



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Turismo Transfronterizo: “La Raia” en Castilla y León

Presentado por Esther Anta Rodríguez

Tutelado por Enrique Gómez González

Segovia, 18 Junio 2018

Agradecimientos,

A ti que lees,

“Como queremos expresar nuestra gratitud, nunca debemos olvidar que el reconocimiento más alto no es pronunciar unas palabras, sino vivir honrándolas.”

-John Fitzgerald Kennedy-

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

CAPÍTULO I	15
1.1. Turismo Transfronterizo	17
1.1.1. Región Transfronteriza	18
1.1.2. Cooperación Transfronteriza	19
1.1.3. Situación Actual: España y Portugal	20
1.2. Turismo Rural	21
1.2.1. Perfil del Turista Rural	24
1.2.2. Dificultades del Turismo Rural	28
CAPÍTULO II	31
2.1. Marco Geográfico	33
2.2. Oferta y Demanda de Turismo Rural	35
2.3. Competencia	38
2.4. Recursos Turísticos del Territorio	41
2.4.1. Recursos Naturales	41
2.4.2. Zonas Vitivinícolas	42
2.4.3. Bien de Interés Cultural (BIC)	43
2.4.4. Patrimonio Mundial de la UNESCO	43
2.4.5. Patrimonio Material Arquitectónico	43
2.4.6. Rutas	43
2.4.7. Patrimonio Inmaterial	44
2.4.8. Empresas Turísticas	44

CAPÍTULO III	47
3.1. Promoción del Territorio	49
3.2. Principio de Diferenciación	49
3.3. Misión, Visión y Valores	50
3.4. Promotor	51
3.5. Análisis DAFO	52
3.6. Política de Marketing	54
3.6.1. Producto	54
3.6.2. Precio	54
3.6.3. Distribución	54
3.6.4. Comunicación	54
3.7. Plan de Acción	55
 CAPÍTULO IV	 59
4.1. AECT Duero- Douro	61
4.1.1. TerraDuero	62
4.2. AECT Zasnet	63
4.2.1. Reserva de la Biosfera Transfronteriza Ibérica	64
 CONCLUSIONES	 65
 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	 69
 ANEXOS	 75

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

“Las fronteras son dibujos en mapas que aún no puedo entender”

Ricardo Arjona, músico y cantautor

Introducción

“Las fronteras son dibujos en mapas que aún no puedo entender”. Palabras del músico y cantautor Ricardo Arjona que hacen reflexionar en nuestra sociedad. La localidad de Rhionor , situada al sur de la Culebra en la bella provincia de Zamora parte española llamada Rhionor de Castilla, y Rio de Onor en la parte portuguesa; los habitantes de esta localidad tampoco entienden muy bien la existencia de “La Raya”, para ellos es un tema puramente administrativo. Los dos pueblos son, en realidad, uno; el único pueblo de la Península Ibérica partido en dos por la frontera que separa España de Portugal. Rio de Onor ha sido señalado como uno de los siete pueblos más bonitos de Portugal según el concurso realizado por RTP (Radio Televisión Portuguesa). Todos son “rayanos” o “raianos”; así es como son conocidos los habitantes que residen en el entorno de la Raya o Raia.



Figura 1. Fuente: Imagen de elaboración propia. Rihonor de Castilla

Existen otros pueblos muy próximos a la frontera hispano-lusa como Fuentes de Oñoro (Salamanca), Santa Cruz de los Cuérragos (Zamora), Portelo (una freguesía de la cámara municipal de Vinhais), lugares donde hablan español y portugués indistintamente, y donde se comparte una misma cultura y forma de vida.

España y Portugal, ubicados ambos en la Península Ibérica, han estado históricamente unidos en ocasiones, formando la “Unión Ibérica” durante 60 años. Una unión dinástica

bajo los reinados de Felipe II, Felipe III y Felipe IV (entre 1580 a 1640). Pero también, otras veces, enfrentados. En 1762 se produjo el conflicto Hispano-Luso conocido por la Guerra de los 7 años.

En el año 1986 los dos países entraron de la mano en la Unión Europea y en los últimos años cada vez más tratan de compartir y desarrollar distintos proyectos, aunar sinergias por el bien común. Un ejemplo es la creación del mercado de gas ibérico (MIBGAS), sociedad privada creada en 2016 para la comercialización del gas y que es controlada mayoritariamente por dos gestores técnicos del gas: Enagas, por parte de España; y Rensa, por parte portuguesa. Otro ejemplo; es la colaboración en materia turística en 2014, según acuerdos realizados por la Secretaría de Turismo de España junto con TurEspaña y la Secretaría de Turismo de Portugal para la promoción en mercados de larga distancia como son Canadá, EEUU., o China, entre otros. Además de acordar promocionar los destinos turísticos de interior que beneficia a comunidades como Castilla y León, Extremadura, Galicia o Andalucía que se establecen en la línea divisoria de España y Portugal.

Recordamos unas declaraciones el 10 de abril 2014 del Ministerio de Interior de Industria, Energía y Turismo, por parte de Isabel Borrego, de la Secretaría de Estado de Turismo: “España es el primer destino de los portugueses en el exterior. Este mercado tiene gran relevancia en nuestro país por su efecto desestacionalizador, con un peso muy destacado en las comunidades autónomas de interior”. En conclusión, las relaciones entre ambos países prosperan, son efectivas y hay voluntad por ambas partes que así siga.

Cabe destacar que Portugal fue nombrado mejor destino turístico del mundo en el año 2017 en la ceremonia de los World Travel Awards celebrado en Vietnam. También galardonado como Mejor Organismo Mundial Oficial de Turismo, distinción atribuida a “Turismo de Portugal”, y de Mejor Site Oficial de Turismo, atribuido a “visitportugal.com”; en consecuencia, es considerado como un destino turístico de excelencia a nivel mundial.

Además el ministro de Economía de Portugal, Manuel Caldeira Cabral afirmó en FITUR en enero de este año 2018 que "Los españoles hacen turismo en Portugal de forma natural, como quien se siente en casa", como un nuevo descubrimiento” del país vecino.

A fecha de hoy, distintos organismos públicos como agrupaciones territoriales transfronterizas con sedes ubicadas a un lado u otro de “La Raya”, o instituciones públicas como diputaciones, ayuntamientos, etc. desarrollan programas de cooperación en

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

materias como turismo, sanidad o medio ambiente para la mejora de la calidad de vida de los habitantes del territorio próximo a la línea divisoria de España y Portugal, financiados principalmente por los fondos FEDER de la Unión Europea.

Por ello, el objetivo de nuestro trabajo es analizar las posibilidades de promover y desarrollar un turismo de frontera aprovechando los recursos endógenos que nos brinda el territorio y la explotación de las actividades a las cuáles se dedican los residentes en la región.

El trabajo a desarrollar se centra fundamentalmente en la región norte y centro de Portugal y dentro de la comunidad autónoma de Castilla y León, en las provincias de Zamora y Salamanca; en definitiva; todo aquel territorio próximo a la frontera de estas regiones antes mencionadas.



Figura 2. Fuente: Elaboración Propia. Mapa Territorial Google Maps.

La zona designada se ha colocado como un destino emergente en el contexto de la oferta de turismo de interior nacional y regional, según Luis Alfonso Hortelano Mínguez¹ perteneciente a la Asociación de Científicos Expertos en Turismo (AECIT). A pesar de caracterizarse por un entorno rural y de apenas población además de envejecida; recoge un rico y diverso patrimonio tanto histórico; y cultural como natural que se ha transmitido de generación en generación. Por lo tanto, es nuestro deber y labor seguir cuidándolo y manteniéndolo.

Una iniciativa de promoción turística que debe ser de largo recorrido, la cual es positiva para ambos países; que deben seguir luchando por un proyecto en común y mirar ambos en la misma dirección, seguir apostando por el desarrollo rural y económico de la zona para no perder la esencia y las riquezas autóctonas del lugar.

¹ Hortelano Mínguez, Luis Alfonso 2015, “Patrimonio Territorial y Turismo en la <<Raya>> de Castilla y León: La atracción de los paisajes y la puesta en valor de los recursos. Universidad de Salamanca. Cuadernos de Turismo, nº 36; pp. 247-268

Justificación

Ciertos territorios tienen la necesidad de poner en valor todos sus recursos; en especial, su patrimonio histórico, artístico y cultural, así como la creación de empresas, principalmente del sector turístico, para el crecimiento y el mantenimiento del nivel de vida de sus habitantes.

El objetivo de la investigación es la elaboración de un posible plan para la difusión y promoción de las riquezas del territorio. Gracias a la colaboración de las distintas administraciones públicas y empresas privadas de la zona se puede intervenir en el territorio para un desarrollo económico sostenible. Ayudar además, a la organización y elaboración de los viajes de los turistas que buscan disfrutar de un turismo principalmente rural con el valor añadido de poder hacerlo en dos países “distintos”, a la par que iguales.

Otro objetivo es dar pistas de cómo acompañar y guiar a todos esas empresas turísticas rurales independientes a su promoción y difundir su actividad que la mayor parte de las veces se ve truncada por su falta de medios, principalmente económicos. Un problema que se lleva años intentando atajar sobre todo por grandes organismos institucionales como la Junta de Castilla y León de España o las distintas Cámaras Municipales de Portugal, y en un escalón superior por los gobiernos nacionales, de España y de Portugal.

Es importante que la promoción sea capaz de llegar a todos los públicos objetivos: para los viajeros que planifican sus viajes; para los estudiantes de distintas ramas como medio ambiente, arquitectura, turismo y patrimonio, etc. que necesiten aprender del medio en el que se encuentran; para las empresas que quieran diversificar su negocio principal; para turistas extranjeros que quieren admirar y disfrutar de espacios distintos a sus países de origen, etc.

Más allá del famoso “turismo de sol y playa”, el interior de la Península Ibérica guarda rincones estupendos que cada vez más turistas quieren acercarse a conocer. El turismo rural vive un momento dulce que cada vez más personas eligen para su ocio. Según datos del INE, 3,6 millones de turistas en el año 2016 en España, hicieron turismo rural por su gran riqueza histórico-cultural, natural y eno-gastronómica, en contra de la sobremasificación de otros destinos, lo que ayuda a la desconexión y el relax total. Gusta tanto a los turistas extranjeros, como a los turistas domésticos.

Concretamente, en España en el año 2016 se contabilizaron 150.000 plazas en alojamientos rurales repartidas en más de 15.000 establecimientos. Centrándonos en Castilla y León, se ofrecen más, de 3.000 plazas de turismo rural, siendo líder en este tipo de Oferta.

Cabe destacar que la comunidad de Castilla y León también lidera este tipo de demanda en el país registrando el mayor número de alojados.

En Portugal, según fuentes INE (.pt) en el año 2016 existen 1305 establecimientos de turismo rural con una capacidad de camas de 22.500 plazas. Las regiones con mayor número de establecimientos y plazas son el Centro y el Alentejo. La ocupación total en ese año fue de 669.100 huéspedes en establecimientos de Turismo Rural a nivel nacional. La demanda de este tipo de alojamientos se centra, además de en las zonas anteriormente mencionadas, en la región Norte de Portugal.

La mayor parte de los viajeros de turismo rural realizan el viaje en coche. A continuación, mostramos el flujo de viajeros por carretera en nuestra zona de interés, a partir de datos de un estudio realizado por parte del Observatorio Transfronterizo España- Portugal (OTEP), editado en 2017 por la Secretaria General de Transporte y el Ministerio de Fomento español.



Figura 3. Fuente: OTEP. Flujo diario de viajeros por carretera en el área de estudio.

Existen organismos oficiales públicos que se encargan de la promoción del territorio y disponen de portales turísticos, pero se deben concienciar en la colaboración conjunta de los distintos organismos interesados en el crecimiento económico.

CAPÍTULO I

Turismo Transfronterizo y Turismo Rural

Marco Teórico

1.1. Turismo Transfronterizo

Para comenzar vamos a aclarar algunos conceptos esenciales para entender qué es el turismo transfronterizo, por qué existe, etc.

El primer término que explicamos es el de frontera. Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), lo define como límite el cuál definimos como línea imaginaria o real que separa dos terrenos, dos países o dos territorios.

A partir del término frontera, ya podemos centrarnos en la definición de turismo transfronterizo. Podemos encontrar diferentes definiciones según distintos organismos y expertos.

Según la RAE, es aquel que opera por encima de las fronteras. Comercio transfronterizo.

Consultado un estudio² “Turismo fronterizo como motor de desarrollo de la frontera. Una revisión de la literatura”, donde podemos encontrar distintos conceptos sobre el turismo de frontera desarrollados por distintos autores.

