

Valorización de los productos

El turismo, una opción de diversificación y promoción

54

Ruiz F.A.¹; Moreno, P.²; López A.L.³;
Fernández, J.⁴; Colombo, S.¹;
Ureña, L.P.¹

¹Ifapa Centro Camino de Purchil, Junta de Andalucía.
Camino Purchil s/n. 18004. Granada

²Escuela de Hostelería y Turismo de Granada-CPIFP
Hurtado de Mendoza, C/ Francisco Palau y Quer s/n,
18006, Granada

³Ifapa Centro Hinojosa del Duque, Junta de Andalucía.
Hinojosa del Duque (Córdoba)

⁴Asociación Nacional de Criadores de Caprino de Raza
Murciano Granadina Caprigran, Cortijo Peinado,
Fuentevaqueros (Granada)

El turismo rural o el 'tourism slow' puede ser una opción de diversificación en la actividad de algunos de los modelos caprinos y queseros existentes en España. Los consumidores buscan cada vez más vivir experiencias reales y descubrir la autenticidad de la zona que visitan, opción que puede ser encontrada en una ganadería de cabras. Las opciones pueden desarrollarse en diferentes ámbitos: una explotación y/o quesería, una comarca caprina y una región completa. Las nuevas tecnologías son una oportunidad para promocionar y dar a conocer el apasionante modo de vida de los ganaderos de caprino existentes en España. La valoración de este tipo de iniciativas por los agentes turísticos es positiva, como así lo demuestra la actividad realizada con la raza Murciano-Granadina dentro del proyecto 'Retos de los sistemas ganaderos andaluces y sus productos' coordinado por el Instituto Andaluz de Investigación y Formación Agraria (Ifapa).

Actividad turística vinculada
a la raza caprina Malagueña.
(Fuente: Axarguías).



El turismo rural y de naturaleza es cada vez más una opción de ocio para muchos ciudadanos que ven en ello una oportunidad para escapar y evadirse del estrés del mundo urbano. De esta forma algunos lo aprovechan como una manera de volver a sus orígenes y otros como un descubrimiento de un escenario muy alejado de su realidad diaria. A esto debemos unir la búsqueda de productos agroalimentarios más auténticos, de calidad y producidos de una manera más sostenible.

Esta oportunidad ha sido ya aprovechada por algunos sectores agroalimentarios, especialmente el vino a través del enoturismo, pero también otros como es el caso del aceite de oliva con el oleoturismo.

En el caso de la ganadería, este camino está aún por recorrer. Es cierto que han aparecido algunas opciones en torno al queso con rutas gastronómicas, visitas a ganaderías y a queserías, tal es el caso de la Ruta del Queso Cabrales y la Sidra en Asturias, pero son mínimas en comparación con el potencial existente.

El presente trabajo da una visión de diferentes acciones que se vienen llevando a cabo en el sector caprino en relación al turismo sostenible. También se muestra la valoración llevada a cabo por guías y estudiantes de turismo a una actividad de este tipo organizada dentro del marco del proyecto 'Retos de los sistemas ganaderos andaluces y sus productos', donde se puso en valor el patrimonio cultural, ganadero y gastronómico en el ámbito de la raza caprina Murciano-Granadina en la comarca del Poniente en la provincia de Granada.

Experiencias turísticas con cabras de raza Murciano-Granadina

Desde un punto de vista de la investigación, los autores de este trabajo han realizado diferentes valoraciones con expertos en turismo de experiencias ganadero-turísticas donde se han ligado razas autóctonas, productos y turismo (Ruiz et al., 2017), con resultados muy positivos.

La raza caprina Murciano-Granadina se ubica en diferentes comarcas con un alto valor cultural, etnográfico y gastronómico. Una de ellas es la comarca granadina del Poniente, y concretamente el municipio de Alhama de Granada. Aquí se aúna un casco antiguo de un alto valor cultural, con el turismo de salud en sus baños árabes, el de naturaleza con el Parque Natural Sierra de Tejeda, Almijara y Alhama y monumentos naturales como son los Tajos de Alhama o el árbol singular Quejigo de Jurtiga con más de 800 años de historia, y por último el gastronómico como es el queso tradicional andaluz Queso de Alhama elaborado con leche de cabra Murciano-Granadina.

