



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD

**ESTUDIO DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE
SEVILLA**

Trabajo Fin de Grado presentado por D^a Sonia Ancio Alcón, siendo la tutora del mismo
Dra. D^a Ana M.^a Domínguez Quintero.

Vº. Bº. De la Tutora:

Alumna:

Dra. D^a Ana M.^a Domínguez Quintero.

D^a. Sonia Ancio Alcón

Sevilla. Junio de 2020



**GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2019-2020]**

TÍTULO:

ESTUDIO DEL TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE SEVILLA

AUTOR:

D^a. SONIA ANCIO ALCON

TUTOR:

Dra. D^a. ANA MARIA DOMINGUEZ QUINTERO

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA APLICADA I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA ECONOMÍA Y EMPRESA

RESUMEN:

En el presente trabajo estudiamos qué es el Turismo Industrial (TI) y analizamos el desarrollo de esta actividad en la provincia de Sevilla. Mediante un cuestionario, hemos recogido datos de 16 empresas. Estas empresas las hemos dividido en dos tipologías, la primera, Industria Viva, que son visitas a Industrias actualmente Activas, caso concreto que hemos estudiado es la empresa Procavi, perteneciente al municipio de Marchena; y por otro lado las Industrias de Patrimonio Industrial, que son industrias que no están en activo y cuyas instalaciones pueden ser visitadas, en este caso hemos analizado el Centro de Interpretación Arqueológico Lagar de Osset de San Juan de Aznalfarache. Estas dos empresas recibieron el año pasado el VI Premio Turismo Industrial Provincia de Sevilla, por lo cual hemos investigado las bases para obtener este premio. Tras captar la información y procesar la más significativa para nuestro trabajo, hemos realizado gráficas para mostrar de manera más objetiva la información de estas empresas y hemos obtenido algunas conclusiones, entre éstas, los beneficios que tanto para industria como para la región tiene este tipo de actividad.

PALABRAS CLAVE:

Turismo; Turismo Industrial; Industria Viva; Patrimonio Industrial; Sevilla.

ÍNDICE

1. CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	2
1.3 OBJETIVOS.....	3
1.4 ESTRUCTURA DEL TRABAJO.....	3
2. CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	5
2.1 INTRODUCCIÓN.....	5
2.2 DEFINICIÓN DEL TURISMO INDUSTRIAL.....	5
2.3 TIPOLOGIAS DEL TURISMO INDUSTRIAL	7
2.3.1 Turismo Industrial de Empresa Viva.....	7
2.3.2 Turismo Industrial de Patrimonio Industrial.....	8
2.4 NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA (Q).....	9
2.4.1 Ventajas de Calidad Turística (Q).....	10
2.5 TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE SEVILLA.....	11
3. CAPITULO 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS OBTENIDOS.....	13
3.1 INTRODUCCIÓN.....	13
3.2 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
3.3 RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
3.3.1 Resultado de Casos Concretos.....	20
4. CAPITULO 4. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y LINEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.....	23

4.1 CONCLUSIONES OBTENIDAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
4.2 LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y LINEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.....	24
BLIBLIOGRAFÍA.....	27
ANEXOS.....	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS E IMAGENES

IMAGEN 1.1 EMPRESA VIVA, PROCAVI.....	8
IMAGEN 1.2 PATRIMONIO INDUSTRIAL, CENTRO ARQUEOLOGICO.....	8
IMAGEN 1.3 INSTITUTO PARA LA CALIDAD TURISTICA ESPAÑOLA.....	9
GRAFICO 1.1 SECTOR AL QUE PERTENECE.....	15
GRAFICO 1.2 AÑO DE IMPLANTACIÓN DEL TI EN LA EMPRESA.....	16
GRAFICO 1.3 NÚMERO DE VISITAS REALIZADAS EN UN AÑO.....	16
GRAFICO 1.4 PERSONAS QUE REALIZAN LAS VISITAS.....	17
GRAFICO 1.5 COMERCIALIZAN SUS P/S EN LAS VISITAS.....	17
GRAFICO 1.6 COBRO POR LAS VISITAS.....	18
GRAFICO 1.7 CAPTACIÓN DE NUEVOS CLIENTES.....	18
GRAFICO 1.8 PREGUNTAS RELACIONADAS CON LAS MEJORAS DE LA EMPRESA.....	19
GRAFICO 1.9 PREGUNTAS SOBRE EL ÁMBITO FINANCIERO.....	20

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y JUSTIFICACIÓN.

1.1 INTRODUCCIÓN.

El tema principal de este proyecto es el estudio del turismo industrial en la provincia de Sevilla.

El turismo industrial nació gracias al creciente interés general por conocer y comprender la historia reciente de las empresas de la provincia de Sevilla y la necesidad de descubrir los procesos actuales y pasados de fabricación tanto de productos artesanales tradicionales que son prioritarios en el territorio de Sevilla, así como las tecnologías más avanzadas. La principal finalidad de este servicio es la coordinación y promoción de la oferta turística vinculada a la producción industrial y artesanal de la provincia de Sevilla, así como adaptarse a las necesidades actuales del sector turístico, algo que es clave para la satisfacción completa del usuario.

Con este estudio nos hemos dado cuenta de que la curiosidad es la base del turismo industrial, los clientes o usuarios quieren conocer cómo son los procesos, cuáles son las técnicas utilizadas y las personas que trabajan en estas empresas.

El turismo industrial podríamos enclavarlo dentro del turismo creativo, qué es aquel que interactúa con la población local, hace que no exista diferencia entre consumo y producción, disfruta de experiencias propia y exclusivas del destino visitado, se puede participar, sugerir nuevas propuestas, siendo considerado un turismo sostenible.

De esta forma, con este tipo de turismo se crea una actividad en la que el visitante conecta con la cultura y la naturaleza de la ciudad, coincidiendo con su máxima expresión con los fundamentos del turismo sostenible el cual tiene en cuenta las repercusiones pasadas, actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades del visitante.