Así, Bringas³ define el turismo fronterizo como “el desplazamiento temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual hacia las ciudades contiguas a la línea divisoria entre dos países, originado por motivos de ocio, diversión, descanso, salud, negocios, visitas a familiares y/o amigos, religión, eventos sociales o realización de compras, entre otros, cuya estancia no exceda un año y que comprometa al menos una pernocta en el lugar visitado”.

Valenzuela⁴, indica que para la Organización Mundial del Turismo son turistas fronterizos aquellos quienes permanecen en la frontera de 24 a 72 horas, delimitando así, en esta definición, el periodo de tiempo.

Por otro lado, Konrad⁵, destaca dos tipos de corrientes de viajeros. Una corriente que piensa que deberían diferenciarse físicamente y marcarse correctamente las fronteras; y

²Moral, S.; Cañero, P.; Jimber, J. y Orgaz, F. (2016). Turismo fronterizo como motor de desarrollo de la frontera. Una revisión de literatura. *International Journal of Scientific Management Tourism*. Vol. 2 N°2 pp 249-265

³ Bringas, N. (2004). Turismo fronterizo: caracterización y posibilidades de desarrollo. Tijuana, México: *COLEF-CESTUR*.

⁴ Valenzuela Arce, J.M. (2003). Por las fronteras del norte. Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos. México: *Fondo de Cultura Económico*.

⁵ Konrad, V. (2015). Evolving Canada-United States cross-border mobility in the Cascade Gateway. *Research in Transportation Business & Management*, 16, 121-130.

por el contrario, otra corriente de viajeros que preferirían que estas barreras físicas no existieran ya que no las consideran para nada necesarias.

1.1.1. Región Transfronteriza

Continuamos con el término de región transfronteriza. Para el Grupo ADUAR⁶ este concepto es el resultado de una interacción entre un espacio compartido a ambos lados de una frontera de índole estatal y a las acciones llevadas a cabo por los actores implicados en este contexto.

Clasificaciones

Aparecen diferentes modelos de clasificación de zonas o regiones transfronterizas según distintos autores. A continuación explicamos dos tipos.

Podemos realizar una clasificación en función de los movimientos transfronterizos construida por Martínez⁷:

- Frontera Cerrada, sin interacción transfronteriza alguna.
- Zonas fronterizas coexistentes, ligera permisividad, interacción binacional limitada.
- Mayor interacción transfronteriza por movimientos socioeconómicos.
- Fronteras integradas: Flujo de personas y bienes sin restricciones. España y Portugal gracias a la formación de la Unión Europea y el Tratado de Schengen gozan de libre circulación de mercancías y personas.

Clasificación de las zonas transfronterizas en función del nivel de contacto transfronterizo de Gelbman y Timothy⁸:

⁶ Grupo Aduar: Florencio Zoido, Sofía de la Vega, Guillermo Morales, Rafael Más y Rubén C.Loís (2000) *Diccionario de geografía urbana, urbanismo y ordenación del territorio*.

⁷Martínez, O. (1994). *Border People: Life and Society in the US-Mexico Borderland*. Tucson: The University of Arizona Press.

⁸ Gelbman, A., & Timothy, D. J. (2011). Border complexity, tourism and international exclaves A case study. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 110-131. DOI: 10.1016/j.annals.2010.06.002

- Habitantes fronterizos nacionales: Contacto superficial o mínimo.
- Habitantes fronterizos transnacionales: Existe contacto de forma habitual.

1.1.2. Cooperación Transfronteriza

A partir del término región transfronteriza nace la cooperación transfronteriza que concluimos definiendo como aquella colaboración institucionalizada entre zonas anejas a ambos lados de un límite transfronterizo.

Disponemos de otras definiciones de región transfronteriza procedentes de varios autores:

Perkmann⁹ mantiene que es la unidad territorial compuesta por aquellos territorios de las autoridades que participan en una iniciativa cooperativa transfronteriza.

Hansen¹⁰ entiende la región transfronteriza como un área consistente en territorios adyacentes pertenecientes a diferentes naciones, con independencia a sus diferencias en términos de tamaño, historia, condiciones geográficas, etc., y que se encuentran significativamente afectadas por la proximidad de una frontera nacional.

Newman y Paasi¹¹; y Wilson y Donnan¹², citan que “Las fronteras no se conciben únicamente como unas líneas que separan territorios, grupos o individuos, sino como elementos que poseen una gran repercusión en la sociedad, en las culturas, en el espacio y en las personas.”

A partir de las bases establecidas por definiciones anteriores y otras más registradas en el estudio “Turismo fronterizo como de desarrollo de la frontera. Una revisión de la literatura” los autores de la investigación establecen un modelo a tener en cuenta. Existen cuatro elementos comunes en la cooperación transfronteriza:

⁹Perkmann, M., 2003. Cross-border regions in Europe: significance and drivers of regional cross-border co-operation. *European Urban and Regional Studies*, 10(2), pp. 153-171.

¹⁰ Hansen, N. M. (1981). *Border economy*. Texas, EE.UU: University of Texas Press.

¹¹Newman, D. y Paasi, A. (1998). Fences and Neighbours in the Postmodern World: Boundary Narratives in Political Geography. *Progress in Human Geography*, 22, 186-207.

¹² Wilson, T. M. y Donnan, H. (1998). *Border Identities: Nation and State at International Frontiers*. Cambridge: *Cambridge University Press*.

- Territorio compartido: Aquel territorio sobre el que llevar a cabo la actuación, estando localizado en torno a la frontera.
- Movilización político-institucional: A través de la puesta en marcha de proyectos comunes refrendados mediante organismos de cooperación específicos.
- Estrategias económicas y de mercado: La frontera debe de ser vista como un elemento de unión, y no de separación, por lo que resulta básico el establecimiento de estrategias de índole económica-empresarial y de mercado, que refuercen la movilización política.
- Cultura y símbolos comunes: El establecimiento de esta dimensión a la hora de proyectar una idea de compartir el territorio es básica para medir el éxito de los proyectos emprendidos.

1.1.3. Situación Actual: España y Portugal

El turismo transfronterizo, como otros tipos de turismo, se ha establecido como una nueva tendencia para cubrir la necesidad de satisfacer distintos gustos y distintas motivaciones de los turistas que buscan incansablemente nuevos modelos de diversión y esparcimiento. Se crean nuevos productos turísticos que, en sí mismos, generan una demanda turística propia. Un ejemplo de ello es el enoturismo, en torno al producto del vino. O bien, surgen como un complemento más a una actividad turística principal de un destino en concreto; por ejemplo, el turismo de sol y playa de Mallorca y como complemento surge el turismo deportivo de vela.

La Unión Europea eliminó las barreras físicas que existían entre los estados miembros. Así, el caso de España y Portugal, se convierte en un ejemplo de cooperación y de trabajo conjuntos para el desarrollo común del territorio y de los habitantes de la zona.

Es cierto que las líneas transfronterizas son, de algún modo límites, que ponen obstáculos al desarrollo turístico debido a temas políticos y administrativos. Realmente debemos centrarnos en identificar los recursos transfronterizos comunes, compartir sinergias entre países y así aprovechar las oportunidades que se nos brinda.

1.2. Turismo Rural

El turismo rural se encuentra en un momento clave que actúa como desestacionalizador de la demanda turística, haciendo sostenible un turismo repartido a lo largo de todo el año, pudiendo disfrutar en cada momento del año de una experiencia diferente. Además de contribuir al desarrollo rural de las zonas en camino de la despoblación y con escasas actividades que contribuyan al desarrollo de la economía del lugar en beneficio de los habitantes que residen en él.

Para el turista es otro modo de ocio, alejado del masivo turismo de sol y playa; y del mundanal ruido de las grandes ciudades, un contacto con el entorno puro y natural, de vuelta a los orígenes y a la calma, para un completo relax y desconexión, durante breves periodos de tiempo como fines de semana pero que provocan que el cliente repita hasta varias veces a lo largo del año.

Existen distintas definiciones de turismo rural elaboradas a lo largo de los años, recogiendo a continuación una muestra de los distintos puntos de vista:

Según la Organización Mundial del Turismo (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”.

Otra definición válida de turismo rural elaborada por la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2005):

“El segmento que brinda al turista la oportunidad de convivir con comunidades rurales para conocer y aprender otras formas de vida, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos”.

El Instituto Nacional de Turismo Rural de México que recoge la UNID (Universidad Interamericana para el desarrollo) define:

“Es un turismo de bajo impacto ambiental y socio-cultural, facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, la recuperación del equilibrio físico y psicológico del turista, hace accesible la comprensión de la realidad de las comunidades anfitrionas mediante la convivencia auténtica y espontánea con sus anfitriones, así como una derrama económica que llegue más íntegra a los anfitriones.”

Cuesta¹³ afirma que: “El turismo rural permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a la población, con lo que se ayuda a frenar el éxodo rural”.

SECTUR matiza que:

“Los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma.”

A partir de las definiciones antes contempladas nacen otros conceptos relacionados con este tipo de turismo que con ciertos matices hacen que el tipo de turismo se enfoque más en un producto concreto. A continuación realizamos una selección de tipos de turismo de celebrados en el ámbito rural:

Agroturismo

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por Barrera¹⁴; el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo

¹³ José Luis García Cuesta, 1996. Estudios turísticos- Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pequeña y Mediana Empresa, *El Turismo Rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria*. ISSN 0423-5037, N°. 132, 1996, págs. 45-60.

¹⁴ Ernesto Barrera, 2006. Coordinador de la Unidad de Turismo Rural Facultad de Agronomía – Universidad de Buenos Aires. *La formación en turismo rural. La experiencia de la facultad de agronomía de la Universidad de Buenos Aires*.

en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

Ecoturismo

Según la OMT, se emplea para designar las formas de turismo que cuentan con las siguientes características, cito textualmente:

1. Toda forma de turismo basado en la naturaleza en el que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.
2. Incluye elementos educacionales y de interpretación.
3. Generalmente, si bien no exclusivamente, está organizado para pequeños grupos por empresas especializadas. Los proveedores de servicios que colaboran en el destino tienden a ser pequeñas empresas de propiedad local.
4. Procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.
5. Contribuye a la protección de las zonas naturales utilizadas como centros de atracción de ecoturismo:
 - Generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas.
 - Ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales.
 - Incrementando la concienciación sobre conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes de la zona como en los turistas.

Turismo de Aventura

El de aventura es aquel turismo cuya finalidad es realizar deportes o actividades que implican ejercicio físico, en lugares atractivos e impactantes.

“Viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico, y que suelen realizarse en zonas remotas o relativamente inexploradas”, según la OMT en el año 2002.

Actividades como kayak, paseos a caballo, buceo, espeleología, escalada, senderismo, paracaidismo, etc... son habituales en el concepto de turismo de aventura.

1.2.1. Perfil del Turista Rural

Tras consultar distintas fuentes que han realizado estudios sobre el perfil del turista rural podemos responder a las siguientes preguntas:

- **¿Cómo es el turista rural?**

El perfil de turista rural se caracteriza por tener una media entre 45-54 años principalmente según informe de Top Rural¹⁵; que provienen de la ciudad, lugares donde el contacto con la naturaleza es difícil y el estilo de vida es totalmente distinto, en muchos casos, rápido y estresante, como Madrid. Por tanto, evitan formas de turismo masivo. El nivel de estudios es alto, es por tanto, un turista culto e interesado por la cultura del entorno, dispuesto a aprender y muy curioso.

Los turistas que prefieren este tipo de turismo, se encuentra altamente relacionado con profesiones exigentes y que requieren de una alta concentración, por tanto; en su tiempo libre buscan desconexión y relax.

- **¿Con quién viaja?**

El viajar en pareja es el modo más elegido en este tipo de turismo según informe del Observatorio del Turismo Rural de Escapada Rural¹⁶, aunque concretamente en Castilla y León es muy común que el viajar en grupo o en familia supere a la media nacional de España.

¹⁵ Top Rural, Universidad Europea de Canarias y Sondea.com; 2016. Perfil del consumidor. Estudio Internacional sobre Turismo Rural en España. Pág. 7.
Recuperado de: <http://www.toprural.com/info/files/live/sites/tr/files/Landing-pages/estudio-turismo-rural-internacional/medias/perfilconsumidordel estudiointernacional.pdf>
Último acceso: 12/05/2018

¹⁶ EscapadaRural.com. Observatorio del Turismo Rural. El Turismo en Castilla y León 2017. Pág. 3.
Recuperado de: <http://www.escapadarural.com/observatorio/wp-content/uploads/2017/03/INFORME-otr-CYL-def.pdf>
Último acceso: 03/06/2018

- **¿Qué servicios reserva?**

El alojamiento es el servicio principal reservado con mayor antelación. El resto de servicios son reservados prácticamente durante el viaje de los turistas, como puede ser servicios de restauración, actividades de turismo activo o visitas a determinados centros de visitantes, monumentos, museos, etc.

