

## CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN ENTORNOS RURALES: ANÁLISIS DE LAS TIPOLOGÍAS Y SU RELEVANCIA

*Creation of tourism experiences in rural environments: analysis of typologies and their relevance*

*Criação de experiências turísticas em ambientes rurais: análise das tipologias e sua relevância*

Ana Moreno-Lobato<sup>1</sup>  
Bárbara Sofía Pasaco-González<sup>2</sup>  
José Manuel Hernández-Mogollón<sup>3</sup>  
Elena Sánchez-Vargas<sup>4</sup>

### RESUMO

A gestão dos destinos visa criar uma verdadeira coesão e coexistência entre a utilização dos recursos, de modo a que o turismo represente uma actividade económica sustentável no território. Nas zonas rurais, o desenvolvimento de experiências turísticas impulsiona a dinamização das economias dos sectores primário e secundário, como é o caso da Extremadura (Espanha). Através de uma análise de casos, identificando e caracterizando as experiências turísticas desenvolvidas nesta região, o principal objectivo é analisar o desenvolvimento de diferentes tipos de experiências turísticas a fim de avaliar a sua capacidade e eficácia na dinamização de um ambiente rural. Os resultados mostram uma tendência para a especialização em sub-tipologias turísticas que ajudam a desenvolver recursos, a imersão dos turistas e benefícios para a população local, com um compromisso para a criação de experiências turísticas intimamente ligadas à tradição, sociedade ou actividade local.

**Palavras-chave:** Gestão de destinos; tipologias turísticas; marketing turístico.

### ABSTRACT

Destination management aims to create real cohesion and coexistence between the use of resources, in such a way that tourism represents a sustainable economic activity in the territory. In rural areas, the development of tourism experiences boosts the dynamisation of the economies of primary and secondary sectors, as is the case in Extremadura (Spain). By means of a case analysis, identifying and characterising the tourism experiences developed in this region, the main objective is to analyse the development of different types of tourism experiences in order to evaluate their capacity and effectiveness in terms of dynamisation in a rural environment. The results show a tendency towards specialisation in tourism sub-typologies that help to develop resources, the immersion of tourists and benefits for the local population, with a commitment to the creation of tourism experiences closely linked to tradition, society or local activity.

**Keywords:** Destination management; tourist typologies; tourism marketing.

<sup>1</sup> PhD candidate in the Inter-university Program on Tourism at the Universidad de Extremadura, Spain. E-mail: [anamorenol@unex.es](mailto:anamorenol@unex.es)

<sup>2</sup> PhD in Economics and Business at the Universidad de Extremadura, Spain. E-mail: [sofiap@unex.es](mailto:sofiap@unex.es)

<sup>3</sup> Ph.D. in Economics and Business Management. professor and researcher in the Universidad de Extremadura, Spain. E-mail: [jmherdez@unex.es](mailto:jmherdez@unex.es)

<sup>4</sup> PhD candidate in the Inter-university Program on Tourism at the Universidad de Extremadura, Spain. E-mail: [esanchezib@alumnos.unex.es](mailto:esanchezib@alumnos.unex.es)

## RESUMEN

La gestión de destinos tiene como objetivo crear una cohesión y convivencia real entre el aprovechamiento de los recursos, de tal forma que el turismo suponga una actividad económica sostenible en el territorio. En las zonas rurales, el desarrollo de experiencias turísticas potencia la dinamización de las economías de sectores primarios y secundarios, como es el caso de Extremadura (España). Mediante un análisis del caso, identificando y caracterizando las experiencias turísticas desarrolladas en esta región, se plantea como objetivo principal analizar el desarrollo de diferentes tipologías de experiencias turísticas para evaluar su capacidad y eficacia dinamizadora en un entorno rural. Los resultados muestran una tendencia a la especialización en subtipologías turísticas que ayuda al desarrollo de recursos, la inmersión de los turistas y beneficios para la población local, apostando por la creación de experiencias turísticas muy ligadas a la tradición, sociedad o actividad local.

**Palabras clave:** Gestión de destinos; tipologías turísticas; marketing turístico.

## INTRODUCCIÓN

Las experiencias turísticas son un elemento esencial en la promoción y comercialización turística porque ayudan a la gestión del destino (STIENMETZ ET AL., 2021). La evolución de los servicios en los últimos años supone un cambio de paradigma en la creación y comercialización de productos turísticos y la evolución hacia una economía basada en la experiencia. Pine & Gilmore (1998) enuncian las bases de esta economía de la experiencia y el cambio que se produce en la oferta de servicios. No existe un consenso en la definición de experiencias turísticas (STIENMETZ ET AL., 2021), pero éstas se conceptualizan como una tipología diferente de oferta que no son ni bienes ni servicios, siendo las experiencias un eslabón superior a la venta de servicios (PINE & GILMORE, 1998). Además, la experiencialidad lleva asociada directamente términos como emociones, sensaciones o percepciones que también son esenciales para la creación de la imagen del destino, puesto que ayuda a formar una imagen basada en valores y singularidades asociadas a un territorio que, a su vez potencian intenciones positivas de comportamiento (BASTIAANSEN ET AL., 2018). Las emociones que pueden provocar las experiencias turísticas asociadas a un destino ayudan, también, a la satisfacción y al recuerdo (COELHO ET AL., 2018; KIM & CHEN, 2015; SHARMA & NAYAK, 2018).