El turismo industrial está presente en todos los sectores productivos: principalmente en el agroalimentario, donde más extendido está; en la energía, donde están cobrando importancia las empresas relacionadas con la obtención de energía renovable ofreciendo visitas a centros de producción donde la investigación es clave; en la ganadería; en artesanía y en el patrimonio industrial para hacer un recorrido por la herencia que nos ha ido dejando el tejido empresarial con el paso de los años.

El turismo industrial nos parece interesante porque es la mejor campaña de publicidad y marketing que una empresa puede realizar.

Debemos tener en cuenta la siguiente premisa y trabajar en base a ella: *“la gente no quiere comprar productos, quiere consumir experiencias, quiere ser parte de la historia.* El objetivo debe ir orientado a convertir turistas observadores en turistas participativos. Creemos que es indispensable que fomentemos un turismo responsable y acerquemos al turista a la población local dando un valor añadido a las profesiones a la cultura y a las tradiciones”(Touza, 2017).

El turismo industrial, como vamos a ver, tiene dos vertientes principales: industria viva o activo y el turismo del patrimonio industrial.

A lo largo de este estudio nos vamos a enfocar en estos dos ámbitos, como industria viva estudiaremos el caso de la empresa Procavi, dedicada a la elaboración de productos alimenticios procedente del pavo y como patrimonio industrial el Centro arqueológico de San Juan de Aznalfarache.

El marco temporal del estudio abarca el periodo febrero-junio del 2020, en este periodo es cuando se han realizado tanto los trabajos de búsqueda de información bibliográfica, como los de captación de datos.

En concreto estos datos últimos fueron recopilados a través de encuestas por email, algunas telefónicas siguiendo un cuestionario preestablecido de elaboración propia y con respuestas cerradas.

Las cuestiones en el cuestionario se diseñaron para dar respuestas a las preguntas que plantea nuestra investigación, tomando como referencia otros trabajos realizados en este ámbito y las investigaciones de autores reconocidos. Algunos de estos trabajos en los que nos hemos basado para la realización del cuestionario son de compañeros de la Facultad, como, la compañera Barrena Guerrero, Rosa o González Díaz, José Manuel.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

En cuanto a la justificación del tema elegido, es un tema de actualidad, ya que el turismo es una fuente de ingresos importante en nuestro país, e interesante, teniendo en cuenta la tipología del turismo. Nuestro trabajo se limita al Turismo Industrial de la Provincia de Sevilla, no obstante, en otras zonas de nuestro país tiene mayor importancia.

“Sevilla posee el privilegio de haber sido la primera ciudad andaluza en haber indagado sobre cuáles eran sus potenciales elementos para configurar una oferta sólida de TI. Lo corroboran las dos guías hasta ahora editadas por la sociedad de PRODETUR S.A. adscrita a la Diputación Provincial de Sevilla, conteniendo ya 32 posibles vistas como productos del TI” (Rodríguez Bermúdez, 2013).

La industria turística requiere de la aplicación de procesos innovadores para garantizar su sostenibilidad y competitividad. La alta exigencia de este sector, fuertemente influenciado por múltiples factores y en constante cambio, requiere de cada destino vitalidad, capacidad de transformación y mantener un estado permanente de alerta para afrontar los nuevos retos.

Andalucía es un destino consolidado, de referencia internacional y amplia trayectoria, que siempre se ha situado a la vanguardia de la actividad turística. Sin embargo, para mantener esta posición de privilegio Andalucía debe seguir avanzando y reinventándose. Y dicha mejora de la competitividad de nuestro sistema productivo debe producirse a través de la innovación y el conocimiento.

Para ello, la Empresa Pública para el Turismo y Deporte de Andalucía pone en marcha el Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020, que regirá su actuación durante los próximos años y discurrirá en la misma dirección que marcan el Plan General de Turismo Sostenible y la Alianza por el Turismo Innovador y Competitivo, firmada con empresarios y sindicatos, documentos que han contado con la participación, el consenso y el respaldo del conjunto del sector turístico andaluz.

El Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 parte de un exhaustivo análisis del entorno, del propio destino y de las tendencias de la industria turística, recogiendo los cambios experimentados en los últimos años y los movimientos que se están imponiendo en el mercado, con el objetivo de contar con un amplio conocimiento de la situación que nos permita ser los suficientemente ágiles para adaptarse a esos retos y convertirlos en oportunidades que impulsen el negocio y el empleo en la comunidad.

Así, se han analizado más de 20 mercados y 15 segmentos, obteniendo una amplia información cuantitativa y cualitativa que se pone a disposición del sector y que permitirá contribuir a la posterior toma de decisiones. Pero se ha dado un paso más allá del mero estudio de estos emisores, elaborando una matriz de mercados con siete variables que

determinan el grado de atractivo e idoneidad de cada destino para Andalucía, identificando también los principales segmentos demandados en cada mercado, así como un análisis de una decena de variables que reflejen el comportamiento a seguir en promoción y comunicación para cada mercado.

Por ello, se sitúa a las empresas andaluzas en el centro de atención, una nueva orientación que coincide con el nuevo marco comunitario de los fondos procedentes de la Unión Europea, que requiere una orientación total hacia la internacionalización de las pymes y la mejora de la competitividad del tejido empresarial (Junta de Andalucía, 2020).

1.3 OBJETIVOS.

Los objetivos que queremos alcanzar con la realización de este trabajo son los siguientes:

- Definir y conocer la evolución del Turismo Industrial desde su inicio hasta la actualidad.
- Analizar la situación actual del Turismo Industrial de la provincia de Sevilla mediante la recogida de datos.
- Analizar los datos y obtener conclusiones que nos permitan proponer mejoras en este subsector.
- Estudiar con profundidad dos casos concretos, que ganaron en 2019 el VI Premio Turismo Industrial Provincia de Sevilla.

1.4 ESTRUCTURA DEL TRABAJO.

De acuerdo con el objetivo perseguido, el presente trabajo se ha estructurado en cuatro grandes apartados.

