online en medios de Reino Unido, Alemania y Francia y 187 actuaciones de promoción y apoyo a la comercialización en 17 mercados, fundamentalmente europeos y de América, a través de Turespaña y de la red de Oficinas Españolas de Turismo en el exterior (OET). Además, se potenciará un canal específico para el turismo de naturaleza a través de spain.info, que facilitará herramientas a las empresas de turismo rural para que puedan distribuir sus productos.

El plan considera imprescindible la armonización normativa para el éxito del proyecto, ya que existían 35 disposiciones de regulación que daban lugar a 55 tipologías. También tendrá un logotipo común. La Conferencia Sectorial de Turismo de abril de 2013 acordó incorporar estrellas verdes como criterio de clasificación que distinguirían hasta cinco categorías de establecimientos.

9. ¿COMO ATRAER TURISMO INTERNACIONAL?

La oferta de españoles y británicos no sería la misma, ya que no tienen las mismas necesidades e inquietudes. Los españoles, suelen huir de las zonas masificadas, sobretodo, si habitan en poblaciones muy turísticas; mientras que los británicos buscan, en general, el sol y las zonas de costa sobretodo.

Aunque el turismo rural no es exactamente lo descrito por lo que buscan los británicos, todo se puede adaptar. Por ejemplo:

El mar, se compensaría con los ríos, y piscinas naturales de las que en el interior de la provincia abundan; los restaurantes a pie de playa, con bares y restaurantes de pueblo en los que la comida es casera y, muchas veces, incluso cultivada por ellos mismos, la masificación y el ruido, por tranquilidad e incluso fiestas populares, que abundan sobretodo en agosto.

Además, el interior ofrece un sin fin de oportunidades de deporte y aventura como el kayak, rafting, senderismo, canoa, puenting... que en mar abierto no son tan abundantes sobretodo por la tranquilidad del mar mediterráneo.

La clave, en mi opinión sería organizar paquetes turístico completos para británicos con multitud de actividades, alojamiento con comidas y excursiones a los maravillosos pueblos; también para los más jóvenes se puede intercalar con visitas a pueblos en fiestas y así hacerles disfrutar de una autentica experiencia española.

10. RESULTADOS ENCUESTAS

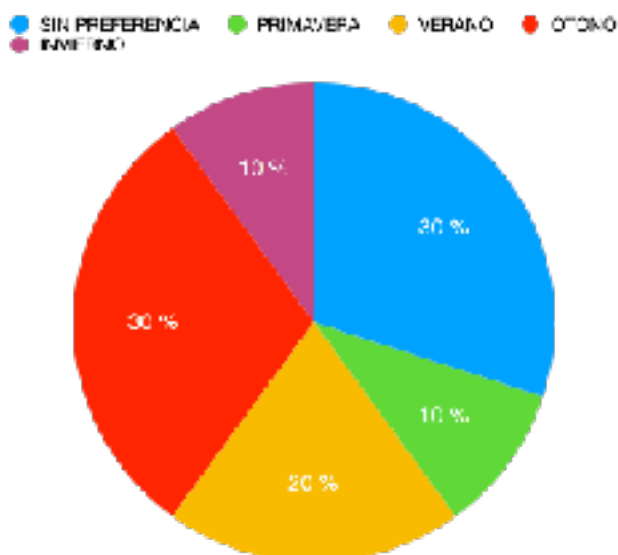
Durante la investigación a cerca de la afluencia y el impacto que genera el turismo rural y de que manera se podría mejorar; se realizó una encuesta con 10 representantes residentes españoles y 10 residentes británicos con el fin de conocer sus gustos, preferencia, su conocimiento del turismo de interior y su conocimiento de la provincia de Castellón, añadiendo dos preguntas más a los residentes británicos, ya que son estos, los que posiblemente, y así fue, desconocían por completo la zona.

(Ambas encuestas se encuentran en el apartado 15. Anexos)

Para una mayor visualización he realizado varios gráficos con los aspectos más importantes, con el fin de ver así las diferencia de residentes españoles respecto a residentes británicos. Los resultados serán analizados posteriormente a los gráficos.