- **¿Con cuánto tiempo de antelación reserva?**

El tiempo de antelación con el que un turista realiza la reserva es relativamente poco tiempo 30 días como máximo como resulta el informe de Diciembre de 2017 de Club Rural¹⁷, si lo comparamos con el turismo vacacional de sol y playa que existen casos en los que se reserva de un año para otro al requerir un mayor tiempo de estancia.

- **¿Cómo formalizan la reserva?**

Existe un desajuste entre la forma en que el turista prefiere reservar y el propietario de los distintos alojamientos rurales prefiere que le reserven.

Los turistas necesitan más inmediatez en las reservas, prefieren reservar de forma on-line a través de cualquier dispositivo: móvil, tablet y/o portátil, con facilidades de pago a través de tarjeta de crédito o débito u otros métodos novedosos de pago, aunque todavía se realizan muchas reservas a través del teléfono, podemos comprobarlo en el informe de Escapada Rural¹⁸. Sin embargo, la mayoría de los propietarios no se encuentran adaptados al uso de las nuevas tecnologías y, es difícil encontrarles en portales actuales de reserva on-line, prefiriendo el pago en efectivo in situ.

- **¿Cómo viajan hasta el destino de descanso?**

¹⁷ Club Rural, VIAMAIL SOLUTIONS, S.L. Barómetro del turismo Rural en España. Segundo Semestre de 2017. Pág. 16.

Recuperado de: <https://www.clubrural.com/barometro-turismo-rural/barometro-turismo-rural-2-semester-2017.pdf>

Último acceso: 03/06/2018

¹⁸ EscapadaRural.com. Observatorio del Turismo Rural. El Turismo en Castilla y León 2017.

Recuperado de: <http://www.escapadarural.com/observatorio/wp-content/uploads/2017/03/INFORME-otr-CYL-def.pdf>. Pág. 13.

Último acceso: 03/06/2018

El transporte mayoritario en desplazamientos de turismo rural es el propio vehículo del turista o vehículo de alquiler, que proporciona una mayor libertad de movimientos y facilita el acceso a lugares recónditos; además de que en muchos núcleos rurales las conexiones con el transporte público u otros medios de transporte (aéreo, marítimo o ferroviario) son complicados. En muchos casos señalan como negativo, el hecho de que sea imprescindible el desplazamiento en coche. Para zonas enoturísticas supone un problema añadido al contradecirse la acción de beber vino con conducir.

- ¿Dónde se alojan?

Existen diversos tipos de alojamientos rurales: casas rurales, posadas, hoteles rurales, además de campings, albergues, apartamentos turísticos, etc. En otros casos, surge la posibilidad de aprovechar las viviendas de familiares y el motivo principal cambia a la visita de un familiar.

- ¿Cuánto tiempo se quedan?

La estancia media se estipula en 2,28 días según el INE en la última estadística de marzo de 2018 de turismo rural. Es un turismo de fin de semana, puentes y festivos que se puede producir a lo largo de todo el año, aunque se prefieren las estaciones con climatología suave como la primavera y el otoño. Se evita el extremo de frío en invierno y el calor excesivo del verano, aunque también se viaja en estas estaciones. Esto hace que la oferta sea más variada, ofreciendo distintos productos según la época del año.

- ¿Cuánto se gastan de media?

El gasto varía según la compañía, pero podemos calcular una media de 40€ por persona/noche de alojamiento según Escapada Rural¹⁹. Cuando se viaja con amigos el gasto disminuye y cuando se viaja en pareja el gasto aumenta. En cuanto a actividades, se viaje en grupo, en familia o en pareja, el gasto medio se sitúa en torno a los 20€ por persona/día.

¹⁹ EscapadaRural.com. Observatorio del Turismo Rural. El Turismo en Castilla y León 2017. Pág.7
Recuperado de: <http://www.escapadarural.com/observatorio/wp-content/uploads/2017/03/INFORME-otr-CYL-def.pdf>.

Último acceso: 03/06/2018

Respecto a comidas, la media con amigos o con familia es de 20€ diarios, y en pareja es de 40 euros al día.

- **¿Cuál es el grado de satisfacción?**

El grado de satisfacción del turista según Escapada Rural²⁰ es elevada, es decir; el índice de recomendación es de un 43,48% de los turistas; en comparación con otros tipos de turismo. Se valora principalmente el trato y la atención de los empleados, que resalta por su amabilidad y familiaridad pero que en muchos casos peca de falta de profesionalidad. Además de la calidad del servicio y producto, en relación al precio. Se ofrece una calidad muy buena: autóctono y natural a buen precio.

El grado de repetición es alta y se ejerce este tipo de turismo como media mínimo 2 veces al año.

- **¿Cuál es el poder de atracción del Turismo Rural?**

Los factores que principalmente atraen a los turistas son el contacto continuo con el entorno, la naturaleza; que provoca una desconexión total con el mundo de la ciudad.

Adquiriendo cada vez más peso aquellas instalaciones de relax como balnearios, spas o alojamientos con pequeños jacuzzis o piscinas.

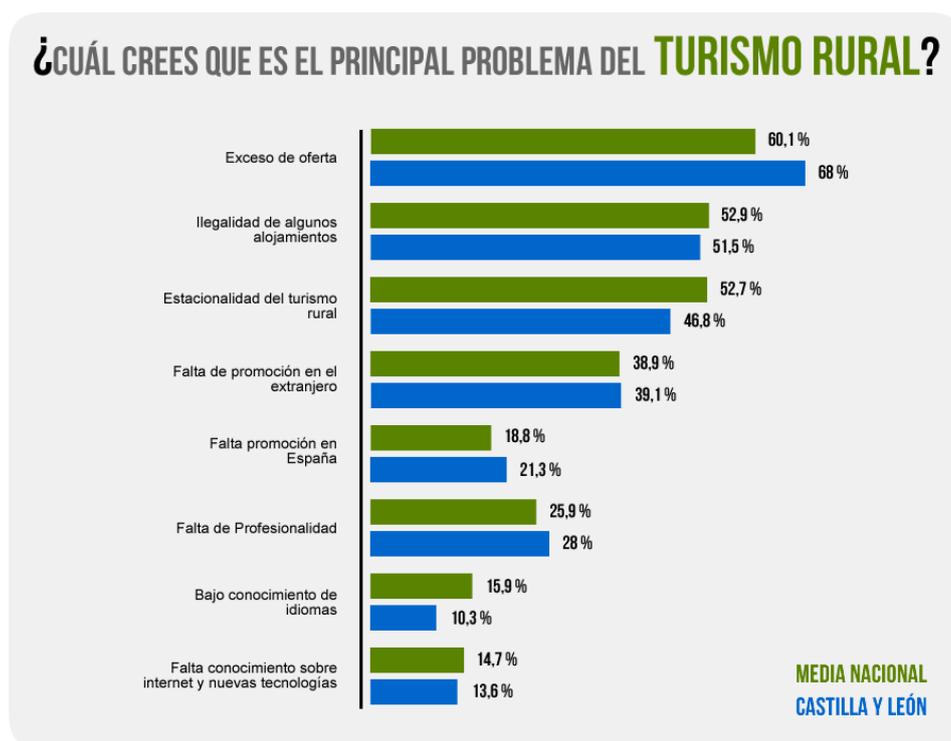
Se trata de un turismo que contribuye al conocimiento por parte del turista de la riqueza histórico-cultural y paisajística, descubrir la belleza de los pueblos y la tranquilidad de los lugares, el trato de la población autóctona, la armonía entre el entorno y el estilo arquitectónico de los pueblos y la diversa oferta turística que complementa a lo anterior como es la gastronomía local o actividades de aventura: rafting, montar a caballo, trekking, etc; conforman las claves para que el turismo rural sea todo un éxito en sí mismo.

Además, suelen ser entornos apropiados y cómodos para salidas en grupo al contar con un mayor espacio para el ocio, alquilando por ejemplo, íntegramente una casa.

²⁰ EscapadaRural.com. Observatorio del Turismo Rural. El Turismo en Castilla y León 2017. Pág.9.
Recuperado de: <http://www.escapadarural.com/observatorio/wp-content/uploads/2017/03/INFORME-otr-CYL-def.pdf>.

Último acceso: 03/06/2018

1.2.2. Dificultades del Turismo Rural



Gráfico

1.2.5. Estudio realizado por El Observatorio de Escapada Rural., CETT centro adscrito a la Universitat de Barcelona y NET QUEST. Noviembre, 2014

Aunque la evolución en Castilla y León del Turismo Rural ha sido muy positiva desde el año 2014, existe una serie de problemas que todavía en mayor o menor medida persisten y que debemos tener en cuenta para seguir mejorando.

En Castilla y León, el principal problema es el exceso de oferta, el número de plazas de alojamientos es superior a la media nacional. Por tanto, aunque haya un gran número de pernoctaciones, más que en el resto de España, no quiere decir que sirva para cubrir y rentabilizar el total de oferta que realmente existe.

Como vemos en el gráfico vemos otros problemas contra los que lucha el turismo rural en su conjunto como es la ilegalidad de los establecimientos hoteleros.

Algunos establecimientos no cumplen con la normativa vigente, decreto 65/2015, de 8 de octubre, por el que se regulan los establecimientos turísticos de alojamiento hotelero en la Comunidad de Castilla y León. (BOCyL 09-10-2015 y corrección de errores BOCyL 27-10-2015)

En cuanto a la estacionalidad del Turismo, cada vez surge más el efecto contrario, distribuyéndose un turismo a lo largo de todo el año, aunque se centre principalmente en fines de semana, puentes y festivos; además de verano y Semana Santa.

Encontramos también la falta de promoción tanto a nivel nacional como internacional del turismo rural, al contrario de lo que pasa con el turismo de sol y playa. Este proyecto contribuye a la promoción de un turismo sostenible, y necesario para el territorio.

La falta de profesionalidad de los empleados en el sector, junto con la falta de conocimiento de idiomas y de las nuevas tecnologías es otro de los problemas, debido tal vez a la falta de población en el territorio, y a la población cada vez más envejecida. Los jóvenes cualificados se trasladan a otros lugares buscando un mejor nivel de vida y mejores condiciones laborales.

Los propietarios de los alojamientos suelen tener otra actividad principal como forma de ganarse de la vida, dejando el alquiler turístico de alojamiento como algo complementario, despreocupándose en ocasiones de la excelencia del servicio, la promoción del negocio o de la fidelización de los clientes.

Hoy en día, es fundamental el uso de las nuevas tecnologías, asignatura pendiente de la mayoría de los propietarios, tanto para la adecuada gestión de los establecimientos como para la promoción de éstos y de su entorno.