El primero de ellos habla sobre los objetivos de la investigación, así como justificar el tema elegido. En el segundo capítulo, se centra en el desarrollo del marco teórico, en el que se habla sobre el Turismo Industrial, las tipologías de TI (Industria Viva o Patrimonio Industrial) y sobre el TI en la Provincia de Sevilla.

El tercer capítulo es la metodología de la investigación y los resultados obtenidos, en el que hemos realizado un cuestionario propio con el que obtener información y realizar graficas en las que podemos visualizar toda la información obtenida. En este capítulo también analizamos dos empresas en concreto que fueron importantes el pasado años ya que recibieron el Premio Turismo Industrial de la Provincia de Sevilla.

Para finalizar el análisis, en el cuarto y ultimo capitulo se establecen las conclusiones de acuerdo con los resultados encontrados.

CAPÍTULO 2 MARCO TEÓRICO.

2.1. INTRODUCCIÓN.

“Turismo es todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, sociales, políticas, artísticas, antropológicas, medioambientales, históricas, geográficas, educativas, psicológicas, comunicativas ... que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, al no gubernamental, al sector profesional, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas” (Ledesma, 2016).

En la actualidad, el sector turístico se identifica como un motor fundamental para el desarrollo socioeconómico, por lo que cada vez es más frecuente considerar la actividad turística como una herramienta eficaz para mitigar los problemas de declive de diversos territorios y, específicamente, de zonas industriales donde se trata de aprovechar el interés cultural que los visitantes poseen sobre el patrimonio (tangible e intangible) vinculado al fenómeno de la industrialización. Este hecho es especialmente destacable en nuestra nación, donde el turismo es una de las actividades con mayor peso en la economía nacional y aún más, si cabe, en el territorio autonómico andaluz (Edwards y Llurdés i Coit, 1996; Prat y Díaz, 2014).

En España, desde los inicios del siglo XXI estamos asistiendo a un cambio ciertamente significativo en la dinámica turística, en respuesta a los procesos de globalización y, sobre todo, a las nuevas tendencias de los mercados. Se manifiesta fundamentalmente en diferentes indicadores como la llegada de turistas internacionales, número de pernотaciones, ingresos o aportaciones al PIB nacional. A su vez, estos procesos están influenciados por la crisis financiero-económica, siendo el año 2009 el que marca un antes y un después en la evolución de los diferentes indicadores turístico (Instituto Geográfico Nacional de España, 2019).

Dentro de esta actividad, el turismo industrial es un subsector que ha mostrado un gran crecimiento en los últimos años. Nuestro trabajo estudia el significado y la evolución de este tipo de turismo en la provincia de Sevilla.

2.2 DEFINICIÓN DEL TURISMO INDUSTRIAL.

“El término TI surge en los años 40 en Francia, cuando en su territorio se empiezan a ofertar visitas a bodegas y fábricas de chocolate. Sin embargo, la realidad es que hace más de cien años que tanto las organizaciones privadas como las públicas ofrecen visitas a industrias” (Otgaar et al., 2010).

La visita de empresa proviene de una arcaica tradición industrial cuya base se centraba en el desarrollo de las capacidades internas de la propia comunidad local (Zárate, 2011). A mediados del siglo XX, estas visitas se vieron moderadas por el desarrollo del concepto de patrimonio industrial, pero gracias a las nuevas demandas del público fueron resurgiendo de nuevo hasta conseguir que, día a día, cada vez fuesen más las empresas que abrían sus puertas a todo el mundo.

Tras la profunda crisis económica en la década de los 70, se produjo un cierre generalizado de fábricas, pero al mismo tiempo, comenzó a aparecer el interés por las

visitas a las industrias, principalmente a aquellas que fueron abandonadas dentro del espacio urbano, ya que se les dio usos turísticos, convirtiendo muchas de ellas en un bien cultural de la ciudad (Pardo Abad, 2004).

Vamos a comentar definiciones que nos dan algunos autores sobre el significado de Turismo Industrial, analizaremos la de Edwards y Llurdés (1996), quienes afirmaron que TI es “el desarrollo de actividades turísticas e industrias en lugares edificados por el hombre, edificios y paisajes que se originan en procesos industriales de tiempos pasados”. Sin embargo, los estudios más recientes definen TI como cualquier actividad turística desarrollada en emplazamientos y edificios industriales, en activo o de nuestro pasado, siempre y cuando su actividad principal no sea o haya sido turística. Esta última definición resulta más actual con la presente mercantilización llevada a cabo en esta tipología turística, siendo muchos los autores que, como Presa (2004), manifiestan abiertamente estar de acuerdo con adoptar esta orientación conceptual. Para él, el TI consiste en “visitas a instalaciones industriales ya en desuso, a complejos industriales actuales en funcionamiento, y la realización de rutas específicas de carácter industrial que complementan a otras rutas tradicionales histórico- artísticas.” (Presa, 2004:20).

Otras de las definiciones destacadas es la aportada por Miguel Ángel Álvarez Areces, autor que lo define como “conjunto de prácticas turísticas cuyas motivaciones de desplazamiento suponen el descubrimiento de los “mundos del trabajo” pasados, presentes o futuros, es decir, el conjunto de lugares, técnicas, organizaciones y culturas ligadas al trabajo” (Álvarez, 2007b:25).