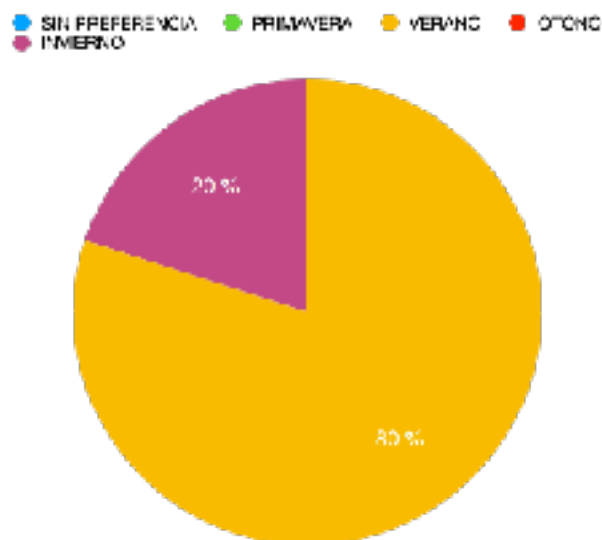
- Preferencia en la estación del año para viajar de los residentes españoles:

Gráficos de elaboración propia.



- Preferencia en la estación del año para viajar de los residentes británicos:

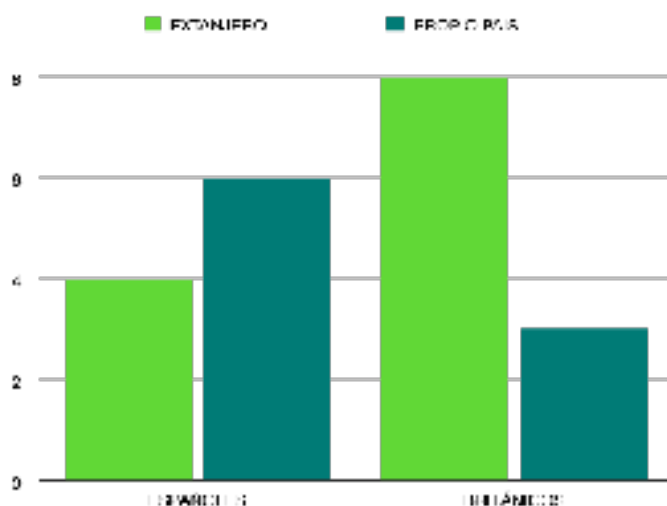
Gráficos de elaboración propia.



La diferencia en los resultados entre residentes españoles y británicos es contundente, mientras los españoles se debaten entre otoño, verano y un abrumador “sin preferencia”, dejando a relucir que cualquier época del año es buena para realizar un viaje, dadas nuestras condiciones meteorológicas; los residentes británicos “votan” verano al 80% y tan sólo un 20% eligen invierno, época de viaje motivado seguramente por la navidad.

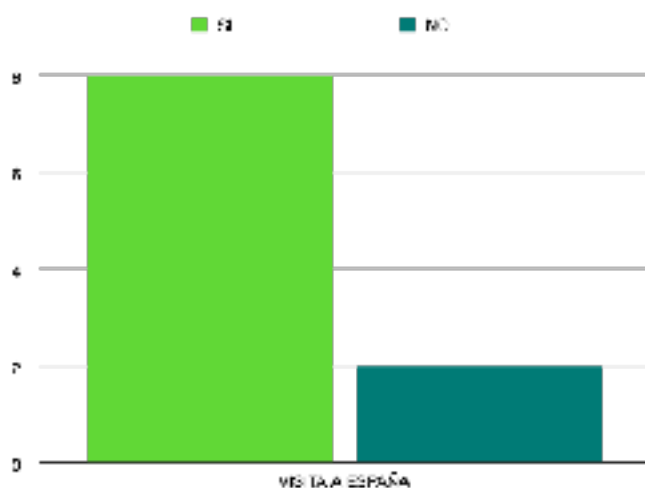
- Preferencia de viaje entre el propio país y el extranjero, diferencia entre británicos y españoles:

Gráficos de elaboración propia.



En este caso, los residentes españoles se debaten entre viajar por el propio país o por el extranjero, mientras que los residentes británicos prácticamente tienen claro que su viaje idóneo ha de ser fuera del propio país.