CAPÍTULO II

Ámbito de Actuación

2.1. Marco Geográfico

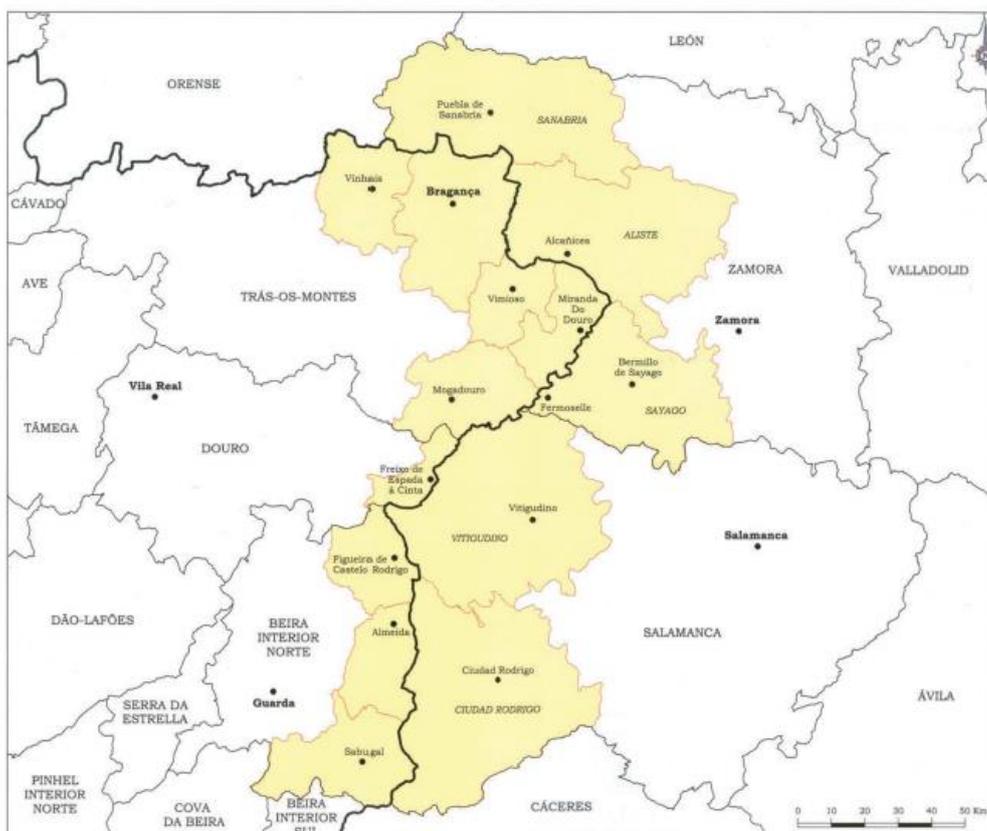
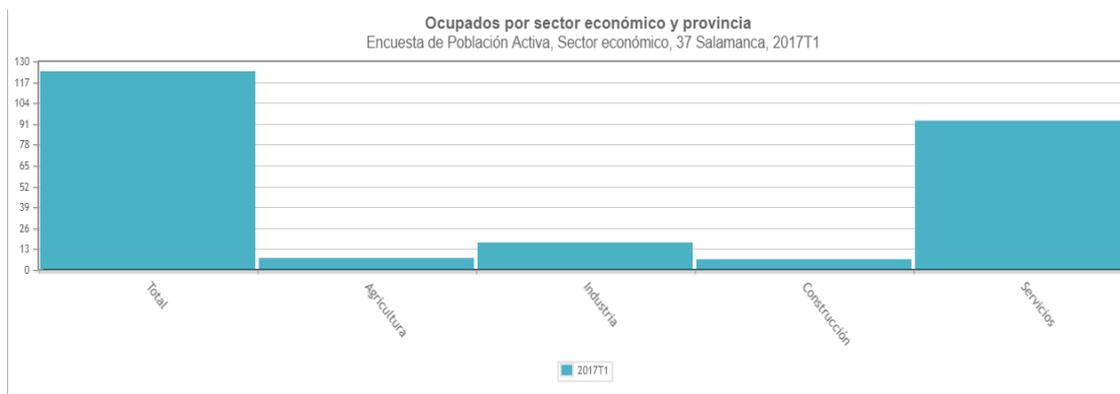


Figura. 2.1. Fuente: OAEDR. Directorio transfronterizo para la cohesión social, Económica y Territorial. 2005. P. 22. Diputación de Salamanca. Turismo de Frontera I. Mapa Territorial.

El ámbito de actuación es aquel territorio a aproximadamente 50 km (ampliable) de la frontera hispano-lusa Comprende por un lado; parte salmantina y parte zamorana, y por otro lado; parte portuguesa.

La provincia de Salamanca, con 12.350 km², tenía 333.603 habitantes en 2017, y su densidad media es de 28,6 hab. /km², para 362 municipios, y una población de su capital de 144.436 habitantes. Aproximadamente 87.000 personas de los habitantes de esta provincia tiene más de 65 años. Sólo dispone de un municipio de más de 50.000 habitantes, la capital, que concentra aproximadamente el 43% de la población total. Sólo 8 municipios superan los 5.000 habitantes. La tasa de crecimiento anual acumulado 2011-2014 es del -0,8%, lo que en términos reales representa un estancamiento. La evolución demográfica, en términos de ganancia-pérdida poblacional, para la provincia salmantina entre 2011 y 2017 ha supuesto una pérdida de 19.383 habitantes. (Fuente: INE)

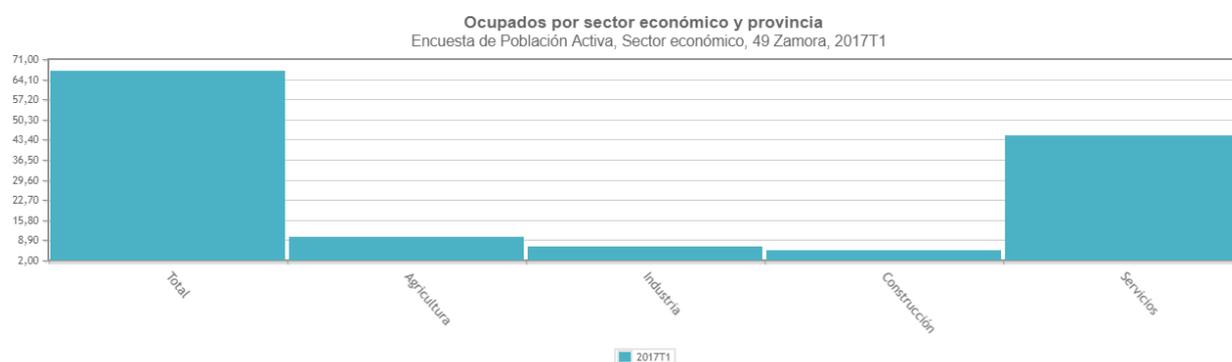


Gráfica 2.1.1. Unidades: Miles de Personas. Fuente: INE. Elaboración propia.

Según el gráfico, la mayor parte de la población activa se dedica al sector servicios destacando sobre el resto, seguido por el sector de la Industria.

El área salmantina del mapa comprende las comarcas de Vitigudino y de Ciudad Rodrigo.

La provincia de Zamora, con 10.561 km², y 177.404 habitantes en 2016, tiene una densidad media de 17,08 hab. /km², 248 municipios y una población de su capital de 63.217 habitantes. 53.124 personas tienen más de 65 años, casi 1/3 del total. La mitad de los 248 municipios que la forman cuenta con menos de 300 habitantes. 17 de los municipios tienen más de 1000 habitantes; sólo Toro, Benavente y la capital zamorana superan los 5000 habitantes. La tasa de crecimiento anual acumulado 2011-2014 es de -0,51%. Entre 2011 y 2017 Zamora ha perdido 14.209 habitantes. En Zamora el éxodo rural adquiere una gran importancia. (Fuente: INE)



Gráfica 2.1.2. Unidades: Miles de Personas. Fuente: INE. Elaboración propia.

Según el gráfico, la mayor parte de la población activa se dedica al sector servicios destacando sobre el resto, seguido por el sector de la agricultura.

El área zamorano comprende las comarcas de Sanabria, La Carballeda, Aliste, Sayago. (Aunque se puede incluir parte de las comarcas de Benavente y los Valles, Tierra de Tábara, Tierra de Alba, y Tierra del Pan)

En Portugal las regiones objeto de estudio cercanas a la Raya son Beira Interior Norte, Alto Douro y Tras-Os-Montes, aproximadamente 30 km (ampliable) de la línea limítrofe entre ambos países con características similares a las provincias españolas. Las cámaras municipales o vilas de referencia incluidas en el mapa anterior se tratan de Vinhais, Braganza, Vimioso, Miranda Do Douro, Mogadouro, Freixo de Espada à Cinta, Figueira do Castelo Rodrigo, Almeida y Sabugal.

En Portugal observamos también un descenso de la población residente en el territorio. En el año 2011 la población total de las localidades anteriores mencionadas era de 95.104. En el año 2016 disminuyó a 78.007 personas. Las de mayor población se corresponden con Sabugal con 11.242 personas y Bragança con 33.766 personas en 2016. En cuanto a las actividades a las cuales se dedican en estas poblaciones resultan ser iguales a provincias de Zamora y Salamanca, por proximidad y similares recursos.

2.2. Oferta y Demanda de Turismo Rural

Recordamos que el turismo rural crece de año en año, siendo un tipo de turismo que se demanda cada vez más. Una forma de medida del volumen de este turismo rural se realiza en base a las mediciones tomadas desde los alojamientos rurales. A continuación mostramos los datos recogidos por el INE en España a nivel nacional en este mes de marzo de 2018:

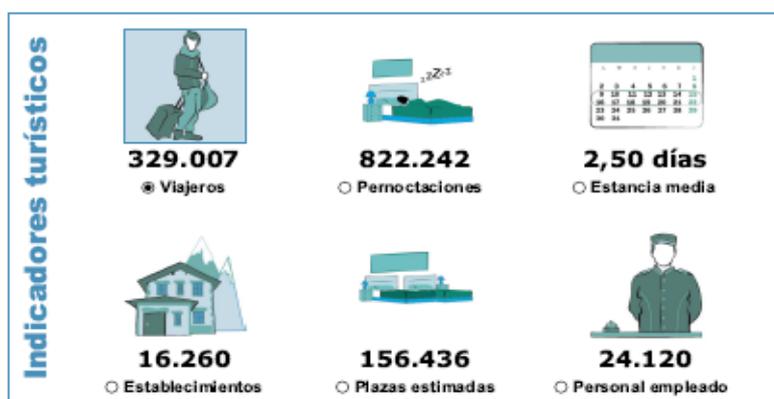


Tabla 2.1.3. Fuente: INE. Datos a nivel Nacional de España de Turismo Rural

Se contabilizan unos 329.007 viajeros en total, que realizan 822.242 pernoctaciones en alojamientos de turismo rural, con una media de estancia en cada alojamiento de 2,5 días. Disponemos en España de un total de 16.260 alojamientos rurales con unas 156.436 plazas en total, y donde trabajan 24.120 profesionales en el sector turístico.



Tabla 2.1.4. Fuente: INE. Datos de Castilla y León de Turismo Rural

Castilla y León lidera el número de viajeros registrados en marzo de 2018 con 67.693 viajeros, seguida de Cataluña con 44.561 viajeros y de Andalucía con 26.533 viajeros. El número de pernoctaciones es de 154.536, con una estancia de 2,28 días, algo menor que la media nacional (2,5 días) y mucho menos que la media de Canarias (5,12 días). El número de establecimientos en Castilla y León es de 3.439 con 30.572 plazas donde se emplean 4.795 personas, liderando la comunidad también estos tres últimos registros a nivel nacional.

En marzo de 2018 se contabilizaron 242 establecimientos rurales en la provincia de Zamora y 541 en la provincia de Salamanca. Esto se traduce en un total de plazas de 2.460 en Zamora y 4.321 en Salamanca. Datos según el SIE de la Junta de Castilla y León. **Ver anexo 1.**

En cuanto a Portugal, a través del INE, podemos encontrar los datos más recientes de 2016. El número de pernoctaciones en establecimientos de turismo en espacio rural a nivel nacional es 1.453.000, muy superior a las pernoctaciones en España. En la tabla se distingue las pernoctaciones realizadas en casas íntegras de alojamiento y las realizadas en alojamiento compartido.

Localização geográfica (NUTS-2013)	Dormidas(Nº) nos estabelecimentos de turismo no espaço rural por Localização geográfica(NUTS-2013) e Modalidade de hospedagem(turismo no espaço rural);Anual(2)		
	Período de referencia dos dados(1)		
	2016		
	Modalidade de hospedagem(turismo no espaço rural)		
	Total	Turismo no espaço rural	Turismo de habitação
	N.º(milhares)	N.º(milhares)	N.º(milhares)
Portugal	1.453	1.268	185
Continente	1.283	1.115	168
Região Autónoma dos Açores	74	66	8
Região Autónoma de Madeira	96	87	8
Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de turismo no espaço rural por Localização geográfica(NUTS -2013) e Modalidade de hospedagem(turismo no espaço rural); Anual – INE,			

Tabla 2.1.7. Fuente: INE Portugal. Pernoctaciones.

En cuanto a huéspedes o viajeros, un total 669.000 viajeros se alojaron en los establecimientos de turismo rural del país portugués en el año 2016.

Localização geográfica (NUTS -2013)	Hóspedes(N.º) nos estabelecimentos de turismo no espaço rural por Localização geográfica (NUTS – 2013) e Modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual (2)		
	Período de referencia dos dados (1)		
	2016		
	Modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural)		
	Total	Turismo no espaço rural	Turismo de habitação
	N.º(milhares)	N.º (milhares)	N.º(milhares)
Portugal	669	573	96
Continente	627	537	90
Região Autónoma dos Açores	19	17	3
Região Autónoma de Madeira	22	20	3
Hóspedes (N.º) nos estabelecimentos de turismo por Localização geográfica (NUTS – 2013) e Modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual – INE,			

Tabla 2.1.8. Fuente: INE Portugal. Huéspedes.

En el año 2016, en el mes de diciembre, se estimó que la estancia media a nivel nacional en los alojamientos de turismo rural de Portugal es de 2,17 días. En cuanto a la capacidad de los alojamientos a nivel nacional en los establecimientos de turismo rural es de 22.531 plazas en total.

Consultado informe del INE portugués²¹.

2.3. Competencia

Nuestro territorio delimitado compite con otras zonas de la Raya, con sus similitudes y diferencias.

Galicia y Norte de Portugal: El territorio de Galicia ofrece una serie de ofertas muy atractivas, y no sólo de turismo rural donde destaca en mayor medida Castilla y León, sino en cuanto a plazas ofertadas y número de establecimientos.