En general podemos decir que el turismo industrial es una tipología de turismo que aprovecha las antiguas instalaciones de fábricas, e incluso las modernas, para enseñar los procesos productivos a las personas que las visitan, generando una simbiosis entre producción y turismo, acercando dos sectores, el productivo y servicios, con el fin de generar rentas complementarias a los propietarios de las industrias y a las comunidades locales donde se hallan ubicadas; este tipo de turismo llamado también turismo de explotación económica, tiene su inicio en los años 40, especialmente en Francia, que fue pionera junto con Alemania, donde la visita a las fábricas servía para demostrar la actividad de las empresas de aquella época (fábrica automotriz de Peugeot y cervecera Kronenbourg, entre otras); en la actualidad este turismo se está consolidando y engloba el circuito turístico de visitas a empresas en funcionamiento, museos de producto o antiguas fábricas (patrimonio industrial) y a los parques científicos. Esta modalidad de turismo especialmente dirigido a aquellas personas inquietas, gustosas de indagar en el origen de aquellas cosas que consumimos habitualmente, aprovecha la estancia de vacaciones para visitar talleres artesanos, fábricas e industrias generando un doble beneficio para las empresas:

1. Se publicita y promociona la empresa, al introducirse en algunas rutas turísticas las visitas guiadas a sus instalaciones, favoreciendo la compra de sus productos, pudiéndose catar algunos de ellos (alimentarias) siendo una estrategia de competitividad para la misma.

2. Crean desarrollo en la zona donde se encuentra (Vázquez Millán, 2012).

El mayor peso de la actividad industrial española podemos situarlo en el norte de nuestro país, principalmente en la comunidad catalana. Aquí la industrialización empezó con un cierto retraso respecto a los países pioneros, pero ello no fue obstáculo para que ciertas zonas del territorio se industrializaran a gran velocidad y con notable éxito comercial, de manera que muchas de las ciudades y de los paisajes catalanes actuales son fruto de aquella época y del legado patrimonial que nos dejó (Cánoves y Prat, 2012).

Por referirnos sólo a algunos ejemplos de actividades de TI con cierta relevancia dentro de nuestro país en diferentes comunidades autónomas, pueden citarse iniciativas tales como las Bodega Ramón Bilbao (La Rioja), Clisol Agro (Andalucía), Ruta del Jamón Dehesa (Extremadura), Sidrería El Gaitero (Asturias), Ruta de la Artesanía en Piel

(Baleares), Luis Ecurís Batalla. Conservera. (Galicia), Ruta de los Caleros (Cantabria) Centro de Interpretación del Metro (Madrid).

2.3 TIPOLOGÍAS DEL TURISMO INDUSTRIAL.

Se debe distinguir entre dos grandes categorías o tipos de TI: el turismo de patrimonio industrial (o histórico) y el turismo de empresa viva (o turismo productivo).

Hay autores que sitúan el origen de esta distinción en los años setenta del pasado siglo cuando, debido a la crisis económica acontecida en esos años que provocó el cierre de multitud de fábricas, se produjo un aumento en el interés por visitar las industrias tanto en activo como las que habían quedado en desuso. Es así como entienden que nace una nueva actividad turística que, además, caracterizan como “cultural” (Pardo Abad, 2004). Describiremos a continuación ambos conceptos.

2.3.1 TI de empresa viva.

En primer lugar, vamos a definir en que consiste empresa viva, que se trata de visitar centros industriales que se encuentren en activo, en los que la actividad principal no esté orientada al turismo. Se trata de visitas de carácter turístico que se realizan al interior de organizaciones cuya actividad primordial no guarda ninguna relación con el sector turístico (Frew, 2008).

Abundando en esta idea, Pardo (2004) matiza que en lo que se refiere al TI de empresa viva no tiene importancia el que la organización visitada sea privada o pública, ya que lo importante es que se encuentre en funcionamiento y que el objetivo de las visitas sea dar a conocer las peculiares características de la compañía, de sus procesos productivos, de sus productos, su filosofía, su saber hacer, etc. Se trata en definitiva de una actividad que, en puridad, representa simplemente una forma de diversificación del negocio en busca de nuevos mercados, nuevos sectores y clientes.

En resumen, podemos decir que esta tipología sirve de complemento a las funciones principales y, además, por un lado, consiguen reforzar la imagen de la empresa al tiempo que, por ejemplo, pueden contribuir notablemente a la mejora de la reputación empresarial que, finalmente, se traducirá en un aumento de ventas y beneficios.

En este sentido, algunos de los frutos obtenidos por las organizaciones a partir de estas visitas son los derivados de las ventas de sus artículos al finalizar el circuito turístico accediendo a una tienda de empresa (Díaz, 2012). No obstante, y sin desmerecer el anterior efecto, existen empresas que no, pero que con las visitas han encontrado otras maneras de enriquecerse como potenciar su imagen de marca, siendo algunas de ellas elemento de identidad de un territorio y, por tanto, pasando a formar parte del activo cultural y turístico del destino (Mancebo, 2010).



Imagen 1.1. Empresa Viva.
Empresa Procavi

2.3.2 TI de patrimonio industrial.

Desde los años sesenta, del pasado siglo, cada vez son más las sociedades occidentales que han decidido tomar una mayor conciencia por generar cierta “pasión” o por buscar el apoyo popular y oficial que contribuya a conservar, mostrar, utilizar y, en definitiva, salvar del olvido y la ruina los vestigios materiales y culturales propios de la civilización industrial (Llurdés i Coit, 1999).

A través del estudio del patrimonio industrial se puede comprender el pasado y reforzar la memoria colectiva (Pardo, 2008).

Pardo (2004) define el término “patrimonio” como los restos materiales de una época anterior y que ha pasado a incluir todo aquello que se considera como testimonio y huella del paso de culturas anteriores y ayuda a comprender de mejor manera el pasado, además de fortalecer la memoria como sociedad que todos tenemos.

De esta forma, la categoría de patrimonio industrial es la más contemporánea entre todas las formas de patrimonio, al abarcar un número significativo de estructuras, máquinas, e incluso herramientas del pasado ya muchas de ellas completamente en desuso. Las visitas a estos lugares ya inactivos revelan y ponen en valor actividades productivas pasadas tras las que hubo modos de vida y trabajo de lo más diversos.



Imagen 1.2. Patrimonio Industrial.
Centro de Interpretación arqueológica Lagar Osset.

2.4 NORMA DE CALIDAD TURÍSTICA (Q).

Queremos comentar esta norma tan importante en el Turismo Industrial ya que una de nuestras empresas elegidas, Procavi, lo tiene implantado en su empresa y en general, puede implicar algunos beneficios para las empresas que la implantan.