En los destinos rurales es muy relevante la interacción entre residentes e instituciones para la gestión turística de estos destinos, siendo esencial la implicación y participación de estos en la toma de decisiones puesto que influye en el apoyo al desarrollo turístico de un territorio rural (RASOOLIMANESH ET AL., 2017). Además de la participación, la sostenibilidad es un elemento esencial en el desarrollo turístico en un entorno rural. El caso de estudio centrado en Extremadura

cuenta con un reciente interés por parte de otros autores que han mostrado la necesidad de desarrollar el turismo como elemento dinamizador de esta región eminentemente rural (SÁNCHEZ-ORO SÁNCHEZ ET AL., 2021), las tendencias territoriales de este desarrollo turístico y rural en la región (NIETO MASOT & RÍOS RODRÍGUEZ, 2021), la capacidad de creación de valor mediante experiencias en el destino Extremadura (MORENO-LOBATO ET AL., 2021) o las tipologías específicas de dinamización económica de algunos enclaves rurales de la región como el oleoturismo (FOLGADO-FERNÁNDEZ ET AL., 2019; TARAZONA-VALVERDE ET AL., 2021), el turismo militar (Hernández-Mogollón et al., 2017), el turismo ornitológico (HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN ET AL., 2011) o el turismo slow (HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN ET AL., 2012). La

Tabla 1 muestra una aproximación de las aportaciones que se han hecho sobre diferentes tipologías turísticas como potenciadoras y dinamizadoras del destino Extremadura.

**Tabla 1.** Revisión de la literatura del estudio de experiencias turísticas en Extremadura (2010-2020)

Tipología de turismo	Año	Referencia
Turismo ornitológico	2011	Hernández Mogollón, J. M., Campón Cerro, A. M., & García Durán, J. M. (2011). Propuestas para el desarrollo y comercialización del turismo ornitológico en Extremadura. <i>Cuadernos de Turismo</i> , (28), 93-119.
Turismo idiomático	2011	Campón Cerro, A. M., & Hernández Mogollón, J. M. (2011). Turismo idiomático en el medio rural: una propuesta para su desarrollo y comercialización. <i>Turydes</i> , 4(10).
Turismo de negocios	2011	González Sánchez, R. (2011). La innovación abierta en las empresas turísticas extremeñas como herramienta de entrada en el turismo de negocios. <i>PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural</i> , 9(4), 489-502.
Turismo naturaleza: Geoturismo	2011	Pulido Fernández, M., Lagar Timón, D., & García Marín, R. (2011). El geoturismo como estrategia de desarrollo en áreas rurales deprimidas: propuesta de geoparque Villuercas, Ibores, Jara (Extremadura). <i>Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles</i> , 56, 485-498.
Turismo slow	2012	Hernández Mogollón, J. M., De Salvo, P., & Di Clemente, E. (2012). Una aproximación al concepto de slow tourism: el caso del territorio del Valle del Jerte. <i>Revista Turismo &amp; Desenvolvimento</i> , 3(17/18), 1681-1693.
Turismo cultural	2013	Folgado Fernández, J. A., Di Clemente, E., Hernández Mogollón, J. M., & Campón Cerro, A. M. (2013). Influencia de la imagen del destino en el comportamiento del turista cultural. Un estudio empírico en la ciudad de Plasencia como destino de turismo cultural. <i>Revista de estudios económicos y empresariales</i> , 25, 91-114
Turismo rural	2013	Sánchez Martín, J. M., Sánchez Rivero, M., & Rengifo Gallego, J. I. (2013). La evaluación del potencial para el desarrollo del turismo

		rural. Aplicación metodológica sobre la provincia de Cáceres. <i>Geofocus. Revista Internacional de Ciencia y Tecnología de la Información Geográfica</i> , 13(1), 99-130.
Turismo naturaleza: geoturismo	2013	Lagar Timón, D., García Marín, R., & Pulido Fernández, M. (2013). Caracterización del potencial turístico del Geoparque Villuercas-Ibores-Jara (Extremadura, España). <i>Revista Investigaciones Turísticas</i> , 5, 136-162
Turismo gastronómico	2015	Hernández Mogollón, J. M., Di-Clemente, E., & Guzmán, T. L. (2015). El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres (España). <i>Boletín de la Asociación de geógrafos españoles</i> , 68, 549-553.
Turismo gastronómico: oleoturismo	2016	Hernández Mogollón, J. M., Folgado Fernández, J. A., & Campón Cerro, A. M. (2016). Oleoturismo en la Sierra de Gata y las Hurdes (Cáceres): análisis de su potencial a través de un test de producto. <i>International journal of scientific management and tourism</i> , 2(1), 333-354.
Turismo cultural: turismo militar	2016	Folgado Fernández, J. A., Hernández Mogollón, J. M., & Campón Cerro, A. M. (2016). Eventos turísticos basados en ambientaciones y recreaciones históricas. Un análisis en Extremadura. <i>International journal of scientific management and tourism</i> , 2(3), 81-97.
Turismo gastronómico: oleoturismo	2016	Hernández-Mogollón, J. M., Folgado-Fernández, J. A., & Campón-Cerro, A. M. (2016). Olive oil tourism in Sierra de Gata and Las Hurdes (Cáceres): an analysis of its potential through a product test. <i>International Journal of Scientific Management and Tourism</i> , 2(1), 333-354.
Turismo naturaleza y cultural	2016	Sánchez Martín, J. M., & Rengifo Gallego, J. I. (2016). Atractivos naturales y culturales vs desarrollo turístico en la raya Luso-Extremeña. <i>PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural</i> , 14(4).
Turismo cultural: turismo militar	2017	Hernández-Mogollón, J. M., Folgado-Fernández, J. A., & Campón-Cerro, A. M. (2017). Eventos basados en recreaciones históricas militares como estrategia dinamizadora del turismo local: El caso de la batalla de La Albuera (España). <i>Revista Turismo &amp; Desarrollo (RT&amp;D)</i> , 27, 1071-1082.
Turismo hídrico	2017	Torres Bandas, M. M. (2017). Imagen, salud y turismo: Extremadura y sus aguas termales. <i>Revista de Historia de las Vegas Altas</i> , (10), 76-84.
Turismo activo	2017	del Campo, V. L., Arribas Serrano, N., & Morenas Martín, J. (2017). Calidad en los servicios de turismo activo de Extremadura. <i>Apunts. Educación física y deportes</i> , 3(129), 95-107.
Turismo gastronómico: oleoturismo	2019	Folgado-Fernández, J. A., Campón-Cerro, A. M., & Hernández-Mogollón, J. M. (2019). Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. <i>Heliyon</i> , 5(10), e02653.
Turismo hídrico	2019	Folgado-Fernández, J. A., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., & Campón-Cerro, A. M. (2019). Water tourism: A new strategy for the sustainable management of water-based ecosystems and landscapes in Extremadura (Spain). <i>Land</i> , 8(1), 2.
Turismo cinegético	2019	Martín Delgado, L. M., Rengifo Gallego, J. I., & Sánchez Martín, J. M. (2019). El turista cinegético. Una aproximación a su perfil en la comunidad autónoma de Extremadura. <i>Revista Investigaciones Turísticas</i> , 18, 193-219.
Turismo cultural	2020	Sánchez-Martín, J. M., Gurría-Gascón, J. L., & García-Berzosa, M. J. (2020). The cultural heritage and the shaping of tourist itineraries in