Los Xacobeos: El principal motivo de los visitantes es el religioso, realizan los desplazamientos en los años Xacobeos, marca de eco internacional promocionada por la Xunta de Galicia. El motivo religioso también mueve a los peregrinos que habitualmente se acercan a Santiago de Compostela después de recorrer durante días, cualquiera de los Caminos de Santiago que existen en nuestra geografía de la Península Ibérica.

Turismo Urbano: El motivo de este turismo es el cultural, recorrer toda la riqueza patrimonial, material o inmaterial, que contienen las distintas ciudades gallegas, como Lugo, con su muralla de origen romano declarado Patrimonio Mundial de la Unesco en el año 2000.

Turismo Termal y de Salud: El motivo de este turismo es el descanso, relax, tratamiento de enfermedades a través del uso de las aguas termales mineromedicinales. En los últimos años, no sólo personas de edad avanzada hacen uso de los balnearios, sino que también personas entre 40-50 años, de poder adquisitivo medio-alto para buscar relax y/o realizar tratamientos de belleza, anti-estrés o adelgazamiento. La zona de mayor concentración de aguas minero-medicinales de la frontera en Galicia es la "frontera entre Chaves y Verín

²¹ INE Portugal. Estatísticas do Turismo 2016. Pág. 50-97-99-123. Recuperado de: [file:///C:/Users/PC/Downloads/ET_2016a%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/ET_2016a%20(2).pdf). Último acceso: 5/06/2018.

y la mayor parte de balnearios de toda Galicia se sitúa en las provincias de Ourense y Pontevedra.

Turismo de sol y playa: La visita a las Rías Baixas, en busca del deseado sol, destino muy popular para el veraneo y el ocio.

Oferta gastronómica: El marisco, alimento estrella de la gastronomía gallega y que supone reclamo para todos los turistas que visitan Galicia.

Extremadura y Centro de Portugal: En Extremadura se ofrece turismo cultural y turismo de naturaleza, una oferta muy similar a la que se puede ofrecer en Castilla y León. En este caso, es posible que este territorio sea la competencia más próxima a nuestro territorio destino.

A continuación la tabla indica el número de BIC que posee este territorio recogidos en el estudio de Turismo de Frontera, parte I, realizado por el autor Antonio-José Campesino Fernández.

Figura	Número
Colección bienes inmuebles	1
Conjuntos históricos	32
Lugar de interés etnológico	3
Monumentos	193
Paraje pintoresco	1
Parque arqueológico	1
Sitio histórico	6
Zona arqueológico	15

Tabla 2.3.1. Fuente: Dirección General de Patrimonio Cultural

A continuación mostramos una tabla con las áreas protegidas naturales por superficie también recogidos en el estudio de Turismo de Frontera, parte I, realizado por el autor Antonio-José Campesino Fernández.

	Hectáreas	% de Extremadura
Extremadura	4.168.021,60	100,0%
Zepas (Zonas de Especial Protección de Aves)	1.089.232,60	26,1%
LIC(Lugares de importancia Comunitaria)	828.949,17	19,9%
ENP(Espacios naturales protegidos)	314.110,89	7,5%
Red Natura 2000 (ZEOA + LIC)	1.257.787,05	30,2%
Áreas Protegidas (Zepa + LIC + ENP)	1.276.288,09	30,6%

Tabla 2.3.2. Fuente: Dirección General del Medio Natural. Gobierno de Extremadura

A continuación mostramos una tabla con las especies de aves más representativas en Extremadura con respecto a otras CCAA recogidos en el estudio de Turismo de Frontera, parte I, realizado por el autor Antonio-José Campesino Fernández.

Especie	Nº Parejas 2009	Representación en España	Posición de Extremadura
Águila Imperial Ibérica	43	18% de la población ibérica	Tercera
Águila Perdicera	82	12% de la población nacional	Tercera
Águila real	112	7% de la población nacional	Quinta
Alimoche	157	12% de la población nacional	Tercera
Buitre negro	858	60% de la población ibérica	Primera
Cigüeña negra	161	50% de la población nacional	Primera

Tabla 2.3.3. Fuente: informe Ambiental de Extremadura 2010. Junta de Extremadura

En resumen, la oferta se encuentra muy relacionada con actividades que giran en torno a la naturaleza: observatorios de aves, centros de interpretación de la naturaleza, senderismo, caza y pesca, rutas BTT, etc. Además, de visitas a monumentos o construcciones arquitectónicas como castillos, catedrales, iglesias, puentes, etc.

Bajo Alentejo, Algarve y provincia de Huelva:

Turismo Litoral: El turismo centrado en el área costera, que busca el sol y el agua de mar, con gran oferta lúdica tanto de alojamientos como de actividades de entretenimiento.

Turismo de Interior: El turismo relacionado con la naturaleza y cultural, con oferta de Turismo Rural, alojamientos rurales y actividades culturales y relacionadas con el entorno natural.

2.4. Recursos Turísticos del Territorio

En el territorio designado de estudio podemos encontrar numerosos recursos turísticos, desde las propias empresas dedicadas a este sector hasta los recursos propios del territorio que se han ido construyendo a lo largo de los años de generación en generación como el patrimonio inmaterial, o el patrimonio material hecho por la mano del hombre o por la naturaleza, el patrimonio natural.

A continuación vamos a mencionar los recursos más significativos que se pueden aprovechar en este territorio que se quiere poner en valor para el uso y disfrute del visitante, todos ellos los podemos encontrar de manera muy detallada en la página de turismo de la Junta de Castilla y León en la parte española, y en las páginas web de cada cámara municipal en la parte portuguesa. Páginas web muy útiles para la realización de un inventariado completo, la primera actividad del plan de acción para la promoción del territorio señalado en el Capítulo III.

2.4.1. Recursos Naturales

El territorio destaca principalmente por su riqueza natural. Los turistas pueden perderse por los bellos parajes y fantásticos paisajes del medio. A continuación citamos los recursos naturales más relevantes:

- Reserva de la Biosfera Transfronteriza: Se trata de la mayor reserva de Europa. Contiene cuatro parques naturales:
 - Parque Natural de Montesinho
 - Parque Natural da Sanabria
 - Parque Natural do Douro Internacional
 - Parque Natural de los Arribes del Duero

- Otros Espacios de la Red Natura 2000: Sierra de la Culebra, Lagunas de Villafafila, Cañones del Duero, El Rebollar Paisagem Protegida da Albufeira do Azibo, Rio Maças/Manzanas e/y Afluentes, entre otros.

Estos paisajes tan llamativos se observan desde miradores de reciente construcción y rehabilitación para la visita de los turistas. Además de abrir centros de interpretación para la educación ambiental del turista, de toda la fauna y flora, consiguiendo entender lo importante que es su conservación y trabajar para la sostenibilidad del medio.

2.4.2. Zonas Vitivinícolas

En España, podemos encontrar distintas zonas en el territorio de tradición vitivinícolas, algunas de ellas con denominación de origen. Aquí podemos atraer clientes apasionados por el vino, creando un producto enoturístico que complementa al resto de recursos del territorio.

D.O. Toro: Los vinos de Toro son anteriores a los asentamientos romanos. La denominación de origen se constituyó en 1987, y en la actualidad se espera la certificación de la Ruta del Vino de Toro por parte de ACEVIN.

D.O. Tierra del Vino de Zamora: Al sureste de la provincia de Zamora a ambos márgenes del río Duero. Se constituyó en el año 2007.

D.O. Arribes: Parte española del río Duero en las provincias de Zamora y Salamanca. También se constituyó en el año 2007.

D.O.P. Valles de Benavente: Denominación de origen protegida designada oficialmente en el año 2005. Es decir, adquiere el derecho a la mención de un vino de calidad, en los alrededores de la localidad de Benavente, Zamora.

D.O.C. Tras-Os-Montes: Vinho Regional Transmontano. Denominación de Origen de Tras-Os –Montes del año 2006, con vinos tintos, blancos, rosados y espumosos.

D.O.C. Beira Interior: Vinho Regional Terras da Beira. Creada en 2005.

D.O.C. Douro/Porto: Vinho Regional Duriense, declarada en 2001. Alrededor del Duero en Trans-Os –Montes y se extiende hasta el Alto Duero.

2.4.3. Bien de Interés Cultural (BIC)

En España nos encontramos con una catalogación de bienes considerados de interés cultural. En este listado podemos encontrar castillos (Ejemplo: Castillo de los Condes de Benavente de Puebla de Sanabria o el Castillo de Fermoselle), Castros (Ejemplo: El castro el Fresno de la Carballeda), yacimientos arqueológicos (Ruinas Arqueológicas de Irueña), la Catedral de Santa María de Ciudad Rodrigo, El Lago de Sanabria y sus alrededores, etc.

Comprobamos que se mezcla tanto el patrimonio arquitectónico de diversos tipos, como patrimonio natural, etc.

2.4.4. Patrimonio Mundial de la UNESCO

- Siega Verde y Valle del Côa: declarado en 2010. Un yacimiento que muestra el arte rupestre del paleolítico. Bien compartido por ambos países, Portugal y España.
- Región Vitivinícola del Alto Duero: patrimonio de la humanidad en 2001, por la categoría de paisaje cultural.

2.4.5. Patrimonio Material Arquitectónico

En este caso, se destaca la arquitectura tradicional de molinos, puentes, castros, etc... además de la arquitectura religiosa, catedrales, numerosos castillos y fortificaciones a ambos lados de la frontera, monasterios e iglesias y diversos yacimientos arqueológicos.

2.4.6. Rutas

En cuanto a rutas, podemos encontrar rutas tradicionales en todas las poblaciones, de origen local por las cuales se unen pueblos, se visitan molinos y pontones o incluso podemos encontrar fantásticas cascadas que alcanzan su máximo esplendor en la primavera, entre otros motivos.

Oficialmente disponemos de las rutas GR para realizar rutas de senderismo, a pie, o bicicleta. En este territorio podemos encontrar la GR 14 Senda del Duero, GR10 De Valencia a Lisboa que en Portugal se corresponde con la GR12 Rota da Idanha, GR100 Vía de la Plata por donde discurre el Camino de Santiago Vía de la Plata, GR84 Montaña de Sanabria, GR80 Ruta de las ciudades amuralladas y GR117 Vía Augusta o Vía Romana

XVII.

También disponemos de las Rutas BTT adaptadas y creadas para los amantes de la bicicleta. Existen más de 60 rutas en el territorio que hemos delimitado. Algunas conocidas como la Ruta BTT de La Raya o Ruta BTT Gran Ruta BTT.

2.4.7. Patrimonio Inmaterial

Festividades: En estos pueblos del territorio existe un patrimonio inmaterial inmenso y muy rico. Es lo que hace especial a la mayoría de estos pueblos, la tradición, que pasa de generación en generación y que queremos evitar que se pierda debido a la despoblación.

Fiestas patronales y populares como romerías, las mascaradas de invierno, la matanza, el mayo, el Magosto, etc.

Folclore: Aquel que recoge los bailes y los instrumentos musicales, junto a los trajes regionales. En Portugal podemos hablar de los pauliterios, un grupo tradicional de baile; o de la jota zamorana; o de las charradas, los bailes típicos de Salamanca.

Además podemos incluir las leyendas que se transmiten de padres a hijos, que dan lugar a sitios mágicos, festividades, tradiciones o la creación por ejemplo, de rutas tradicionales.

Las Lenguas: Nos encontramos en un territorio donde se puede llegar a hablar indistintamente español o portugués. Luego aparecen numerosos dialectos que derivan de la mezcla del habla de las distintas regiones: el mirandés (Miranda de Douro) una variedad del idioma asturleonés; el sanabrés (Alta Sanabria) otro dialecto que pertenece al grupo asturleonés; la palra o el rebollano, (la comarca El Rebollar de Salamanca), también derivado del asturleonés.

2.4.8. Empresas Turísticas

En empresas del sector turístico podemos encontrar por un lado Alojamientos de distintos tipos: casas rurales, posadas, hoteles rurales, apartamentos turísticos, campings, etc. Además de balnearios: Balneario de Retortillo, Balneario de Almeida, Balneario de Ledesma.

En cuanto a restauración: restaurantes, además de bares o cafeterías; para aprovechar el turismo gastronómico que se genere y que los turistas puedan disfrutar de las recetas típicas de la zona como son el bacalao o el caldo verde.

Existen oficinas de turismo local en distintos pueblos: Puebla de Sanabria, Miranda do Douro, Fermoselle, Vitigudino, Braganza, etc. Ayudan a los turistas in situ a encontrar todo lo que necesiten en su ruta por el territorio, completando la información que puedan encontrar en la futura página web o en otros focos de información.