“La marca de garantía Q Calidad Turística es una marca española de reconocido prestigio dirigida a la certificación voluntaria de servicios turísticos. La “Q” es garantía de un servicio turístico de calidad y aporta prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigurosidad. Una organización turística obtiene la Q de Calidad Turística cuando evidencia el cumplimiento de los requisitos técnicos que su norma correspondiente dicta. La organización debe implementar un sistema de gestión orientado al servicio del cliente y a la mejora continua” (Calidad Turística, 2016).

Beneficios para su organización:

- Incrementar los clientes y lograr su fidelización.
- Optimizar los recursos y disminuir costes.
- Promocionar el establecimiento.
- Demuestra su compromiso con el cliente, ofreciendo un servicio de calidad.

Beneficios ante sus clientes:

- Garantizar la calidad de los productos y servicios que ofrece la organización.

Demuestra el compromiso del establecimiento certificado por alcanzar la plena satisfacción del cliente, cubriendo las necesidades y superando sus expectativas, ofreciéndole un servicio excelente (AENOR, 2020).



Imagen 1.3. Instituto para la Calidad Turística Española.
Fuente: Instituto Geográfico Nacional. Atlas Nacional de España

2.4.1 Ventajas de Calidad Turística (Q).

“La “Q” aporta a los establecimientos turísticos que la ostentan PRESTIGIO, DIFERENCIACIÓN, FIABILIDAD, RIGUROSIDAD Y PROMOCIÓN, esta última, por parte de la Secretaría de Estado de Turismo y las Comunidades Autónomas”.

Los establecimientos avalados por la "Q de Calidad" han pasado unas estrictas auditorías que aseguran que su prestación de servicio es garantía de calidad, seguridad y profesionalidad. Todo ello para asegurar a los clientes la mejor experiencia turística posible.

La obtención de la Marca implica a nivel externo para los establecimientos un aumento de la satisfacción de sus clientes (fomentando la fidelización directa e indirecta), una mejora en la reputación de la organización y la ostentación de un sello diferenciador frente al cliente potencial. A nivel interno, mejora la gestión y eficacia de las actividades que se realizan, optimiza los recursos, motiva al personal y establece un sistema para controlar de forma eficaz el desempeño de la organización (Calidad Turística, 2016).

Sectores relacionados

Esta certificación es una herramienta útil dirigida a cualquier entidad turística que quiera ofrecer sus clientes un servicio de calidad, acorde a sus expectativas en los siguientes sectores:

- Alojamientos Rurales, 183001
- Establecimientos Balnearios, UNE 186001
- Campings y Ciudades de Vacaciones, UNE 184001
- Campos de Golf, UNE 188001
- Convention Bureaux, UNE 187005
- Empresas de Turismo Activo, UNE-ISO 21101
- Espacios Naturales Protegidos, UNE-ISO 18065
- Estaciones de Esquí, UNE 188002
- Establecimiento de Tiempo Compartido, UNE 185001
- Oficinas de Información turística, UNE 14785
- Palacios de Congresos, UNE 187004
- Patronatos de Turismo, UNE 187007
- Hoteles y Apartamentos turísticos, UNE 182001
- Instalaciones Náutico Deportivas, UNE 188004
- Ocio Nocturno, UNE 188005
- Playas, UNE-ISO 13009
- Servicios de Restauración, serie de normas UNE 167000
- Servicios Turísticos de Intermediación, UNE 189001
- **Turismo industrial, UNE-ISO 13810**

Turismo industrial, UNE-ISO 13810

Esta norma internacional establece requisitos generales para los proveedores de servicios de turismo industrial que pretenden transmitir conocimientos sobre las actividades de producción, científicas y técnicas, tanto actuales como del pasado, basadas en procesos, saber-hacer, productos o servicios.

Los requisitos de esta norma internacional son aplicables a todos los servicios de turismo industrial (visitas y oferta adicional), relacionadas con la industria en activo, el patrimonio industrial o una combinación de ambos, incluidas las instalaciones y el equipamiento relacionados con dichos servicios, así como su funcionamiento interno.

Quedan excluidas las especificaciones técnicas correspondientes a los instrumentos y al equipamiento utilizados en estos servicios (Norma UNE-ISO 13810, 2016).

La Norma UNE-ISO 13810 establece requisitos para los proveedores de este tipo de servicios. Aquí se muestran algunos de ellos:

- La bienvenida debe tener lugar en la zona de recepción, donde los visitantes deben recibir información introductoria: descripción del servicio que se va a prestar; directrices en materia de protección, salud y seguridad y recomendaciones relacionadas con su comportamiento; los objetos que deben tratar con cuidado y devolver al final.
- El empleado que ejerza de guía debe ser fácilmente identificable, ir debidamente vestido en función de la visita del emplazamiento, conocer bien la zona donde se realiza la visita y adaptar la explicación y la visita guiada a los distintos tipos de visitantes.
- La visita debe incluir alguna explicación sobre la actividad industrial, en el marco de la zona en la que se encuentra y el proceso de producción. También debería permitir experiencias individuales como una degustación, experimentación, actividades prácticas o talleres.
- Los visitantes deberían ir identificados con algún distintivo y recibir un plano o guía de la visita.
- El emplazamiento debe disponer de lugares para sentarse durante la visita; recorrido de ésta delimitado; carteles visibles y limpios, e información para los visitantes relativa a las directrices de seguridad e higiene.
- Se recomienda finalizar la visita con un gesto cordial, como una degustación de los productos o la entrega de muestras.
- El proveedor del servicio debe brindar a los visitantes la oportunidad de expresar su opinión sobre el servicio para evaluarlo (AENOR, 2017).

2.5 TURISMO INDUSTRIAL EN LA PROVINCIA DE SEVILLA.

En los últimos años, en la provincia de Sevilla han madurado una serie de proyectos de inversión industrial con un alto componente tecnológico y de innovación, que, por volumen y singularidad, adquieren una relevancia internacional. Esta oferta supone introducir un elemento de diversificación como destino turístico, desde un planteamiento muy singular.