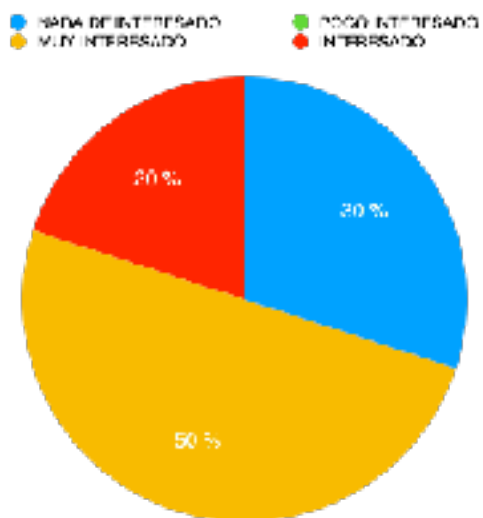
- La siguiente pregunta se le realizó tan sólo a residentes británicos, se les preguntaba si en alguna ocasión habían viajado a España y en caso de ser afirmativo a que zona o lugar.



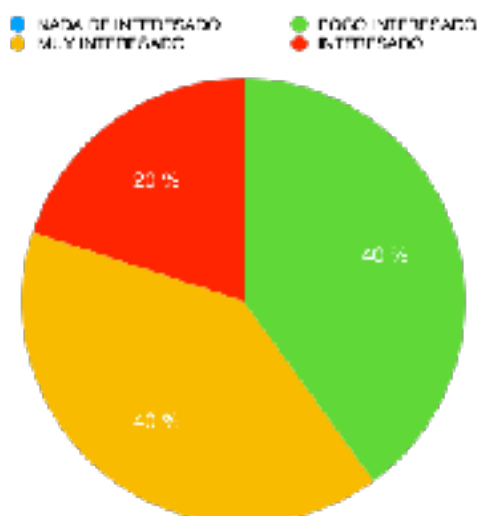
En este caso, la gran mayoría de los encuestados respondieron afirmativamente a la pregunta, y tan sólo 2 personas de la muestra de 10 nunca habían visitado nuestro país, además al preguntarles que zona, el 100% de ellos respondieron lugares de costa, la gran mayoría Marbella o las islas, Baleares y Canarias.

- Interés en realizar un viaje en la provincia de Castellón.

ESPAÑOLES



BRITÁNICOS



En esta pregunta, la respuesta entre residentes británicos y españoles está bastante igualada; prácticamente la mitad están bastante o muy interesados en una experiencia de turismo rural.

Por último, analizaremos una pregunta que se realizó únicamente a los residentes británicos y fue: ¿Viajaría a España para hacer turismo rural?, las respuestas eran: Si, No o Si, siempre que visitase también la costa.

La respuesta fue clara, un abrumador si del 70% de los encuestados, donde tan sólo 3 de ellos contestaron la última opción, si, siempre que visitase también la costa. Esto aumenta la creencia de por una parte el desconocimiento de la zona y por otra la inquietud por visitar lugares nuevos y de los que nunca habían oído hablar.

11. CONCLUSIÓN

El turismo rural o de interior, tal y como he ido comentando durante la investigación, es un turismo en auge. Por supuesto, hay aún muchísimo que mejorar, hacer y pensar, para poder conseguir un día el turismo conocido pero sostenible que se busca desde hace años.

El trabajo, se ha centrado en si tienen capacidad suficiente las poblaciones del interior de la provincia de Castellón para abarcar un turismo rural, no sólo español, sino también británico; ya que es esta nacionalidad, la que más visita el mediterráneo durante la época estival. Primero se ha realizado una explicación amplia de lo que se considera turismo rural, además de analizar brevemente el turismo de sol y playa, que es el principal atractivo de esta zona del país, he querido explicar también, las diferentes poblaciones con mayores posibilidades de turismo y aquellas que cuentan con paisajes, monumento o ríos que pueden causar un impacto real en toda aquella persona que decida visitarlos; adentrándome brevemente en las páginas web al alcance de todos los usuarios (británicos/españoles). Por último, he realizado una serie de encuestas con el fin de conocer la necesidad de ambos países.