		rural areas: The case of historical ensembles of Extremadura, Spain. <i>ISPRS International Journal of Geo-Information</i> , 9(4), 200.
Turismo cultural: turismo militar	2020	Peloché Fernández, E. V., & Blanco Gregory, R. (2020). Aproximación al turismo bélico y de batallas: un estudio empírico sobre Extremadura. <i>Almenara: revista extremeña de ciencias sociales</i> , (12), 71-99.

Fuente: Elaboración propia (2021)

Extremadura es un destino español fronterizo con Portugal (Imagen 1) y caracterizado por unos recursos naturales y culturales de gran valor (HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, 2008). Está formado por dos provincias: Cáceres y Badajoz. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), su población se reduce una media de -0,55% en los últimos 5 años (2016-2020), contando en 2020 con una población de 1.063.987 personas en toda la comunidad autónoma y una densidad de población de aproximadamente 25 habitantes por kilómetro cuadrado (km<sup>2</sup>) (INE, 2021). La Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural (LDSMR) señala el límite de la ruralidad en una densidad de menos de 100 habitantes por km<sup>2</sup>. Es por ello que Extremadura se considera un entorno rural en este estudio.

Imagen 1. Mapa de situación de la región extremeña



Fuente: Recuperado del INE (2021)

Dentro de la Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente de Extremadura (RIS3), promovida por FUNDECYT-PCTEX, fundación privada del sector

público que promueve el desarrollo socio-económica de Extremadura mediante la colaboración científica-empresarial, se incorporan una serie de medidas que son competencia de Turismo. Hasta el año 2020, una de las medidas exponía la necesidad del “impulso a la creación y consolidación de productos y experiencias turísticas” para una mayor diversificación, fomento y desarrollo de Extremadura como destino (JUNTA DE EXTREMADURA, 2017). Siendo la especialización en tipologías de turismo una de las tendencias clave en el desarrollo turístico de la región (SÁNCHEZ-ORO SÁNCHEZ ET AL., 2021).

Además, el Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 enunciaba la capacidad del destino Extremadura para convertir recursos en productos y experiencias como una fortaleza del propio destino, haciendo estas únicas. Se proponía el desarrollo de experiencias turísticas en los diferentes segmentos turísticos, destacando el ámbito cultural y natural, siendo los más propicios para el desarrollo de experiencias, motivando también la especialización de los agentes oferentes para mejorar las experiencias en el destino Extremadura (JUNTA DE EXTREMADURA, 2017).

Es por ello que el objetivo principal de este estudio es analizar el desarrollo de diferentes tipologías de experiencias turísticas para evaluar su capacidad y eficacia dinamizadora en un entorno rural. Para ello, se fijan como objetivos específicos: i) identificar las experiencias turísticas desarrolladas en el destino Extremadura, ii) evaluar y caracterizar las experiencias turísticas en la región extremeña.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Esta investigación usa como metodología el estudio del caso. Esta metodología descriptiva se caracteriza por el análisis cualitativo y pormenorizado de una situación específica para examinar fenómenos teóricos y conceptuales que surgen del análisis de datos secundarios (MEYER, 2001). Es de gran relevancia generar la capacidad de enlazar los constructos teóricos aplicados a la realidad de una situación, y para ello, se utiliza el estudio del caso.

Específicamente, se desarrolla una identificación de las experiencias turísticas desarrolladas en Extremadura como destino objetivo, mediante la recopilación de un directorio de experiencias turísticas. Dividiendo este directorio en las experiencias de las dos provincias: Cáceres y Badajoz. Se realiza una búsqueda web en portales de oferta turística, páginas promocionales del destino e información procedente de actividad empresarial.

El estudio de ciertas categorías específicas de experiencias ayuda a desarrollar una conceptualización de las diferentes tipologías turísticas que se implementan en la región extremeña.