El efecto es conseguir que la oferta de la industria tradicional sevillana diversificada en los campos de patrimonio, agroalimentación, ganadería, artesanía y energía e industria se abra a la posibilidad de divulgación de sus modos de producción y la experimentación directa de sus productos y servicios (Jiménez, 2017).

El turismo industrial es un viaje hacia la curiosidad. Miles de fábricas y museos en todo el mundo abren sus puertas a visitantes deseosos por conocer las personas y las técnicas que hacen posible los productos que nos rodean, tanto de la actualidad como del pasado, desde los más cotidianos a los más avanzados.

También, se identifica con las raíces culturales del territorio, el saber hacer ancestral de nuestros pueblos, un legado económico y productivo que ha forjado nuestra identidad

que os acerca, a nuestros orígenes, a nuestra historia, a quiénes somos, a través del descubrimiento de los procesos y las tecnologías industriales y artesanales al tiempo que nos hace vivir experiencias únicas.

Sevilla cuenta con una enorme riqueza industrial que genera productos mundialmente conocidos por su calidad y que van desde los más tradicionales, como la elaboración artesanal de aceites, vinos y licores, derivados de la piel, cerámica o productos alimenticios de todo tipo, a las más modernas plantas de generación de energía solar, una potente industria aeronáutica o modernas instalaciones fabriles dotadas de los más avanzados sistemas digitales de fabricación (Turismo de la Provincia, 2016).

La provincia de Sevilla tiene una importante relevancia industrial con empresas en el sector agroalimentario como bodegas, almazaras, destilerías o talleres de forja u orfebrería entre otros, vinculados con procesos tradicionales y artesanales, además de contar con innovadoras industrias relacionadas con las nuevas tecnologías y el I+D. Esto, unido a la aparición de nuevas ofertas turísticas ligadas a la industria y a los procesos industriales, ha motivado el impulso y potenciación del turismo industrial en la provincia. Más concretamente, los inicios del desarrollo e impulso del turismo industrial en la provincia de Sevilla se sitúan en el año 2013, momento en el que la Diputación de Sevilla tomó conciencia del valor y la idoneidad de fomentar el turismo industrial como instrumento de dinamización socioeconómica de la provincia (Moral Moral & Velicia Martín, 2017).

El turismo industrial en Sevilla abarca todos los sectores productivos, siendo los principales los siguientes: agroalimentario, quizá el más extendido por la importancia que esta industria tiene en nuestra vida; energía e industria donde están cobrando importancia las empresas relacionadas con la obtención de energías renovables, ofreciendo visitas a centros de producción donde la I+D es clave; ganadería, artesanía y patrimonio industrial propiamente dicho, para un recorrido por la herencia que nos ha ido dejando el tejido empresarial con los años (PRODETUR, 2016).

Las expectativas cada vez más prometedoras del Turismo Industrial han hecho que las administraciones hayan empezado los últimos años a poner especial empeño en potenciarlo, entre otras cosas porque no sólo sirve de motor económico para los municipios, sino que complementa el resto de la oferta de los destinos (PRODETUR, 2016).

Las empresas Sevillanas más destacadas por Prodetur en su página web son, Bodegas de Fuente Reina (Constantina), Aceites 1881. Sat Santa Teresa (Osuna), Anis LOS HERMANOS-PUERTO DE INDIAS (Carmona), Bodegas Francisco Salado (Umbrete), Industria Sombrereras Españolas, S.A. (Salteras), INÉS ROSALES (Huévar del Aljarafe), La Cartuja de Sevilla (Salteras), Museo de Cal de Morón (Morón de la Frontera).

Describe todos los recursos del TI en la provincia de Sevilla clasificado por tipos (Patrimonio Industrial, Ganadería, Artesanía, Energía e Industria y Agroalimentación) y municipios. Se resume en el **Anexo** de este trabajo.

Desde la página de Diputación de Sevilla, Prodetur, podemos ver como desde el 2018 se viene realizando la Feria de Turismo Industrial de la Provincia de Sevilla. El año pasado, se realizó la II Feria de nuestro tema de estudio, en el que se explica que, el "Turismo Industria es un viaje hacia la curiosidad. Fábricas y museos que abren sus puertas a visitantes deseosos por conocer las personas y las técnicas que hacen posible los productos que nos rodean, tanto de la actualidad como del pasado, desde los más cotidianos a los más avanzados." Los objetivos de esta feria anual son:

- Fomentar el conocimiento de la gente de Sevilla y su provincia de la oferta de turismo industrial existente en la provincia.

- Incentivar la conexión de las distintas empresas de la Provincia de Sevilla y acercarla a un mercado más amplio.

CAPITULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS OBTENIDOS.

3.1. INTRODUCCIÓN.

En el presente capítulo procederemos a describir el método de investigación, recopilación y análisis de los datos que nos ha llevado a extraer las conclusiones que más adelante se describirán y, por supuesto a dar respuesta a las preguntas planteadas en nuestro cuestionario.

En nuestra investigación hemos contado con la ayuda de empresas Sevillanas de distintas tipologías del Turismo Industrial, tanto Agroalimentaria, Ganadería, Patrimonio Industrial, Artesanía y Energía e Industria. Estas empresas han estado a nuestra disposición a la hora de recaudar datos para realizar las gráficas que mostramos en el siguiente apartado.

Antes de entrar en materia sobre el análisis de la exploración de los resultados, es importante resaltar que la investigación realizada ha tenido un tiempo determinado y que muchas empresas están cerradas y no hemos podido obtener información acerca de ellas por la situación del País.

3.2. ELEMENTOS BASICOS DE LA INVESTIGACIÓN.

En este campo nos vamos a centrar en definir el Plan de Muestreo que hemos utilizado. Para poder explicar con mayor claridad los elementos que forman el estudio de nuestra investigación, hemos decidido seguir la estructura ya propuesta en la monografía titulada “Manual de investigación de mercados turísticos” de los profesores (López Bonilla, J.M y López Bonilla L.M (2015).