Este último punto, me ha dado la oportunidad de conocer en mayor profundidad los gustos, necesidades y preferencias de los turistas. Por una parte, están los residentes españoles, que aunque no todos vivan cerca de la costa, son conscientes de que si quieren costa están a pocas horas de aparecer en cualquiera de las maravillosas playas que recorren el país. Por lo que no le dan la importancia o relevancia que los residentes británicos; estos otros prácticamente desconocían el turismo de interior y la mayoría ni siquiera conocían la provincia de Castellón. No obstante, a la mayoría de ellos no les importaría viajar y conocer este tipo de turismo, que pensaban sólo existían en lugares sin costa.

El único apunte, eso sí, es la necesidad de visitar las zonas turísticas de sol y playa, ya que están muy entusiasmados por conocer las zonas rurales siempre y cuando también puedan disfrutar de días de playa. Aquí podríamos hacer un apunte final, en el que destacar que una de las razones por la que los británicos acuden a las zonas de costa, es sin duda por la sensación de “estar como en casa” que allí obtienen; un lugar en el que hablan su propio idioma o se esfuerzan por hacerlo. Por otro lado, a parte del desconocimiento de las zonas rurales, todavía no hay un gran avance en la promoción de británicos en el interior del país, por lo que lo más probable es que allí se encuentra en un lugar desconocido y en el que la gran mayoría de gente no pueda entender nada de lo que dicen ni ayudarles en caso de dificultad.

En conclusión a este análisis, se debe trabajar en el crecimiento del turismo rural, y mejorar tanto infraestructuras, carreteras, alojamientos etc... siempre de una manera sostenible y teniendo en tremenda consideración el medio ambiente, que tan importante es.

La población tanto española como británica, muestra un gran interés y a la vez una desconcertante falta de información sobre esta bellísima parte del país, que ha de comenzar a desarrollarse y coger el valor y conocimiento que tiene y se merece.

12. BIBLIOGRAFÍA

DEMANDA ACTUAL DEL TURISMO

https://www.hosteltur.com/comunidad/002955_vision-actual-del-turismo-rural-en-espana.html

DESPOBLACION ZONAS RURALES

<http://www.dipcas.es/es/forodespoblacion.html>

DIRIGENTES DIGITALES

<https://dirigentesdigital.com/articulo/economia-y-empresas/50427/los-efectos-del-brex-it-turismo-espanol.html>

EL IMPACTO DEL BREXIT

<https://www.smarttravel.news/2017/03/03/el-impacto-del-brex-it-sobre-el-turismo-espanol/>

ESTUDIO RURAL

<http://profesionalhoreca.com/toprural-desvela-perfil-del-turista-rural-europeo/>

EXTRANJEROS, ANALISIS

https://www.elconfidencial.com/economia/2016-10-19/sol-playa-turismo-rural-turistas_1277177/

ESTRATEGIAS DE CALIDAD TURISTICA

https://www.researchgate.net/profile/Cesar_Camison/publication/28133822_Estrategias_de_calidad_turistica_el_papel_de_los_sistemas_de_acreditacion_y_certificados_de_calidad/links/0c96051a8c56e1efad000000.pdf#page=81

NORMATIVA CASAS RURALES

<http://noticias.iberestudios.com/como-abrir-un-negocio-de-turismo-rural-ii-normativa/>

http://www.casarural.es/valencia/legislacion_turismo.aspx

https://www.hosteltur.com/138260_nuevo-plan-turismo-rural-se-propone-impulsar-demanda-internacional.html

GRAFICAS DE TURISTAS BRITANICOS EN ESPAÑA

http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Reino-Unido_oct2016.pdf

PUEBLOS CON ENCANTO

<https://www.sensacionrural.es/blog/pueblos-encanto-castellon/>

RELLENO CUADRO, PROS Y CONTRAS

<https://es.slideshare.net/jisselle65/turismo-de-sol-y-playa-53978265>

RESUMEN ASPECTOS SOL Y PLAYA

Autores: Anahí González Morante, Isabel Sánchez García , Silvia Sanz Blas

Localización: Turismo en los espacios litorales : sol, playa y turismo residencial / 9º Congreso de Turismo, Universidad y Empresa / Diego López Olivares (dir. congr.) , José Enrique Bigné Alcañiz (dir. congr.) , 2007, ISBN 978-84-8456-847-6, págs. 105-121