La existencia por otro lado de los museos (micológicos, culturales, de arquitectura tradicional, arqueología, etc.), centros de interpretación de la naturaleza (el Lobo, Lago de Sanabria, etc...) ayudan a atraer mayor número de turistas pudiendo analizar más profundamente las particularidades de la zona.

Numerosas empresas de turismo activo trabajan en el territorio ofreciendo a los turistas desde descensos en kayak a lo largo del río Duero a rutas en raquetas por las montañas nevadas de la comarca de Sanabria.

CAPÍTULO III

Promoción

3.1. Promoción del Territorio

Se persigue un objetivo ambicioso y de largo recorrido: posicionar la frontera hispano-lusa como destino turístico de excelencia a nivel regional, nacional e internacional. Mejorar su competitividad en el mercado y ser uno de los destinos preferentes en turismo rural de interior.

Al plantear un proyecto de promoción turística se debe partir de la cooperación donde los ayuntamientos y demás instituciones públicas soliciten participar en el mismo por voluntad propia, con el fin del bien común y el interés de sus ciudadanos.

La riqueza patrimonial, tanto cultural como natural, que tienen estos pueblos es considerable, si bien, su carácter fronterizo supone un importante valor añadido. Pero la competitividad del mercado turístico en sus distintos niveles es también un hecho a tener en cuenta. Las posibilidades de cada uno de estos municipios o de sus empresas turísticas locales de enfrentarse de forma aislada a este mercado resultan muy escasas.

Se busca reunir a municipios de la zona con la finalidad de hacerlos más visibles y competitivos turísticamente, favoreciendo el desarrollo de la capacidad de gestión suficiente y de calidad para promocionar el territorio de acción. Se trata de mostrar el gran valor junto con su diversidad cultural y natural del territorio, potenciando su interés en el visitante para convertirlo en un fuerte atractivo turístico. El viajero se debe sentir cautivado por estos pueblos y, además, que pueda cubrir sus necesidades y expectativas cuando se decida a acercarse a la zona para disfrutar del maravilloso entorno.

En definitiva, la promoción del territorio se debe sustentar en el principio de unión, pues es necesaria la actuación conjunta de los municipios rurales del territorio en cuestión.

3.2. Principio de Diferenciación

Se debe potenciar turísticamente el carácter transfronterizo de estos municipios, transformando esta característica especial en ventaja competitiva en comparación con otros destinos de interior de la Península Ibérica. Por ello, la cooperación entre los dos países vecinos, España y Portugal, se ha marcado como uno de los ejes estratégicos de diferenciación del turismo de frontera.

Por un lado, se quiere ofrecer al turista la posibilidad de hacer un viaje extraordinario, de conocer un territorio que abarca dos países fronterizos, dos países con lenguas y estilo de vida diferente, pero con culturas muy similares o casi iguales que enriquecerán la experiencia y los conocimientos de nuestros visitantes.

Las acciones turísticas que se realicen en una localidad perteneciente al territorio deben tener eco a ambos lados de la frontera, multiplicando su capacidad de promoción. Así se busca la internacionalización como mercado objetivo al tiempo que crea sinergias entre ambos países y se multiplica la capacidad de acción en el terreno.

Otro de los elementos diferenciadores es la apuesta por la singularidad local a través de la difusión de su patrimonio cultural, muy especialmente el de carácter inmaterial. Las tradiciones culturales, los elementos etnográficos, las pequeñas historias o leyendas locales, etc., es lo que dotan al territorio de personalidad propia, creando un destino más auténtico y entrañable para el turista; lo que nos da una razón más para visitar este entorno. Esto hace que este destino se ajuste a las nuevas tendencias del mercado, al turismo experiencial o de vivencias, donde el visitante busca experiencias auténticas, y singulares. Sentirse protagonista de la historia, además de cómodo y relajado.

Se debe prestar especial atención a la difusión adecuada y constante del patrimonio cultural para lo que se requiere contar con la implicación de los agentes locales, sean personas concretas, asociaciones o empresas de desarrollo local como portadores del conocimiento de su alrededor y como actores principales de desarrollo de su propio territorio.

Es fundamental que todo se desarrolle bajo los criterios transversales de sostenibilidad, de protección y conservación tanto de los recursos naturales, como de los patrimoniales: sensibilizando a los usuarios sobre la mejora y el mantenimiento del medio ambiente, propiciando el desarrollo económico local capaz de combatir la despoblación que existe en el entorno rural, que fomente el consumo de los productos locales de calidad, la empleabilidad entre la población rural de todas las edades y sexos, etc.

3.3. Misión, Visión y Valores

Misión: Contribuir con el desarrollo económico de la zona territorial y crear mayor empleabilidad a través del sector turístico, uno de los motores principales de la zona.

Visión: Ser un modelo de promoción del turismo rural de interior fundiendo intereses comunes de dos países distintos.

Valores:

- Al servicio del territorio, promoción y desarrollo económico de la región.
- Turismo experiencial.
- Protección y conservación del medio natural.
- Guardianes del patrimonio material e inmaterial.
- Cooperación transfronteriza.

3.4. Promotor

La Unión Europea ha creado la figura jurídica de Agrupación Europea de Cooperación Territorial (AECT) para solucionar las dificultades que tienen las distintas entidades públicas y privadas del entorno regional y local para llevar a cabo los programas de cooperación y desarrollo económico de la zona transfronteriza mediante la firma de convenios entre las distintas entidades implicadas e interesadas en el programa específico.

En definitiva, la cohesión económica, social y territorial del demarcación geográfica de las agrupaciones.

Se encuentran reguladas por el Reglamento (CE) nº 1082/2006, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de julio, modificado por el Reglamento (UE) nº 1302/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre, para una mayor claridad mejor funcionamiento.

Los miembros que las conforman pueden ser autoridades regionales y locales, organismos de Derecho Público, y los Estados miembros implicados, al menos dos, incluso aunque no sean fronterizos entre ellos mismos.

Al menos debe disponer de dos órganos de gobierno, por un lado una asamblea formada por representantes de sus miembros y, por otro, un director general que actúe y represente a toda la agrupación. Esto anterior y la regulación de la AECT se recogen en los estatutos para su organización y funcionamiento, en un convenio propio de cooperación territorial.

La AECT dispone de medios económicos y establece un presupuesto anual. Además de que debe de disponer de personal laboral para el desempeño de las labores de la propia AECT y los distintos proyectos en los que se sumerge. Actúa con total libertad para celebrar convenios con distintos organismos públicos o privados para la elaboración de acciones o actividades planificadas para el desarrollo de la región en cuestión que delimita la propia agrupación.

En la actualidad en España existen constituidas varias Agrupaciones Europeas de Cooperación Territorial. En el siguiente enlace podemos encontrar las que existen en la actualidad en la Península Ibérica:

http://www.seat.mpr.gob.es/portal/areas/politica_autonomica/participacion-ccaa-eu/Menu_Coop_TransfrCooperacion/AECT.html

3.5. Análisis DAFO

A continuación mostramos un análisis DAFO del territorio que hemos delimitado.

Fortalezas

- Territorio amplio y extenso.
- Acogida positiva por todos los agentes implicados.
- Zona fronteriza de riqueza cultural e interés turístico.
- Patrimonio natural reconocido: Reserva de la Biosfera, Parque Natural,...
- Productos turísticos de fuerte demanda: paseos en barco, senderismo, etc.
- Engloba regiones populares y de atractivo turístico: Arribes del Duero, Sanabria, Tras-os-montes...
- Poblaciones de reconocido prestigio y turísticas: Braganza, Fermoselle, Puebla de Sanabria, Miranda du Douro, etc.
- Crecimiento del número de visitantes a zonas de Turismo Rural de Interior.
- Integración de servicios en una misma plataforma web: información turística, participación de la ciudadanía, agrupación de empresas turísticas...
- Reducida competencia directa, con la cual se pueden crear sinergias.
- Especialización y diferenciación: turismo de frontera y turismo rural.
- Carácter del promotor inicial: cercano y familiar, además de profesional.

Debilidades

- Proyecto de gran extensión: complejidad para el diseño del plan.
- Dificultad para fusionar criterios y, fundamentalmente, crear identidad.
- Complejidad para su gestión.
- Dificultad para posicionar el portal web en el mercado.
- Servicios y productos turísticos de escasa experiencia.
- Dificultad para encontrar personal cualificado.
- Infraestructuras escasas y de baja calidad: red de comunicaciones terrestres, transporte público, internet, telefonía, red sanitaria, etc.

Oportunidades

- Liderazgo de Castilla y León como destino turístico de interior.
- Reducción de la estacionalidad. Oferta durante todo el año.
- Tendencia al turismo experiencial, nuevos modelos de turismo: ecoturismo, enoturismo, turismo gastronómico, turismo de salud, turismo astronómico, turismo solitario, etc.
- Marketing Online: económico y con gran alcance.
- El uso de redes sociales: enorme difusión
- Incremento de la demanda de experiencias ecológicas, naturales y sostenibles. Interés especial por el medio ambiente.

Amenazas

- Competencia de otros portales web del mismo territorio, pertenecientes tanto a organismos públicos como privados.
- Competencia de otros destinos de interior con recursos naturales y culturales de interés para los turistas, incluso transfronterizos.
- Riesgo de pérdida de las tradiciones, los testimonios, y la autenticidad de los municipios del territorio debido a la despoblación de las zonas rurales.
- Desavenencias entre los organismos públicos y privados que participan en el entorno.

3.6. Política de Marketing

3.6.1. Producto

Es importante la creación de una marca turística bajo la que quede representada el territorio íntegro. Como elemento identificativo y término de unión para la difusión y promoción del patrimonio y de todos los integrantes turísticos.

Todos aquellos establecimientos de carácter privado quedarían amparados bajo esta marca, haciéndola visible de forma física en sus establecimientos. Esto es positivo para la difusión de su producto, añadiendo calidad y una imagen mejorada de mayor confianza. Es fundamental, para la colaboración y cooperación conjunta, creando para el turista distintos tipos de paquetes experienciales de garantía para su estancia y entretenimiento por la zona.

El soporte de mayor notoriedad que puede usarse para la divulgación de la marca puede ser un portal on-line turístico, distinguido por su funcionalidad, atractivo y encontrar el mejor posicionamiento SEO, además de SEM . El territorio se promociona como un todo, sin hacer distinciones entre unas zonas u otras. Lo ideal es realizar un compendio entre las zonas más destacadas turísticamente o más populares y las zonas con menos recursos turísticos, tratando de repartir la riqueza de la forma más justa.

3.6.2. Precio

Se trata de una entidad pública sin ánimo de lucro. Para poder participar los distintos agentes territoriales en el proyecto sólo deben realizarse una comunicación de voluntades que querer colaborar juntos. Podemos encontrar varias entidades promotoras: AECT en colaboración con diputaciones, ayuntamientos, universidades, etc.

3.6.3. Distribución

El canal principal sobre el que se puede desarrollar la promoción turística del destino es Internet. Una plataforma on-line donde aparecerá toda la información detallada para transmitir todo lo necesario para una promoción y desarrollo económico de todos los agentes implicados en el proyecto, sean turísticos o no.

3.6.4. Comunicación

Para la comunicación del nuevo portal web, así como para las diferentes acciones de promoción se utilizarán diferentes medios.

Desde comunicados de prensa, redes sociales continuamente activas como Facebook, Twitter, Instagram y Youtube, así como para el terreno profesional (empresas), LinkedIn; además de cartelería con la marca turística en los distintos municipios: cartelón, placas identificativas, *roll up* en las sedes de los distintos entes que pertenezcan a la agrupación (ayuntamientos, universidades, asociaciones, etc), *flyers*, etc.

El asistir a ferias u organizarlas por iniciativa propia, así como; congresos, convenciones, jornadas didácticas, etc. en relación con el sector turístico que puedan influir en la difusión de la marca que se haya creado. Esto ayudará a la sostenibilidad y crecimiento de las empresas en beneficio de todos.

A continuación, concretamos un plan de acción a seguir para la promoción adecuada de la zona.

3.7. Plan de Acción

Primera actividad: Proceso de Investigación

Para un desarrollo ordenado y efectivo, tenemos la necesidad de realizar durante una primera fase un inventario completo y pormenorizado de todos los recursos del territorio con sus detalles y características, conformando una base de datos completa. Esta elaboración de inventario de recursos supone un mayor conocimiento de la zona de desarrollo, proporcionando información valiosa, en muchos casos desconocida.

Al finalizar el inventario se elabora un informe con datos claros y específicos, destacando un análisis donde se pueda extraer conclusiones para un uso posterior.