En este marco se organizó una actividad con la Asociación Nacional de Criadores de la raza Murciano-Granadina (Caprigran) y la Escuela de Hostelería y



Guías y estudiante por el casco antiguo de Alhama de Granada.

Turismo de Granada. La actividad constó de una visita cultural al municipio de Alhama de Granada y talleres en una ganadería con quesería donde se ha apostado por el logo 100% raza autóctona Murciano-Granadina. Todo ello se organizó para 26 guías y estudiantes de guía de turismo con el objetivo de tener una valoración profesional de la experiencia.

Los resultados muestran que, para gran parte de los asistentes, la ganadería sostenible es un recurso turístico con gran potencial (46,2%), mientras que otros lo ven como una actividad complementaria para el turismo (46,2%) y el resto señaló que no tenían el conocimiento suficiente para poder valorarlo (7,6%). En cuanto a los perfiles señalados a los que dirigirían la actividad, las personas mayores y familias fué el más repetido. La primavera es el momento del año que elegirían mayoritariamente para realizar la actividad (80,8%), seguido del otoño (26,9%).

La puntuación dada a la actividad completa fue de $10,04 \pm 0,28$ (media±error) sobre 12, lo que se traduce en una valoración altamente positiva a la misma. En cuanto al precio recomendado de la actividad 'Visita Centro Histórico + Taller con visita a la granja + Degustación de quesos', los encuestados le otorgaron un valor de $18,2 \text{ €/persona} \pm 2,42$. Para el caso de la actividad solamente ganadera 'Taller con visita a la granja + Degustación de quesos', se otorgó un valor de $16,64 \text{ €/persona} \pm 2,03$.



Actividad turística en la quesería La Vieja Buchaca (Fuente: Goinsitu).



Queseros de la Ruta de los Quesos de Cabra Nouvelle-Aquitaine.



Actividades turísticas en la Casa de la Cabra Malagueña para el verano de 2020.

Modelos a diferentes escalas: de la explotación al sector regional

A la hora de proponer actividades turísticas ligadas al caprino y sus productos, las opciones son múltiples. Una primera opción es la de un emprendedor que quiere ofrecer visitar su explotación y/o quesería para mostrar su día a día: el contacto con los animales en la granja (ordeño, alimentación, pastoreo...), la elaboración del queso y la cata-degustación de los productos.

Otra opción sería la de organizar la actividad en un ámbito más amplio a partir de una raza autóctona, en explotaciones con un sistema de manejo peculiar, una comarca caprina o un producto concreto (cabrito, leche, queso u otros derivados).

Una explotación caprina, una quesería y la cata de los productos que allí se elaboran, puede ser una actividad muy atractiva para los consumidores. Un ejemplo claro se muestra con Quesos Sierra Crestellina, donde la propia empresa apostó por dar a conocer a turistas y vecinos su día a día en la ganadería de cabra Payoya y en la quesería, donde posteriormente transforman la leche de sus cabras.

También se están desarrollando portales de internet donde se ofertan experiencias de este tipo. Así, el portal de turismo rural Goinsitu ofrece al turista poder comprar experiencias entre diferentes actividades ligadas al sector agrario y ganadero; entre ellas destacan algunas vinculadas al caprino en diferentes provincias andaluzas. Además, la web ofrece la posibilidad de adquirir los productos de los lugares donde se realizan las visitas, pudiendo así afianzar al consumidor a través de estos circuitos online de comercialización cada vez más importantes en la sociedad actual.

También desde el propio sector se ha apostado por crear instalaciones y contenidos turísticos alrededor de la cabra. Un ejemplo claro lo tenemos en la raza caprina Malagueña, que llevan años trabajando en que la vinculación sea cada vez mayor entre sus socios, los productos que producen y/o elaboran y el tan importante sector turístico de la provincia de Málaga. La creación de la marca de garantía Chivo Lechal Malagueño, la construcción del museo Casa de la Cabra Malagueña o el establecimiento de campañas como 'Oh MyGoat' van dirigidas a dar a conocer a malagueños y foráneos esta raza, creando así el germen perfecto para desarrollar toda la parte turística unida a esta raza. La Casa de la Cabra Malagueña a través de la empresa Axarguias organiza diferentes actividades turísticas.