En este estudio se realiza un análisis de fuentes secundarias en el segundo trimestre de 2021 para la obtención de una base de datos actualizada donde se identifican las actividades turísticas que se desarrollan en los diferentes ámbitos turísticos. Se dividen estas experiencias en 8 tipologías de turismo para su mejor caracterización y se incluyen:

Turismo de naturaleza, se incorporan experiencias relacionadas con parajes naturales excepcionales, actividades de observación, senderismo, fotografía e identificación de fauna y flora y actividades de turismo específico como el agroturismo, ecoturismo o geoturismo.

Turismo activo/de deporte, que incluye actividades en la naturaleza y en zonas urbanas con diferentes transportes terrestres (bicicletas y motos), actividades acuáticas, rutas y caminos senderistas y actividades de deportes específicos (golf, equitación, orientación, de invierno, etc.) y cinegéticas, entre otras.

Turismo de aventura, contiene una serie de actividades que se desarrollan en entornos urbanos y rurales, terrestres y acuáticos relacionados con experiencias de riesgo o con transportes especiales (buggy, 4x4, globo o quad, entre otros).

Turismo cultural, esta tipología abarca todas las actividades urbanas y rurales que incluyan visitas, recreaciones, tours y experiencias de divulgación de la cultura y la tradición en diferentes entornos históricos.

Turismo gastronómico, incorpora la oferta turística creada alrededor de productos gastronómicos locales: rutas, catas, identificación o recolección de estos productos, entre otras.

Turismo educativo, contiene actividades que pueden pertenecer a otras tipologías simultáneamente pero, incluyen experiencias didácticas en torno a recursos naturales y culturales.

Turismo de ciencia, en Extremadura esta tipología tan solo comprende actividades de astroturismo, como una de las líneas estratégicas de desarrollo turístico potenciado por las administraciones públicas.

Turismo de salud y bienestar, abarca experiencias de cuidado personal, spas, balnearios y tratamientos específicos en entornos naturales o creados.

Es posible que una sola actividad pertenezca a más de una clasificación puesto que la diversidad de experiencias turísticas que se desarrollan en Extremadura, en ocasiones, son multidimensionales. Además, los recursos turísticos extremeños engloban, en muchos casos, más de una tipología turística por lo que es difícil incluirlo en una sola categoría.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como muestra la Tabla 2, se identifican un total de 843 experiencias turísticas. Por la condición asignada a cada tipología, las experiencias de naturaleza son las predominantes en la región, con un 30,96% de las actividades detectadas. A esta tipología le siguen las asociadas a turismo activo (22,89%) y de aventura (14,71%). Aunque las experiencias de turismo gastronómico en ocasiones se engloban en las de turismo cultural, la relevancia de estas primeras es el motivo por el que se realiza una clasificación propia a esta tipología, siendo ambas de gran relevancia en las experiencias turísticas identificadas. Las experiencias culturales suponen un 11,98% y las gastronómicas un 11,15%. Otras categorías que incluyen actividades de educación, ciencia y salud y bienestar suman un 8,31% conjuntamente del total de experiencias identificadas en la base de datos.

**Tabla 2.** Clasificación de las experiencias turísticas por tipología y provincia

Tipología	Experiencias en Badajoz		Experiencias en Cáceres		TOTAL
	Número	Porcentaje*	Número	Porcentaje*	
Naturaleza	67	25,67%	194	74,33%	261
Deporte	57	29,53%	136	70,47%	193
Aventura	31	25,00%	93	75,00%	124
Cultura	26	25,74%	75	74,26%	101
Gastronomía	25	26,59%	69	73,41%	94
Educación	7	25,00%	21	75,00%	28
Ciencia	4	16,67%	20	83,33%	24
Salud y Bienestar	9	50,00%	9	50,00%	18
<b>TOTAL</b>	<b>226</b>	<b>26,80%</b>	<b>617</b>	<b>73,20%</b>	<b>843</b>

Fuente: Elaboración propia

\*Los porcentajes se hacen en base al total de cada categoría

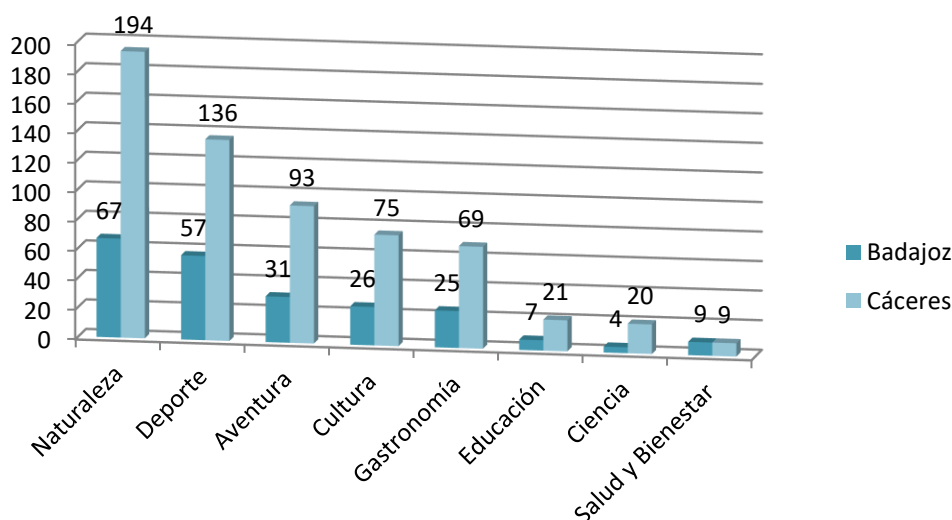
Si se centra el análisis en la distribución geoespacial de las experiencias en el territorio, dándose una superioridad en número de experiencias turísticas en Cáceres, como muestra la Gráfica 1. Suponiendo Cáceres el 73,19% del total de experiencias turísticas identificadas y Badajoz el 26,81%. Esto puede venir explicado por el desarrollo turístico más arraigado de los municipios de las provincias de Cáceres y por el desarrollo diferenciado y más industrial de Badajoz. Además, en las dos provincias se mantiene la tendencia de la relevancia de las tipologías turísticas, es decir, que las tipologías de experiencias más predominantes son, en orden: naturaleza, deporte, aventura, cultural y gastronómica en ambas provincias. Se mantiene asimismo la predominancia de Cáceres sobre Badajoz en número de actividades en prácticamente todas las tipologías, destacando la igualdad que existe entre provincias en las experiencias de salud y bienestar donde se equipara la