El inventariado se documenta y se realiza clasificaciones específicas, ofreciendo una variedad de listados. Por un lado, los recursos propios del territorio como el patrimonio natural, el patrimonio material; además del patrimonio inmaterial. Por otro lado, el listado de empresas distinguiendo empresas de alojamientos, de restauración, centros de interpretación o museos, empresas de turismo activo y/o actividades para los turistas como pueden ser los paseos en barco, caballo, etc. que desarrollan su actividad en el territorio, los primeros interesados.

Segunda actividad: Estrategia de marketing y comunicación

Desde un primer momento se elabora una estrategia de marketing y comunicación que se desarrolle a lo largo de todo el proceso. Poco a poco se van incorporando los distintos agentes implicados, cada uno destinado a una función en concreto, es decir, municipios, empresas privadas o instituciones públicas. Se les informa de cada paso que se toma, y se les invita a participar en las labores de marketing.

Es primordial la participación de los turistas o población local, contando con diversos canales en los que poder compartir sus conocimientos o experiencias con respecto a la localidad y sobre los productos o servicios turísticos existentes en la misma, haciéndoles partícipes en el proceso.

También se incorpora la promoción turística de los municipios a través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest.

Además de actividades de difusión turística a través de revistas temáticas, agentes de viajes, oficinas de información turística, operadores turísticos de ámbito nacional o internacional, etc.

Creación o apoyo en las ya existentes de paquetes turísticos, rutas temáticas, etc. De estilo comercial que ayuden a vender turísticamente el territorio.

Tercera actividad: Formación de una red turística de empresas

Este paso se basa en la creación de una Red fuerte de empresas turísticas del territorio que se adhieran al proyecto. Éstos participarán en las distintas actividades que se realicen para la dinamización del territorio. Pueden ser actividades como por ejemplo, reuniones para llegar a acuerdos relevantes en relación a la actividad empresarial a seguir, o acuerdos comerciales de venta de los productos, o realización de eventos conjuntos en los cuáles se necesite la colaboración de varios: la creación una carrera popular o una feria de turismo rural de interior.

Una red para la puesta en común de temas relevantes, que preocupen a los distintos miembros y que sirvan para encontrar soluciones válidas.

Esta red se debe mover bajo los valores de armonía, colaboración, compromiso y profesionalidad.

La red es de libre registro, donde el trueque es el funcionamiento habitual entre los

miembros.

Cuarta actividad: Creación y mantenimiento de una plataforma on-line

La creación del portal web es un parte relevante. El vehículo conductor de la información turística para que accedan todas las personas interesadas de cualquier rincón; es decir, de todos aquellos que quieran disfrutar del territorio. La web debe ser apta para todos los públicos, detallada, con información precisa y correcta, moderna y actualizada, sencilla para el navegante. En varios idiomas, según mercados objetivos de interés.

La web puede ser planteada como una oficina virtual de información turístico donde se informe de todos los recursos turísticos que existen en el territorio: naturales, patrimonio, enogastronómico, empresas de alojamiento y restauración, empresas de turismo activo, etc. Puede recoger información sobre los servicios e infraestructuras disponibles, recomendaciones al viajero, etc.

A través textos explicativos, material multimedia, geolocalización, chat, contacta, etc.

La web puede contener secciones que permiten al internauta conocer más a fondo la actividad turística del territorio: agenda de eventos, mapa del territorio, información metereológica, sugerencias sobre rutas y planes para realizar entremezclando ambos lados de la frontera...; o que permiten acceso a diferentes servicios que ofrezca la agrupación: red de empresas o la posibilidad de ofrecer toda la información necesaria para que el turista pueda contactar directamente con las empresas turísticas para realizar reservas o comprar sus productos.

Además de habilitar espacios en la plataforma para la participación de los usuarios donde puedan crearse un perfil para comentar, sugerir e ingresar comentarios o videos sobre la zona.

Quinta actividad: Actividades de Marketing

Todas las acciones destinadas a la promoción son para dar a conocer los atractivos locales y despertar la curiosidad del turista potencial. Al tiempo, debemos ofrecer un servicio turístico de calidad.

Actividades Promocionales
Edición de material promocional en soportes tradicionales o soporte online: carteles indicativos, folletos promocionales, placas con la marca turística.
Visitas técnicas de divulgación del proyecto. Se visitan a agentes y entidades de actividad turística de interés con el fin de dar a conocer personalmente el proyecto.
Sistema de geolocalización de los recursos, servicios e infraestructuras turísticas.
Utilización de códigos QR.
Realización de vídeos promocionales.
Exposiciones temáticas de los recursos turísticos u otros eventos locales.
Asistencia a ferias y certámenes con la doble finalidad de conocer en profundidad el mercado actual y las nuevas tendencias del mismo, así como de difundir el destino.
Charlas y acciones para implicar y dar a conocer el proyecto entre los agentes locales.
Presentaciones oficiales ante los distintos organismos.
Jornadas temáticas y técnicas con los agentes económicos y sociales del territorio.

CAPÍTULO IV

Casos de Éxito

4.1. AECT Duero- Douro

La agrupación Europea de Cooperación Territorial Duero-Douro se constituyó el 14 de marzo de 2009. El objetivo fundamental con el que nace la AECT es la cohesión económica y social de su territorio donde desarrolla programas, proyectos y actuaciones conjuntas de los miembros para lograr un desarrollo sostenible en el tiempo.

El territorio de Duero-Douro está formado por la provincia de Salamanca, la provincia de Zamora, la zona de Tras-Os-Montes, la zona Duero y la zona Beira Interior Norte. Está integrada por aproximadamente 180 entidades públicas, con un territorio de más 9.000 Km².

Dispone de dos sedes principales, una en España, en la localidad de Trabanca en a provincia de Salamanca, y la siguiente sede en Portugal, en la localidad de Bemposta perteneciente al concelho de Mogadouro.

La AECT Duero- Douro, en la actualidad, gestiona y promueve varias actuaciones o proyectos en el territorio que presento a continuación.

Servicios de proximidad a niños y a mayores del medio rural: Este proyecto trata de la impartición de distintos talleres educativos y de entretenimiento entre las poblaciones del territorio Duero-Douro.

Proyectos educativos y de convivencia de edición anual: “Conociéndonos”, unas jornadas escolares de convivencia entre grupos juveniles portugueses y españoles en centros escolares del territorio. **“Artistas del Duero & de la Frontera”**, un concurso de teatro de grupos de jóvenes y grupos de adultos, intercultural.

Eficiencia Energética en el alumbrado público exterior: Renovación del alumbrado público de los municipios de la agrupación utilizando tecnología LED, más eficiente, económica, y por supuesto, más sostenible.

Efi-Duer Energy, primera sociedad cooperativa Europea: Comercializadora de energía eléctrica a través de cooperativa que ofrece a los consumidores electricidad al menor precio. Esto significa ahorro y eficiencia energética.

TerraDuero: Turismo & Patrimonio: El proyecto destinado al desarrollo y mantenimiento sostenible del turismo en la región de la agrupación.

E-Douro_Export: El proyecto tiene como objetivo integrar y optimizar las capacidades productivas de las pequeñas empresas que se sitúan en el territorio de la AECT Duero-Douro.

Ruta Internacional del Vino: El proyecto trata de impulsar la zona como destino enoturístico donde se localizan varias D.O. a un lado y al otro de la frontera. Generar rutas y paquetes turísticos relacionados con el mundo del vino para completar la oferta turística del territorio.

4.1.1. TerraDuero

TerraDuero, el Observatorio Cultural de la Frontera Cultura y Patrimonio; es un proyecto de cooperación para el desarrollo turístico reúne numerosos municipios de la agrupación. El principal objetivo es posicionar la frontera como un destino turístico preferente.

Trabajan por el valor y la diversidad cultural donde el viajero pueda disfrutar de los servicios y de las oportunidades que puede llegar a brindar este extenso y rico territorio.



Figura 4.1. Fuente: AECT Duero-Douro. Marca turística.

El soporte de TerraDuero es una Plataforma Web que funcione como una oficina permanente de turismo. Una plataforma de innovación y mejora de la competitividad, que recoja los atractivos turísticos de los municipios miembros del proyecto y también de información actualizada de los servicios turísticos que éstos ofrecen.

Los contenidos que proporcionará esta web van respaldados por un intenso trabajo de marketing territorial.

4.2. AECT Zasnet

Zasnet fue constituida el 27 de enero de 2010 publicando sus estatutos en el Diario Da República con sede en Braganza (Portugal).

Zasnet quiere promover las relaciones transfronterizas en distintos ámbitos como medio ambiente, cultura, turismo y desarrollo de las empresas entre los distintos miembros que cooperan para la ejecución de los diversos proyectos.

Otro objetivo principal es atajar el problema de despoblación, trata de fijar población a través de generar sinergias que sean atractivas para que se instalen nuevos habitantes en el territorio.

La promoción del territorio en el exterior es importante poniendo en valor los recursos y los puntos fuertes de la zona, por eso también elabora estrategias de ámbito internacional.

Los miembros que componen Zasnet son el ayuntamiento de Zamora, las diputaciones de Zamora y Salamanca, en territorio español. En el lado portugués Associação de Municípios da Terra Fria do Nordeste Transmontano, Associação de Municípios da Terra Quente Transmontana, Câmara Municipal de Bragança.

Zasnet participa en dos proyectos interesantes y representativos de largo recorrido que destacamos:

- **Reserva de la Biosfera Transfronteriza Ibérica:** En el año 2015 se aprobó la candidatura Reserva de la Biosfera presentada por ZASNET al órgano de la UNESCO. Muy positivo para el territorio que adquiere una imagen de calidad y de prestigio.
- **Red Ibérica de Entidades Transfronterizas:** En este proyecto ZASNET participa como miembro junto a otras entidades públicas a lo largo de “La Raya”. Red de cooperación que interviene en la promoción y en la cooperación en los distintos niveles administrativos: local, regional, nacional, y por último; a nivel europeo para contribuir al principal objetivo de mejorar la calidad de vida de los habitantes de la frontera.

4.2.1. Reserva de la Biosfera Transfronteriza Ibérica

La Reserva de la Biosfera Transfronteriza es la mayor reserva de la biosfera de Europa. Está constituida por diversos espacios de la RED NATURA 2000 y por cuatro parques naturales, mencionados en el punto 2.4.1.



Figura 4.1. Fuente: AECT Zasnet. Marca natural

Las acciones fundamentales de la Reserva de la Biosfera se centran en la conservación de la biodiversidad del medio con un uso sostenible, es decir, impulsando el desarrollo económico razonable sin dañar el ecosistema y adaptarse al cambio climático que se produce con el paso de los años. Sirve además de apoyo a proyectos educativos, de formación y de capacitación en temáticas del desarrollo y de mantenimiento del medio ambiente.

Los beneficios de pertenecer a la Reserva de la Biosfera es que sirve telón de fondo con el reconocimiento de la UNESCO como recompensa para reforzar aquellos proyectos que promuevan el desarrollo. Es utilizada como marca de calidad ambiental para promover el turismo de la región respetuoso y sostenible con el medio ambiente, la agricultura moderna además de eficiente, en concordancia con el medio y adquiere un mayor significado en el mercado de comercialización de los productos autóctonos, en especial los agroalimentarios amparados por esta marca de calidad, amigable con el medio, de producción sostenible y natural.

La Reserva de la Biosfera la forman 87 municipios portugueses y españoles tanto de la provincia de Salamanca como de la provincia de Zamora. Dispone de un total de 11.326 km² de extensión territorial.

Al tratarse de una gran extensión requiere de una gestión conjunta del total de los espacios naturales elaborando acciones que se pueden y se deben perpetuar en el tiempo.

CONCLUSIONES

Tras la elaboración de este TFG podemos reseñar varias conclusiones a tener en cuenta.

En primer lugar, mostrar las posibilidades y los recursos que existen en el territorio y que podemos aprovechar. Para el desarrollo local en conjunto, de forma sostenible y evitar la acelerada despoblación. Fomentar la conservación y protección de los recursos patrimoniales y naturales, evitando su pérdida. El sector turístico es un elemento fundamental para la evolución y la activación económica del lugar. Las empresas agroalimentarias deben establecer sinergias con el sector turístico, realizando otro tipo de actividades más enfocadas a los turistas. Estas actividades complementarias supondrían más beneficios para la empresa y una herramienta de marketing de forma adicional. Los turistas no sólo conocerían los productos de la zona, si no que obtendrían conocimientos de la forma de producción despertando un mayor interés, que se traduciría en una experiencia nueva, distinta a su rol habitual.

Las empresas de alojamiento, restauración o de otras actividades turísticas son las primeras interesadas en participar conjuntamente en actividades para la promoción y sostenibilidad del turismo en la zona. Pueden elaborar paquetes completos y atractivos para los turistas para que todos reciban beneficios del turismo. Pueden compartir conocimientos, realizar inversiones e innovar en sus servicios.