Finalmente, la apuesta puede ser aún mayor e implicar a un sector completo de una zona o región, este el caso de la Ruta de los Quesos de Cabra Nouvelle-Aquitaine en Francia. La red está formada por diferentes actores del sector caprino de esta región francesa: granjas lecheras, queserías de campo y artesanas, industrias lácteas y otros puntos de interés caprino como es la Casa de los Quesos de cabra. La ruta ofrece la posibilidad de organizar visitas a cada uno de estos puntos, además en el seno de la misma se realizan otras muchas actividades de promoción, puesta en valor y defensa de los quesos de cabra. •

Agradecimientos

Los autores de este trabajo quieren agradecer al profesorado y alumnado de la Escuela de Hostelería y Turismo de Granada (CPIFP Hurtado de Mendoza), a la Quesería Cortijo Jurtiga y Turismo de Alhama de Granada.

También a los tres profesionales que han compartido sus experiencias por este orden: Juan Ocaña, Antonia Trujillo y Lorena García.

El presente trabajo ha sido desarrollado bajo el proyecto Transforma 2019-2021 'Retos de los sistemas ganaderos andaluces y sus productos (Resgap)'; financiado por Fondo Europeo de Desarrollo Regional, dentro del Programa Operativo Feder de Andalucía 2014-2020.



Bibliografía

- Ruíz Morales F.A.; Moreno López P.; Moreno Cobo J.A.; Colombo S.; Villa Doblaz M.D.; Ocaña Martínez J.; Ureña Cámara L.P. 2018. Diversificación de la actividad ganadera en explotaciones de raza ovina Lojeña a través del turismo. Revista Feagas 41 124-128..

Quesos Sierra Crestellina

Juan Ocaña Mateo es parte de la empresa Quesos Sierra Crestellina. La empresa ubicada en Casares (Málaga) organiza talleres para dar a conocer el día a día de su explotación de cabras de raza Payoya, y también, la elaboración de sus quesos de calidad.

¿Qué le hizo apostar por esta actividad?

Coincidiendo con el compañero Luis (veterinario de la granja) haciendo un curso de maestro quesero, en uno de nuestros viajes entendimos que conociendo las características de la granja era un lugar ideal para desarrollar visitas, para mostrarle sobre todo a los colegios como es una granja tradicional, teniendo una raza autóctona en extensivo y elaborando de manera artesanal el queso, había mucho que ofrecer.

¿Cuál es la impresión que se lleva la gente de vuestro trabajo diario?

La impresión de los visitantes en un 99%, siempre es muy positiva, ya que le transmitimos nuestro respeto por la naturaleza, y el haber hecho la visita de manera interactiva. La gente se sorprende del esfuerzo que realizamos diariamente, no solo con las cabras, sino también en la elaboración del queso.

El público que asiste a estos talleres ¿cuál sería su perfil?

Asiste todo tipo de público, tenemos desde guarderías hasta residencias de ancianos. Hemos tenido a gente que han venido desde New York con un perfil totalmente urbanita hasta vecinos que conocen la ganadería, pero les llama la curiosidad de como trabajamos. En resumen, de todas las edades y entornos, pero sobretodo gente muy concienciada que quisiera criar a sus hijos en este ambiente.



Juan Ocaña Mateo, de Quesos Sierra Crestellina.

Goinsitu

Lorena García Fiaciben es una mujer emprendedora que ha apostado por el turismo sostenible ligado a la agricultura y la ganadería a través de su empresa Goinsitu (<https://goinsitu.com/>). Goinsitu es una plataforma digital que trata de visualizar a pequeñas empresas del sector agropecuario a través del turismo rural.

¿Qué le hizo apostar por esta actividad?