Idioma: español

Recoge los contenidos presentados a: Congreso de Turismo Universidad y Empresa (9. 2006. Castellón de La Plana)

TURISMO RURAL, SUS INICIOS

https://www.uv.es/cuadernosgeo/CG77_041_058.pdf

Cuad. de Geogr. • 77 • 041 - 058 • València 2005

GEMMA CÁNOVES, LUIS HERRERA, ASUNCIÓN BLANCO

VIDEO TURISMO RURAL

<https://www.universidadviu.es/turismo-sol-cultural-030714/>

14. ANEXOS

RANKING DE LOS PRINCIPALES EMISORES

Rango	Gastos por turismo internacional ¹ (miles de millones \$EEUU)		Monedas locales variación (%)		Cuota de mercado (%)	Población (millones)	Gastos per cápita (\$EEUU)	Salidas internacionales (millones)			
	2014	2015*	14/13	15/14	2015*	2015	2015*	Series	2014	2015	
1	China	234,7	202,2	n/a	26,2	23,2	1.375	213	VD	116,5	127,9
2	Estados Unidos	106,5	112,9	7,6	7,0	9,0	322	351	TD	68,2	73,5
3	Alemania	93,3	77,5	2,1	-0,6	6,2	82	946	TD	83,0	..
4	Reino Unido	62,6	63,3	3,5	8,9	5,0	65	972	TD	58,4	64,2
5	Francia	48,7	38,4	15,4	-5,6	3,0	64	606	TD	29,2	..
6	Fed. de Rusia	50,4	34,9	13,7	10,0	2,8	146	239	VD	45,9	36,8
7	Canadá	33,6	29,4	3,3	0,6	2,3	36	620	TD	33,5	32,3
8	Corea, Rep. de	23,2	25,0	3,0	15,6	2,0	51	433	VD	16,1	19,3
9	Italia	28,8	24,4	6,9	1,4	1,9	61	402	TD	27,2	27,5
10	Australia	26,4	23,5	-1,3	6,9	1,0	24	978	VD	9,1	9,5

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) G. Para símbolos y abreviaturas, ver página 9.

(Cifras porcentuales de la OMT-UNWTO, julio 2016)

TURISMO RURAL EN ESPAÑA: UN ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN EN EL CONTEXTO EUROPEO

	Valor	Variación
Pernoctaciones	416.164	-0,84
Estancia media (número de días)	2,24	1,76
Grado de ocupación por plaza (porcentaje)	10,36	-2,33
Precios alojamientos de turismo rural (índice)	139,63	2,86

Turismo rural - Febrero 2018

Variación: porcentaje sobre el año anterior

ENCUESTAS RESIDENTES BRITÁNICOS Y RESIDENTES ESPAÑOLES



La presente encuesta se ha elaborado con el fin de descubrir el interés que podría tener el potencial turista británico y/o español, en un programa de turismo rural por la provincia de Castellón- España.

La encuesta solo le tomará cinco minutos y sus respuestas serán totalmente anónimas.

Por favor, complete la encuesta lo más sinceramente posible. En ella encontrará preguntas con opciones, señale la que más se aproxime a su respuesta con una "X"; y otras de respuesta libre. Es importante que las conteste todas.

Gracias por su tiempo.

Edad ----- años. Sexo: F M

País de residencia -----

Situación laboral: p parado estudiante otros

1. Cuando sale de viaje ¿qué prefiere?

Descanso Vacaciones activas Viaje cultural

2. ¿En qué fechas del año suele viajar?

3. ¿Por dónde prefiere viajar?

Extranjero Por el propio país

4. (solo británicos) ¿Ha visitado España en alguna ocasión? Si No

Si ha contestado afirmativamente, ¿qué lugares?