oferta de la provincia de Badajoz y la provincia de Cáceres puesto que los recursos asociados a esta tipología turística se distribuyen de forma equitativa en ambas provincias.

El estudio de NIETO MASOT Y RÍOS RODRÍGUEZ (2021) hace un análisis en detalle de los diferentes elementos que promueven la llegada de viajeros a 15 territorios turísticos extremeños que se definen por las investigadoras. Este estudio pone de manifiesto que algunos elementos como las Fiestas de Interés Turístico, las zonas protegidas o los recursos reconocidos institucionalmente no están relacionados con el incremento de turistas. Es por ello, que aunque algunos municipios pacenses tengan gran número de recursos naturales y culturales, estos no tienen un resultado positivo en el desarrollo y comercialización a nivel turístico de estos territorios.

**Gráfica 1.** Distribución de las experiencias turísticas por tipología y provincia



Fuente: Elaboración propia

Las experiencias turísticas desarrolladas en Extremadura tienen naturalezas y características diversas. En esta investigación se clasificaron en 8 tipologías para facilitar su identificación, pero la variedad de iniciativas promueve la creación de subcategorías de tipologías de turismo. Se realiza un estudio de las experiencias incluidas en este estudio para hacer una descripción general de las características de estas.

1. Experiencias de naturaleza. Incluye todas las actividades que se llevan a cabo en un entorno natural específico. Las actividades desarrolladas en esta categoría son multidimensionales ya que todas las experiencias desarrolladas en entornos naturales se han encuadrado en esta tipología pero pueden estar asociadas a acciones propias de otras categorías como deporte,

aventura, gastronomía o educación. Extremadura cuenta con gran variedad de espacios naturales protegidos lo que genera interés y valor en el turista objetivo. Se cuenta con un ecosistema único como es la dehesa extremeña con gran valor natural, social y cultural que sirve como enclave para el desarrollo de experiencias turísticas auténticas (SÁNCHEZ-MARTÍN ET AL., 2019). Estas características también son una limitación para desarrollar productos turísticos ya que se debe respetar y conservar las zonas protegidas y hay actividades que no se pueden realizar en estos entornos por el impacto que puede producir al medio.

En la región extremeña destacan experiencias turísticas como el *birding* y la ornitología como líneas estratégicas claves de desarrollo turístico. Este tipo de actividades se desarrollan en entornos urbanos y rurales y se basan en la observación, estudio o fotografía de aves en su hábitat natural. Una de las figuras de protección relacionadas con esta modalidad turística es la Zona de Especial Protección de Aves (ZEPA). La región cuenta con más de un millón de hectáreas protegidas en ambas provincias (JUNTA DE EXTREMADURA, 2021). Tal es la relevancia de este sector, que la propia administración crea el Birding in Extremadura Club, gestionado por la Dirección General de Turismo de la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes de la Junta de Extremadura. Las principales características de este tipo de experiencias turísticas han sido estudiadas por la Academia y destacan: la necesidad de especialización, de equipos y de conocimiento de oferentes y turistas, y la internacionalización del mercado objetivo, lo que supone una adaptación de esta oferta en los diferentes servicios (HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN ET AL., 2011). Asimismo, existe una especialización en la región entorno a actividades de naturaleza con diferentes animales, fauna y flora (berreas, pesca, observación de orquídeas, castañares, cabra montesa, toro de lidia, entre otras).

Todas estas experiencias están propuestas de tal forma que se dan dos corrientes: las experiencias activas, basadas en fotografía, recolección o cursos de identificación; y las pasivas, basadas en rutas y observación.

2. Experiencias deportivas. El turismo activo en Extremadura se caracteriza por el entorno y los recursos naturales con los que cuenta, es por ello que la mayoría de las experiencias turísticas identificadas combinan tipologías de turismo de deporte y de naturaleza o aventura. Algunas de las experiencias están promovidas por las administraciones públicas, como el senderismo, que necesita de una habilitación, señalización y promoción de caminos por parte de las instituciones competentes. Los entes públicos han potenciado este tipo de actividades mediante el reconocimiento de tramos de calidad y homologados como son las Vías Verdes de Extremadura,

los Paseos Rurales o los Caminos Naturales. Estas rutas senderistas no tienen por qué hacerse solo a pie sino que existe oferta adaptada a diferentes transportes como la bicicleta (BTI), la moto o el caballo.