La llegada de turistas supone que invertirán en el territorio. El turista es curioso y le encanta recorrer todos los rincones bellos del territorio. Por ello, los promotores deben informar detalladamente a los turistas a través de los distintos medios (internet, cartelería, aparatos multimedia, puestos de información turística, dossiers, etc.) e invertir en infraestructuras que posibiliten y faciliten el acceso a estos. Conservando y cuidando de las distintas instalaciones que se construyan, rehabiliten o ya estén en funcionamiento para la atracción de visitantes. (Museos, centros de interpretación, etc.)

El turismo rural está en auge, que actúa de efecto desestacionalizador del turismo y es conveniente para el desarrollo de la economía de cualquier país, siendo un elemento muy importante del PIB, tanto español como portugués. Debemos seguir mejorando y dar sostenibilidad a este tipo de turismo que aporta no sólo económicamente, si no a la sociedad en general, al poder aprender de la existencia de otros modos de vida que pertenecían a nuestros predecesores que ayudan a entender un poquito más nuestro presente.

CONCLUSIONES

Debemos destacar lo importante que es la colaboración transfronteriza entre estados, en este caso, el español y el portugués, miembros de la Unión Europea, que sigan avanzando y elaborando proyectos conjuntos, sobretodo en la zona de “La Raya”; donde las características del territorio, población y cultura son muy similares. Los proyectos de cualquier materia, pero en especial la turística deben elaborarse en común. Realizar acciones de promoción como ferias, reuniones, lanzamientos de productos, etc. en conjunto. Enfocarse hacia el mercado de ambos países y aprovechar el *know-how* de ambos.

El desarrollo de las nuevas tecnologías es fundamental y debe ir a la par que el desarrollo económico. Mucha de la población local es reacia al aprendizaje y al uso de las nuevas herramientas digitales. Principalmente, los agentes implicados (públicos o privados), deben dedicar tiempo a aprender y utilizarlas, para que puedan competir en el mercado actual. Resultando a largo plazo el uso de éstas más rentable y práctico. Las administraciones públicas son las primeras que deben proponer cursos de formación sobre las nuevas tecnologías y métodos multimedia para la población local.

Los gobiernos deben facilitar las infraestructuras (comunicación, transporte público, internet, sanidad, etc.) necesarias en estos núcleos, destinar más partidas presupuestarias. Complementando con la elaboración de programas en materia de educación, formación, conservación del patrimonio, además de protección y mantenimiento del medio natural.

La colaboración es primordial entre entidades públicas, ayuntamientos, asociaciones, universidades, etc. y empresas privadas para la creación de proyectos conjuntos. Apartando a un lado la competitividad que pueda existir entre unos organismos u otros, así como otros intereses que puedan perjudicar al adecuado desarrollo de los programas o actividades. Para ello, es conveniente una comunicación fluida, de saber escuchar a cada parte; y realizar reuniones periódicas para el consenso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

Barrera, Ernesto (2006). Coordinador de la Unidad de Turismo Rural Facultad de Agronomía – Universidad de Buenos Aires. La formación en turismo rural. La experiencia de la facultad de agronomía de la Universidad de Buenos Aires.

Bringas, N. (2004). Turismo fronterizo: caracterización y posibilidades de desarrollo. Tijuana, México: COLEF-CESTUR.

Campesino Fernández, Antonio-José (2013). Turismo de Frontera I. Red Ibérica de Entidades Transfronterizas.

Campesino Fernández, Antonio-José (2014). Turismo de Frontera II. Oferta y demanda turística en la Raya Ibérica. Red Ibérica de Entidades Transfronterizas. ISBN 8469597663 341 pp.

Campesino Fernández, Antonio-José y Jurado Almonte, José Manuel (2014). Turismo de Frontera III. Productos turísticos de la Raya ibérica. Universidad de Huelva. 361 pp.

Hortelano Minguéz, Luis Alfonso (2015). “Patrimonio Territorial y Turismo en la <<Raya>> de Castilla y León: La atracción de los paisajes y la puesta en valor de los recursos. Universidad de Salamanca. Cuadernos de Turismo, nº 36; pp. 247-268.

García Cuesta, José Luis (1996). Estudios turísticos- Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pequeña y Mediana Empresa, ISSN 0423-5037, Nº. 132, págs. 45-60, El Turismo Rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria.

Gelbman, A., & Timothy, D. J. (2011). Border complexity, tourism and international exclaves A case study. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 110-131.

Grupo Aduar: Florencio Zoido, Sofía de la Vega, Guillermo Morales, Rafael Más y Rubén C.Loís (2000). Diccionario de geografía urbana, urbanismo y ordenación del territorio.

Hansen, N. M. (1981). Border economy. Texas, EE.UU: University of Texas Press.

Konrad, V. (2015). Evolving Canada-United States cross-border mobility in the Cascade Gateway. *Research in Transportation Business & Management*, 16, 121-130.

Martínez, O. (1994). Border People: Life and Society in the US-Mexico Borderland. Tucson: The University of Arizona Press.

Medina García, Eusebio (2006). Orígenes históricos y ambigüedad de la frontera hispano-lusa (La Raya). Revista de Estudios Extremeños; ISSN 0210-2854, Vol. 62, N° 2pp. 713-724.

Moral, S.; Cañero, P.; Jimber, J. y Orgaz, F.: International Journal of Scientific Managment Tourism, (2016). Vol. 2 N°2 pp 249-265: Turismo fronterizo como motor de desarrollo de la frontera. Una revisión de literatura.

Newman, D. y Paasi, A. (1998). Fences and Neighbours in the Postmodern World: Boundary Narratives in Political Geography. Progress in Human Geography, 22.

Perkmann, M., 2003. Cross-border regions in Europe: significance and drivers of regional cross-border co-operation. European Urban and Regional Studies, 10(2).

Valenzuela Arce, J.M. (2003). Por las fronteras del norte. Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos. México: Fondo de Cultura Económico.

Wilson, T. M. y Donnan, H. (1998). Border Identities: Nation and State at International Frontiers. Cambridge: Cambridge University Press.

RECURSOS ELETRÓNICOS

AECT Duero-Douro. Recuperado de: www.duero-douro.com/index.php/es/. Último acceso: 03/06/2018

Agencia EFE, 16 de enero 2018. Portugal se muestra en FITUR como mejor destino turístico del mundo. Recuperado de: <https://www.efe.com/efe/portugal-en-espanol/turismo-centro-portugal/portugal-se-muestra-en-fitur-como-mejor-destino-turistico-del-mundo/50001005-3493573>. Último acceso: 03/06/2018

Club Rural, VIAMAIL SOLUTIONS, S.L. Barómetro del turismo Rural en España. Segundo Semestre de 2017. Recuperado de: <https://www.clubrural.com/barometro-turismo-rural/barometro-turismo-rural-2-semester-2017.pdf>. Último acceso: 08/04/2018

EscapadaRural.com. Observatorio del Turismo Rural. El Turismo en CyL 2017. Recuperado de: <http://www.escapadarural.com/observatorio/wp-content/uploads/2017/03/INFORME-otr-CYL-def.pdf>. Último acceso: 03/06/2018

EUCYL. Información Europea de Castilla y León. AECT. Recuperado de: https://eucyl.jcyl.es/web/jcyl/Eucyl/es/Plantilla66y33/1277999678552/_/_/. Último acceso: 03/06/2018

Europa Press, 31 de enero de 2018. Castilla y León, destino preferido en turismo rural en 2017. Recuperado de: <http://www.europapress.es/castilla-y-leon/noticia-castilla-leon-destino-preferido-turismo-rural-2017-20180131094134.html>. Último acceso: 03/06/2018

Hosteltur, 14 de diciembre de 2017. Portugal, premiado como Mejor Destino del Mundo en los World Travel Awards. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/125596_portugal-premiado-como-mejor-destino-mundo-world-travel-awards.html. Último acceso: 03/06/2018

INE, Instituto Nacional de Estadística de España. Turismo rural. Recuperado de: <http://www.ine.es/infografias/turismo/desktop/panel.html?t=3&lang=es>. Último acceso: 03/06/2018

INE, Instituto Nacional de Estadística de Portugal. Turismo. Recuperado de: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_base_datos. Último acceso: 11/06/2018

INE, Instituto Nacional de Estadística de Portugal. Estatísticas do Turismo 2016. Pág. 50-97-99-123. Recuperado de: [file:///C:/Users/PC/Downloads/ET_2016a%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/ET_2016a%20(2).pdf). Último acceso: 5/06/2018.

IPAM Lab. Unidade de Investigaçao em Marketing e Consumo. Projeto: Plano de Marketing da Turismo Centro de Portugal. Recuperado de: <https://turismodocentro.pt/wp-content/uploads/2017/03/Plano-de-Marketing-TCP-Monitorizacao-final.pdf>. Último acceso: 03/06/2018

Ministerio de Fomento. Gobierno de España. Observatorio Transfronterizo España/Portugal. 8º Informe. 2015. Recuperado de: <https://www.fomento.gob.es/MFOM.CP.Web/handlers/pdfhandler.ashx?idpub=BTW032>. Último acceso: 03/06/2018

Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Gobierno de España. Las Agrupaciones Europeas de Cooperación Territorial (AECT). Recuperado de: http://www.seat.mpr.gob.es/dam/es/portal/areas/politica_autonomica/participacion-

ccaaeu/Menu_Coop_TransfrCooperacion/AECT/parrafo/03/text_es_files/2014_04_01_informe_Web_AECT.pdf. Último acceso: 03/06/2018

Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales. Gobierno de España. Las agrupaciones Europeas de Cooperación Territorial (AECT). Recuperado de: http://www.seat.mpr.gob.es/portal/areas/politica_autonomica/participacion-ccaa-eu/Menu_Coop_TransfrCooperacion/AECT.html. Último acceso: 03/06/2018

Portal Oficial de Turismo de la Junta de Castilla y León. Recuperado de: <https://www.turismocastillayleon.com/>. Último acceso: 12/05/2018

Red Ibérica de Entidades Transfronterizas. Recuperado de: <http://www.rietiberica.eu/es/>. Último acceso: 03/06/2018

S.I.E. (Sistema de Información Estadística). Infraestructura turística. Recuperado de: https://www.jcyl.es/sie/sas/broker?_PROGRAM=mddbpgm.v2.indexv2.scl&_SERVICE=saswebl&_DEBUG=0&menu=turismo. Último acceso: 03/06/2018.

TerraDuero. Turismo y Patrimonio. AECT Duero-Douro. Recuperado de: <http://terraduero.info/>. Último acceso: 03/06/2018

Top Rural, 2016. Univ. Europea de Canarias y Sondea.com Perfil del consumidor. Estudio Internacional sobre Turismo Rural en España. Recuperado de: <http://www.toprural.com/info/files/live/sites/tr/files/Landing-pages/estudio-turismo-rural-internacional/medias/perfildelconsumidordelestudiointernacional.pdf>. Último acceso: 03/06/2018

UNID, Universidad Interamericana para el desarrollo. Turismo Rural. Recuperado de: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AET/TR/S02/TR02_Lectura.pdf. Último acceso: 03/06/2018

Zasnet, AECT. Reserva de la Biosfera Transfronteriza Meseta Ibérica. Recuperado de: <http://www.biosfera-mesetaiberica.com/es/es/la-zasnet>. Último acceso: 02/06/2018

ANEXO 1

Número total de establecimientos rurales en las provincias de Salamanca y Zamora.

MES	03-2018				
TIPO ESTABLECIMIENTO	CASA RURAL	CASA RURAL DE ALOJAMIENTO COMPARTIDO	CASA RURAL DE ALQUILER	HOTEL RURAL	POSADA
PROVINCIA					
SALAMANCA	115	15	349	50	12
ZAMORA	59	4	110	52	17
TOTAL	174	19	459	102	29

Tabla 2.1.5. Fuente: SIE.JCYL. Cantidad de Establecimientos Rurales.

Número total de plazas establecimientos rurales en las provincias de Salamanca y Zamora.

MES	03-2018				
CATEGORIA	ALOJAMIENTOS DE TURISMO TURAL				
TIPO PLAZA TURISTICA	TR-HABITACION SIMPLE	TR-HABITACIÓN DOBLE	TR-HABITACIÓN TRIPLE	TR-HABITACION CUADRUPLE	TR-HABITACION QUÍNTUPLE
PROVINCIA					
SALAMANCA	241	3.500	417	128	35
ZAMORA	101	1.978	341	40	-
TOTAL	342	5.478	759	168	35

Tabla 2.1.6. Fuente: SIE.JCYL. Plazas Rurales.

Existe la posibilidad de filtrar por cada municipio susceptible de investigación para obtener datos más concretos.