5. En sus viajes, ¿le interesa conocer la cultura del lugar que visita?

Nada Poco Mucho

6. De las actividades que se mencionan a continuación, ¿cómo de interesado estaría en realizar cada una de ellas?

ACTIVIDADES	NADA	POCO	INTERESADO	MUY INTERESADO
Visitar pueblos y ciudades				
Conocer monumentos				
Asistir a una fiesta tradicional				
Probar comida típica				
Sol y playa				
Excursiones por la zona				
Actividades deportivas				

7. En sus viajes suele preferir costa islas zona rural

8. ¿Usted tenía conocimiento de la existencia del turismo rural en la provincia de Castellón-España?

Si No

9. ¿Cómo de interesado estaría en realizar un viaje que le permitiera conocer la zona rural de la provincia de Castellón- España?

nada poco
 interesado interesado

10. ¿Cuántos días estaría dispuesto a realizar un viaje de turismo rural?

1 día 2 días 3 o más días

11. ¿Qué preferiría en un viaje de turismo rural?

todo incluido alojamiento y desayuno

media pensión

pensión completa

12. ¿Qué tipo de alojamiento le gustaría?

albergue

hotel rural

camping

apartamento

habitación en casa particular

13. ¿Cuál de los siguientes aspectos es el que más le motivaría para realizar un viaje de turismo rural?

<input type="checkbox"/>	Conocer nuevas culturas y costumbres
<input type="checkbox"/>	Tener contacto con la naturaleza y paisajes
<input type="checkbox"/>	Interactuar con los lugareños
<input type="checkbox"/>	Conocer la gastronomía del lugar
<input type="checkbox"/>	Conocer los monumentos .

14. ¿Cómo de importante le parece contar con un guía que le explique: tradiciones, costumbres, historia etc del lugar?

poco

importante

muy importante

15. (solo británicos) ¿Viajaría a España únicamente para hacer turismo rural?

Si

No

Si, siempre que visitase también la costa



Muchas gracias por su participación.



The following survey has been made in order to discover the interest that the British and Spanish tourists could have in a rural tourism program in the province of Castellón, Spain.

The survey will only take you five minutes and your answers will be completely anonymous.

Please complete the survey as honestly as possible. In the questions with options, please indicate the one that comes closest to your answer by ticking the box; in the other ones please answer in the space provided. It is important that you answer all of the questions.

Thanks for your time.

Age ----- years old. Sex: F M

Country of residency -----

Employment situation: Employed Unemployed Student Other

1. When you go on holidays, what do you prefer?

Relaxing holidays Active holidays Cultural holidays

2. During what time of the year do you usually travel?

3. Where do you usually travel to?

Abroad My country

4. (British people only) Have you ever visited Spain? Yes No

If the answer is yes, where to?

5. During your trips, are you interested in cultural aspects of the place you are visiting?

Nada Poco Mucho

6. How interested would you be in the following activities while traveling?

ACTIVITIES	NOT AT ALL	A BIT	INTERESTED	VERY INTERESTED
Visit villages and cities				
Visiting monuments				
Participating in traditional costumes and parties				
Trying out typical food				
Sunshine and the beach				
Days out in the region				
Sport activities				

7. Do you usually prefer ... coastline mountains rural areas

8. Did you know about rural tourism in the province of Castellón, Spain?

Yes No

9. Would you be interested in traveling to Castellón, Spain to do some rural tourism?

Not at all A bit
 Interested Very interested

10. How long would you travel there for?

1 day 2 days 3 or more days

11. What would you prefer during a rural tourism trip?

All inclusive Bed and breakfast

Half board

Full board

12. What sort of accommodation would you prefer?

Hostel

Rural hotel

Camping

Apartment

Rented house in a local's house

13. Which of the following options would motivate you to do rural tourism?

<input type="checkbox"/>	Get to know new cultures and costumes
<input type="checkbox"/>	Be in contact with nature and landscapes
<input type="checkbox"/>	Get to know the locals
<input type="checkbox"/>	Get to know the traditional food
<input type="checkbox"/>	Visit monuments

14. How important is it for you to hire a guide to tell you about traditions, costumes history ... of the place

A bit

Important

Very important

15. (British people only) Would you travel to Spain to do rural tourism only?

Yes

No

, as long as I would also visit the coast



Thanks for taking part in this survey.