La práctica de deportes en el medio terrestre incluye todos los tipos de actividad posible: individuales (golf), en pareja (pádel) o en equipo (paintball), competitivos y no competitivos, federados y libres. Pero además, la región cuenta con más de 1.500 kilómetros de costa interior donde se potencia el turismo fluvial y activo. Este turismo activo incluye actividades con diferentes medios de transportes náuticos como vela, piraguas o esquí acuático, entre otros. Estos deportes necesitan de un servicio de acompañamiento y de una equipación muy específica por lo que la especialización en este tipo de oferta ayudará a cubrir las necesidades del turista satisfactoriamente.

Dentro de esta tipología también se incluyen las actividades cinegéticas que tienen una regulación muy específica por la complejidad del mercado objetivo, las licencias para su puesta en marcha y los servicios necesarios para su desarrollo (MARTÍN DELGADO ET AL., 2019).

3. Experiencias de aventura. Al igual que con las experiencias deportivas, esta tipología de actividades son multidimensionales y pertenecen a varias categorías, destacando sobre todo su asociación con la naturaleza, por el entorno en el que se desarrollan, y con el deporte, por ser ejercicio físico similar. La característica principal de las experiencias enmarcadas en esta clasificación es el elemento de riesgo que se incluye en estas. Aunque se pueden desarrollar en tierra o en medios acuáticos, todas ellas cuentan con elementos poco convencionales para el desarrollo de la experiencia. Destacan las actividades con transportes especiales (4X4, buggy, quad, kayak, piraguas, paddlesurf o globo), y los deportes extremos que implican actividades de riesgo en tierra y en agua (rappel, barranquismo, rafting, descensos, tirolinas o vuelos en parapente).

4. Experiencias culturales. Las experiencias desarrolladas en torno a esta tipología de turismo abarcan diferentes herramientas para la divulgación de la historia y el patrimonio extremeño (HERNÁNDEZ MOGOLLÓN, 2008). Es la tipología donde las actividades desarrolladas pueden denominarse experiencias u oferta, puesto que muchas de ellas no incluyen características como la inmersión u otras características experienciales, tratándose de actividades pasivas (JELINCIC & SENKIC, 2017). Para este estudio se toman las actividades activas e inmersivas y que incitan al interés del turista destacando rutas, visitas y tours con temáticas atractivas o con el uso de herramientas de difusión innovadoras (visitas teatralizadas, tematizadas, nocturnas, combinación con actividades gastronómicas o de aventura). Destacan las experiencias

en entornos singulares: Ciudades Patrimonio de la Humanidad, Conjuntos Histórico-Artísticos, arquitecturas protegidas, entre otros. En estos entornos dota de mayor valor a la experiencia turística la presencia de guías (WEILER & WALKER, 2014).

La tematización de las rutas en Extremadura es una tendencia al alza. Desde narraciones históricas, como la ruta de los conquistadores o la ruta de los templarios; hasta el uso de narrativas ficticias como Juego de Tronos o leyendas populares.

5. Experiencias gastronómicas. Las experiencias gastronómicas desarrolladas en la región extremeña giran en torno a la premisa de que los productos locales son únicos y tienen unas características muy específicas asociadas al entorno (DI CLEMENTE ET AL., 2014; HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN ET AL., 2015; HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN ET AL., 2020; TARAZONA-VALVERDE ET AL., 2021). Las distinciones de sus productos señalan la relevancia y la autenticidad de estos en todo el mundo y sus singularidades son consideradas en diferentes productos. Las denominaciones de origen abarcan productos como los quesos, el pimentón, las cerezas, la miel, los productos cárnicos, el aceite o el vino, entre otros. Y el desarrollo turístico que gira en torno a estos productos es una línea estratégica muy importante para el sector (DI CLEMENTE ET AL., 2014).

Algunas iniciativas como Tasting Extremadura ponen en valor el desarrollo de experiencias, rutas y escapadas entorno a estos productos agroalimentarios. Se han creado productos turísticos consolidados como la Ruta del Queso en Extremadura o la Ruta del Aceite de Extremadura. Es por ello que el desarrollo turístico se ha centrado en la creación de oferta basada en catas, rutas, degustaciones o visitas y difusión de la producción de los diferentes productos destacados de la región (TARAZONA-VALVERDE ET AL., 2021).

Una de las características de este tipo de experiencias es que el sector empresarial que lo desarrolla no siempre se trata de empresas de actividades turísticas sino que son empresas agroalimentarias que crean productos turísticos propios para la difusión y promoción de sus productos. Por tanto, en muchas ocasiones, son queserías, bodegas, almazaras o restaurantes los que llevan a cabo estas experiencias.

6. Experiencias educativas. Estas experiencias están combinadas con otras tipologías de turismo puesto que buscan la difusión de algún conocimiento. En Extremadura destaca el desarrollo de experiencias basadas en el medioambiente y la ecología. En esta tipología de experiencias turísticas se identifican menor número de actividades puesto que las empresas y

entidades que mueven turistas educativos muchas veces no son del sector turístico, sino escuelas, universidades, gestorías, entidades educativas, entre otras, que no tienen una temporalización y continuidad de las actividades, sino que se ofertan generalmente bajo demanda.

7. Experiencias astronómicas. El astroturismo como tipología adquiere gran relevancia en Extremadura en los últimos años por la puesta en valor de los cielos de la región. A partir de 2017 se inicia una iniciativa de reconocimiento y dotación de infraestructuras para algunos parajes que tienen una singularidad específica en torno a la limpieza y calidad de su cielo. A nivel empresarial y de comercialización, existe gran variedad de actividades que desarrollan estas experiencias que requieren de una formación específica y que tienen como ventaja principal la pernoctación del turista para contemplar los cielos. Existen un total de 13 miradores celestes en todo el territorio y se promocionan 4 senderos nocturnos para la observación.