- **Población de Estudio:** Nuestra población de estudio está formada por empresas que forman parte del TI de la provincia de Sevilla. Desde la página Web de Prodetur hemos podido obtener la información de las empresas de TI para contactar con ellas, hemos enviado el correo a 144 empresas, de estas muchas dieron correos erróneos y otras empresas nos respondieron que habían dejado el TI o que el año pasado no recibieron visitas. Hemos podido contar con 16, que son las que nos han ayudado facilitándonos la información solicitada. Las respuestas obtenidas con nuestro cuestionario nos han permitido conocer cuáles son las percepciones de los directivos de las empresas que prestan servicios de TI a nivel provincial.
Más concretamente, y con la finalidad de profundizar en su análisis se adopta como metodología de investigación el método de dos casos concretos. Estas son las dos empresas, Procavi y El Centro de Interpretación Arqueológica Lagar de Osset en las que profundizamos, que fueron premiadas el pasado año por VI Premios Turismo Industrial Provincia de Sevilla en sus modalidades de Industria Viva y Patrimonio Industrial respectivamente.

- **Métodos de Muestreo:** La recogida de la información ha sido realizada a través de un cuestionario realizado para obtener aquello que más nos ha interesado (Barrena Guerrero, 2018).

Una vez realizado el cuestionario, investigamos como hemos mencionado anteriormente en la página de Diputación de Sevilla, Prodetur, las empresas que implanta TI en nuestra Provincia y de ahí obtuvimos los correos y teléfonos para comenzar la investigación

Se realiza la fase de obtención de la información primaria solicitando información referente al número de visitantes, sector al que pertenece, nivel de satisfacción y recomendación de la visita, así como cualquier otra información que hemos considerado de interés.

Se elaboró un cuestionario que puede consultarse íntegramente en el **Anexo** del presente trabajo, quedando dividido en dos partes: una con información más general sobre la empresa (Cuestiones previas) y una segunda parte más centrada al TI (Cuestiones específicas).

- **Cuestiones Previas:** En ese apartado incluimos cuestiones iniciales en las que se solicitaba datos de carácter informativo como Nombre de la Organización y municipio al que pertenece, como al sector o el número de visitas que recibe. También hemos incluido aquí el año en el que se inició el TI en la empresa.
- **Cuestiones Específicas:** En las cuestiones más específicas realizamos 9 preguntas con una respuesta corta, SI o NO. Aquí nos hemos adentrado más al TI con preguntas como si cobran por la realización de visitas, si utilizan las visitas para la venta de sus productos o servicios, la recomendación del TI a otras empresas. También otras relacionadas con la mejora de la empresa y sobre el ámbito financiero como consecuencia de la implantación del TI.

Una vez obtenida la información fue clasificada y sintetizada para su posterior análisis permitiendo extraer conclusiones generales.

En la metodología de casos concretos hemos estado buscando información por internet y poniéndonos en contacto con las dos empresas para obtener información relativa a: por qué se presentaron al concurso VI Premios Turismo Industrial de la Provincia y cuáles fueron las bases que tuvieron que cumplir para poder optar a este premio. Los criterios para optar por este premio fueron algunas de las siguientes:

- Antigüedad, tradición y grado de consolidación alcanzado en la prestación del servicio de Turismo Industrial.
- Características de calidad del servicio prestado.
- Servicios complementarios ofrecidos al visitante (degustaciones, tienda, zona de aparcamientos, etc.).
- Incorporación de elementos innovadores en la prestación del servicio.
- Esfuerzos demostrados por mejorar el servicio turístico ofertado, la vinculación de los ciudadanos, su integración, y el conocimiento del presente, pasado y futuro de la localidad en la que viven y en la que se desarrolla la actividad de Turismo Industrial.
- Diversidad y características de los visitantes más habituales.

3.3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Como hemos comentado anteriormente el TI se sitúa como una rama emergente del turismo cultural en la que el principal atractivo radica en conocer las tradiciones y la cultura industrial de un territorio. A este respecto, las empresas encuestadas representan una parte de la amplia oferta de turismo industrial presente en la provincia de Sevilla tanto en su modalidad de “industria viva” como “Patrimonio Industrial” de las tradiciones industriales y productivas de un territorio.

En este apartado vamos a mostrar los resultados obtenidos a partir de las respuestas dadas a los cuestionarios. Dadas las limitaciones de dimensión de nuestro trabajo, relacionaremos a continuación de manera esquemática los resultados obtenidos como consecuencia de la investigación.

Los gráficos seleccionados para la representación de la información obtenida se han representado de una manera sencilla para fórmula de visualización.

Entrando de lleno, en primer lugar, en el comentario de los resultados que se han obtenido respecto de las cuestiones previas que se planteaban en el cuestionario, los datos que se deducen de la muestra analizada son los siguientes:

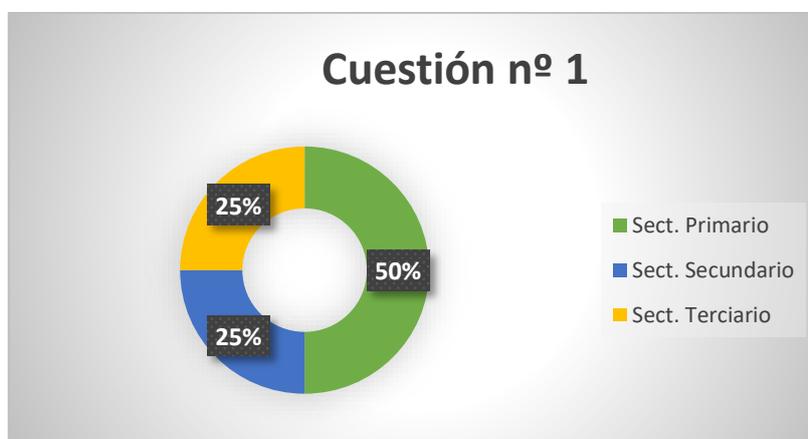


Gráfico 1.1. Sectores
Fuente: Elaboración propia.