Tras un largo análisis del medio rural y conociendo sus problemáticas actuales, llegué a la conclusión de que la mejor manera para que la sociedad comience a valorar los alimentos de calidad es conociendo cómo se producen 'in situ' y entendiendo la importancia de hacerlo de forma respetuosa y sostenible con el medio ambiente. Además, hay una tendencia hacia el 'Turismo Slow' que es aquel que huye del turismo de masas y busca que el viajero tenga experiencias auténticas con ritmos más tranquilos. Por tanto, se trata de fusionar ambos sectores.

¿Qué actividades ligadas al caprino tiene la web?

Son varias las actividades que se pueden elegir: i) experiencia en granja para visitar la explotación caprina y así ver de cerca a las cabras, excelente para niños ya que disfrutan interaccionando con los cabritos; ii) experiencias con pastoreo donde se dan paseos junto al pastor para comprender en qué consiste su

trabajo y disfrutar de un paseo en plena naturaleza; y por último iii) experiencias con queso para visitar una quesería, realizar un taller de fabricación de su propio queso y finalizar con una cata de queso.

¿Qué empresas del sector caprino están presentes en su web?

Son varias las empresas relacionadas con el sector caprino con las que trabajamos tanto para la realización de visitas como para adquirir sus productos a través de nuestra tienda online: Cortijo Júrtiga, La Vieja Buchaca, Tesoro Blanco, Sierra Crestellina o Puerto Carrillo son algunas de las opciones queseras de cabra en la web.



Lorena García Fiaciben, de Goinsitu.

Casa de la Cabra Malagueña

La Casa de la cabra Malagueña es un pequeño museo ubicado en la antigua casa del alguacil del municipio malagueño de Casabermeja. Inaugurada en el año 2017, su objetivo es visibilizar la historia, importancia y los productos de esta raza caprina. Actualmente la empresa Axarguias, guiada por su gerente Antonia Trujillo Ávila, organiza actividades turísticas en este entorno.

¿Qué le hizo apostar por esta actividad?

El turista está cada día más cansado de ser turista de 'paquetes enlatados' con todo organizado dentro del destino. Por otro lado, está más comprometido con el medio ambiente y una forma de vida más sostenible y saludable. Un turista que desea ser sorprendido, vivir experiencias reales y descubrir la autenticidad de la zona que visita: sus costumbres sus monumentos, su gastronomía... en otras palabras, su modo de vida más tradicional. Todo ello está englobado en nuestra oferta.

¿Qué realiza un turista que contrata sus servicios?

Constituye una experiencia de inmersión en uno de los pilares económicos y gastronómicos de la provincia de Málaga: la raza caprina Malagueña. Nuestra propuesta básica se compone de tres actividades: i) visita guiada a la Casa de la Cabra Malagueña, ii) taller de quesos y/o cata de quesos y iii) pastoreo con cabras y pastor. La actividad se puede complementar con una comida temática y/o visitas a una ganadería o una quesería, al centro de mejora genética de Cabrama o a algunos de los Bienes de Interés Cultural de Casabermeja. También gestionamos bajo petición visitas guiadas a otros recursos turísticos cercanos como, por ejemplo: un molino de aceite de oliva, los Dólmenes de Antequera, la ciudad de Málaga o el Caminito del Rey, entre otros.

¿Cuál es el perfil de personas que participan?

Tenemos un perfil muy diverso compuesto por una mezcla de españoles y extranjeros, donde hay familias con niños, parejas o grupos de amigos. La característica que los une es que todos desean conocer más sobre el mundo rural o recordar la forma de vida de sus antepasados, viviendo una experiencia de Turismo Slow y atendidos de una forma cercana y personal. También suponen un porcentaje elevado las visitas de escolares, que vamos aumentando a medida que la experiencia se está dando a conocer.

¿Es cada vez mayor la demanda de este tipo de actividades?

Sin duda alguna lo es, y era una tendencia que se estaba consolidando ya antes de la pandemia por COVID-19. Tras ella, debido a la situación especial que conlleva, se hace evidente que un turismo pausado y dirigido a pequeños grupos en entornos rurales o naturales se adapta perfectamente a la demanda actual.



Antonia Trujillo Ávila, gerente de Axarguias.