8. Experiencias de bienestar. Las experiencias basadas en el bienestar y el cuidado personal tienen unas características muy específicas en la región extremeña. La demanda y las necesidades que cubren estos establecimientos turísticos son muy exigentes, por lo que las instalaciones y la naturaleza de las empresas que operan en este sector tienen unas características comunes.

Extremadura cuenta con 6 balnearios cuyas aguas tienen componentes minero-medicinales. Estos balnearios se distribuyen equitativamente por las dos provincias, encontrando 3 en cada una de ellas. Estos 6 establecimientos cuentan, a su vez, con servicio de alojamiento y servicios complementarios por la naturaleza del mercado objetivo que demanda estas experiencias. El resto de establecimientos de bienestar que no son balnearios tienen una tendencia similar, la mayoría incluyen servicios de alojamiento integrados y pueden disfrutarse durante todo el año. Esta tipología de experiencias además debe estar integrada con otros servicios complementarios y no turísticos que completen la experiencia. Se ha estudiado de forma individual por la singularidad de su oferta y por los resultados que tiene en la calidad de vida, la satisfacción y la lealtad del turista (CAMPÓN-CERRO ET AL., 2020; SHARMA & NAYAK, 2018).

## CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS

Este estudio plantea la relevancia de las experiencias como unas de las herramientas que utilizan los gestores institucionales a la hora de crear valor en Extremadura, utilizándolas como elemento efectivo de dinamización de un destino. Se ha apostado por el desarrollo de estas experiencias en diferentes ámbitos y sectores económicos puesto que son complementarias y

coexisten con la realidad económica de los diferentes entornos rurales. Las experiencias turísticas son, por definición, productos turísticos que tienen valor añadido asociado al entorno, a la actividad desarrollada o a la implicación del turista, entre otras cosas (PINE & GILMORE, 1998). El desarrollo de oferta estructurada alrededor de un territorio ha sido uno de los objetivos del destino Extremadura y, la cantidad y variedad de experiencias identificadas en este estudio avalan la capacidad y eficacia del destino como generador de valor a través de experiencias.

Es por ello que el destino Extremadura sigue una línea estratégica en ámbito del turismo basada en el desarrollo de estas experiencias turísticas en las diferentes regiones puntos de interés. La amplia variedad de experiencias y tipologías puede venir explicada por los parajes naturales, la cultura popular, la gastronomía tradicional o el valor arquitectónico que tienen muchos recursos en la región. Esto hace que se asocien una serie de características al destino, lo que ayuda a la inmersión del turista con la población local. Además, la especialización en algunas tipologías hace de Extremadura un destino competitivo, sobre todo en ciertos mercados muy trabajados y desarrollados como el turismo ornitológico o de naturaleza.

Como implicaciones prácticas, en este estudio se subraya que es necesaria la especialización en otros ámbitos turísticos para fijar unas líneas estratégicas claras en el desarrollo turístico de Extremadura frente a diversos mercados objetivo. Fijar un público objetivo claro, diseñar productos adaptados a las necesidades del turista y a las demandas de la población local, y complementar la oferta con valores intangibles y emocionales para hacerla auténtica y única son los pasos que se deben llevar a cabo para la creación de experiencias turísticas (BASTIAANSEN ET AL., 2018). Aunque es relevante la iniciativa institucional, también se debe tener en cuenta a diferentes empresas y entes privados que son los encargados de crear oferta atractiva y competitiva para atraer al público objetivo. Estas empresas de actividades son promotoras y dotan de contenido a la actividad turística en la región, siendo complementarias de otros servicios como la restauración y el alojamiento, pero en muchas ocasiones, siendo las que crean la oferta que realmente atrae y motiva el comportamiento del turista (MORENO-LOBATO ET AL., 2021). Se propone como futuras líneas de investigación: la actualización y estudio longitudinal del desarrollo de las experiencias en el destino, para ver tendencias de la demanda y nuevos intereses del turista; y, además, el estudio de las empresas turísticas que dotan de oferta a los destinos, pues el control de esta oferta es necesario para poder asegurar la calidad y la sostenibilidad entre los intereses del turista y la población local.

## REFERENCIAS

- BASTIAANSEN, M., Lub, D., Mitas, O., Jung, T. H., Ascensão, P., Han, D.-I., Moilanen, T., Smit, B., & Strijbosch, W. Emotions as core building blocks of an experience. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 31, 2, p. 651–668, 2018.
- CAMPÓN-CERRO, A. M., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., & Folgado-Fernández, J. A. Healthy Water-Based Tourism Experiences: Their Contribution to Quality of Life, Satisfaction and Loyalty. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 17, 6, p. 1961, 2020.
- COELHO, M. de F., Gosling, M. de S., & Almeida, A. S. A. Tourism experiences: Core processes of memorable trips. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 37, p. 11–22, 2018.
- DI-CLEMENTE, E., Hernández Mogollón, J. M., & López-Guzmán, T. La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico: Un análisis DAFO para Extremadura. **Tejuelo: Didáctica de La Lengua y La Literatura**, 9, p. 817–833, 2014.
- FOLGADO-FERNÁNDEZ, J. A., Campón-Cerro, A. M., & Hernández-Mogollón, J. M. Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. **Heliyon**, 5, 10, 2019.
- HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M., Campón-Cerro, A. M., & García-Durán, J. M. Propuestas para el desarrollo y comercialización del turismo ornitológico en Extremadura. **Cuadernos de Turismo**, 28, p. 93–119, 2011.
- HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M., de Salvo, P., & Di-Clemente, E. Una aproximación al concepto de slow tourism: el caso del territorio del Valle del Jerte. **Revista Turismo & Desarrollo**, 17/18, p. 1681–1693, 2012.
- HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M., Di-Clemente, E., & Campón-Cerro, A. M. (2020). Culinary travel experiences, quality of life and loyalty. **Spanish Journal of Marketing - ESIC**, 24, 3, 425–446, 2020.
- HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M., Di Clemente, E., & López-Guzmán, T. El turismo gastronómico como experiencia cultural. El caso práctico de la ciudad de Cáceres. **Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles**, 68, p. 407–428, 2015.
- HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M., Folgado-Fernández, J. A., & Campón-Cerro, A. M. Eventos basados en recreaciones históricas militares como estrategia dinamizadora del turismo local: El caso de la batalla de La Albuera (España). **Revista Turismo & Desarrollo**, 27, 28, p. 1071–1082, 2017.
- HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M. Turismo cultural y de naturaleza: estrategias de creación de valor en Extremadura. **Puertas a La Lectura**, 20–21, p. 213–234, 2008.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. **Cifras oficiales de población de los municipios españoles: Revisión del Padrón Municipal**. Resultados. Padrón. Población Por

Municipios, 2021. Disponible en:

[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177011&menu=resultados&idp=1254734710990](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177011&menu=resultados&idp=1254734710990). Acceso el: 20 septiembre 2021.

JELINCIC, D. A., & Senkic, M. Creating a heritage tourism experience. The power of the senses. **Etnoloska Tribina**, 47, 40, p. 109–126, 2017.

JUNTA DE EXTREMADURA. **Plan Turístico de Extremadura 2017-2020**. Dirección General de Turismo. Consejería de Economía e Infraestructura, 2017. Disponible en: [https://www.turismoextremadura.com/viajar/shared/documentacion/publicaciones/PlanTuristicoExtremadura2017\\_2020.pdf](https://www.turismoextremadura.com/viajar/shared/documentacion/publicaciones/PlanTuristicoExtremadura2017_2020.pdf). Acceso el: 1 de septiembre de 2021.

JUNTA DE EXTREMADURA. **Listado de Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA)**. Extremadura Ambiente, 2021. Disponible en: [http://extremambiente.juntaex.es/index.php?option=com\\_content&view=article&id=102](http://extremambiente.juntaex.es/index.php?option=com_content&view=article&id=102). Acceso el: 1 de septiembre de 2021.

KIM, H., & Chen, J. S. Destination image formation process: A holistic model. **Journal of Vacation Marketing**, 22, 2, p. 154–166, 2015.

MARTÍN DELGADO, L. M., Rengifo Gallego, J. I., & Sánchez Martín, J. M. El turista cinegético. Una aproximación a su perfil en la comunidad autónoma de Extremadura. **Investigaciones Turísticas**, 18, p. 193–219, 2019.

MEYER, C. B. A Case in Case Study Methodology. **Field Methods**, 13, 4, p. 329–352, 2001.

MORENO-LOBATO, A., Di-Clemente, E., & Hernández-Mogollón, J. M. Relevance of intermediary companies for the creation of tourism experiences. the study-case of Extremadura. **Journal of Tourism and Heritage Research**, 4, 1, p. 98–110, 2021.

NIETO MASOT, A., & Ríos Rodríguez, N. Rural Tourism as a Development Strategy in Low-Density Areas: Case Study in Northern Extremadura (Spain). **Sustainability**, 13, 239, p. 1–21, 2021.

PINE, J. B., & Gilmore, J. H. Welcome to the Experience Economy. **Harvard Business Review**, 76, p. 97–105, 1998.

RASOOLIMANESH, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. **Tourism Management**, 60, 147–158, 2017.

SÁNCHEZ-MARTÍN, J.-M., Blas-Morato, R., & Rengifo-Gallego, J.-I. The Dehesas of Extremadura, Spain: A Potential for Socio-Economic Development Based on Agritourism Activities. **Forests**, 10, 8, 620, 2019.

SÁNCHEZ-ORO SÁNCHEZ, M., Castro-Serrano, J., & Robina-Ramírez, R. Stakeholders' participation in sustainable tourism planning for a rural region: Extremadura case study (Spain). **Land**, 10, 553, p. 1–19, 2021.



Creación de experiencias turísticas en entornos rurales: análisis de las tipologías y su relevância  
*Ana Moreno-Lobato; Bárbara Sofía Pasaco-González; José Manuel Hernández-Mogollón; Elena Sánchez-Vargas*

SHARMA, P., & Nayak, J. K. Testing the role of tourists' emotional experiences in predicting destination image, satisfaction, and behavioral intentions: A case of wellness tourism. **Tourism Management Perspectives**, 28, p. 41–52, 2018.

STIENMETZ, J., Kim, J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. **Journal of Destination Marketing and Management**, 19, 2021.

TARAZONA-VALVERDE, B. Y., Campón-Cerro, A. M., & Di-Clemente, E. Análisis de las posibilidades gastronómicas del AOVE como base para el diseño de experiencias de oleoturismo en Extremadura. **ROTUR. Revista de Ocio y Turismo**, 15, 2, p. 61–82, 2021.

WEILER, B., & Walker, K. Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, 21, p. 90–99, 2014.

**Recebido em:** 06 de julho de 2022  
**Aceito em:** 19 de setembro de 2022