A La pregunta, ¿a qué sector pertenece su empresa? La respuesta ha sido esta, con un 50% encabezando el Sector Primario, relacionado con obtener alimentos y materias primas del medio natural (agricultura, ganadería, pesca y explotación forestal). El Sector Secundario y Terciario coinciden con un 25%; el secundario representa la transformación de las materias primas en productos elaborados (industria, construcción, minería) y el terciario, son los que presentan un servicio a la sociedad (comercio, transporte, sanidad, educación, turismo).

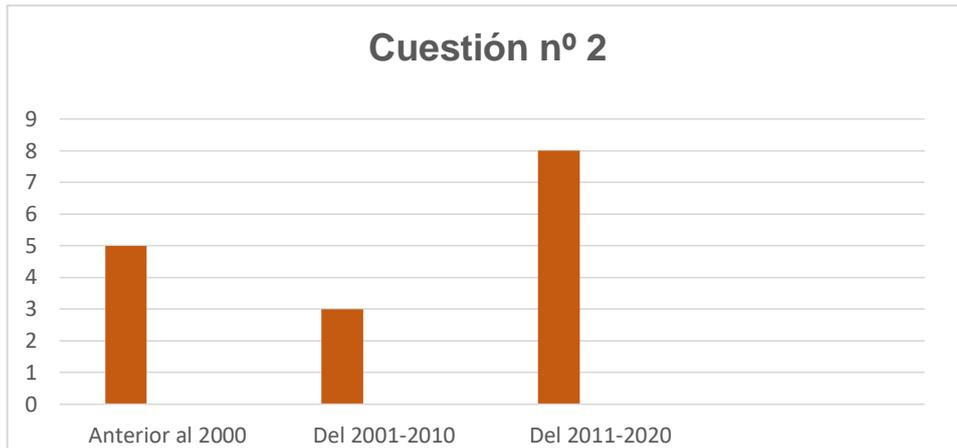


Gráfico 1.2. Año de Implantación.

Fuente: Elaboración propia.

Según el año en que implantaron el Turismo Industrial en cada empresa, hemos realizado tres grupos, el primero, desde la primera fecha que tenemos conocimiento 1960 hasta el 2000, con 5 empresas. A continuación, en el periodo 2001 a 2010, con 3 empresas y en el último bloque desde 2011 hasta la actualidad 2020 con unas 8 empresas. Como podemos observar, a la mayoría de las empresas a las que le hemos realizado el cuestionario comenzaron a implantar en su actividad el TI en estos últimos 15 años, coincidiendo así, con el creciente interés de la sociedad por este tipo de actividad.

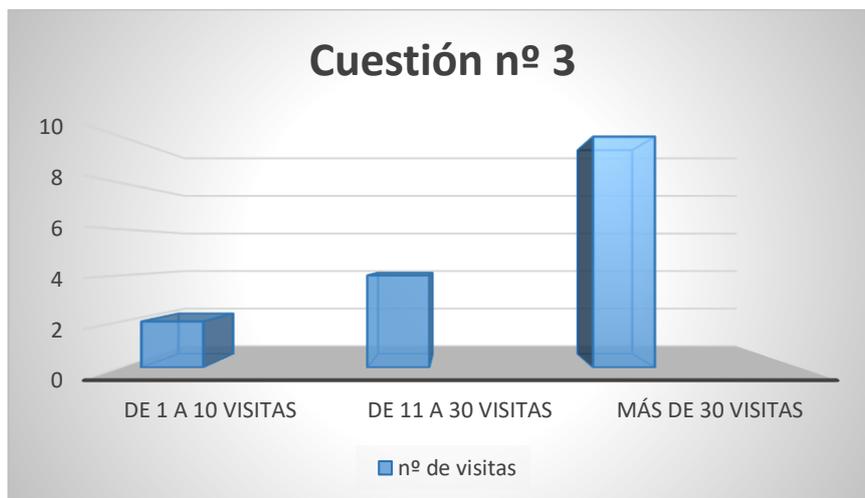
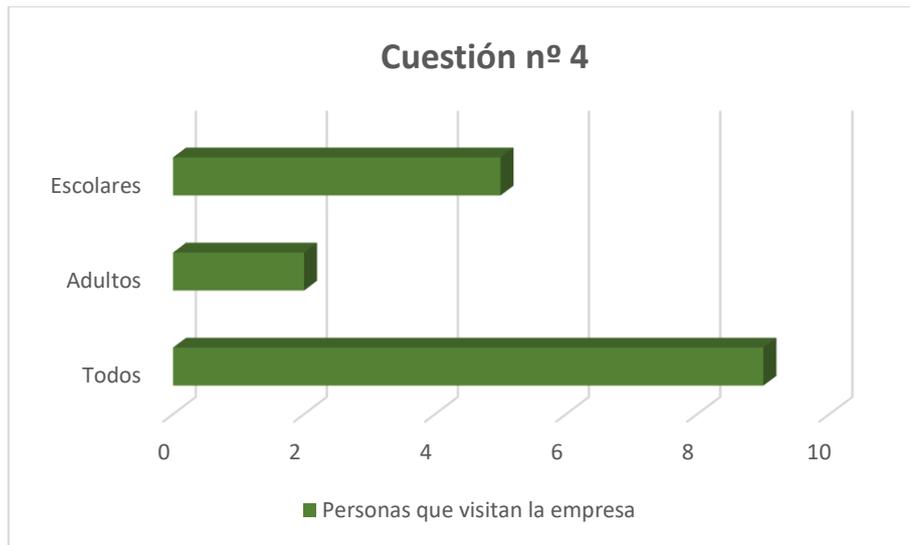


Gráfico 1.3. N.º de visitas en un año.

Fuente: Elaboración propia.

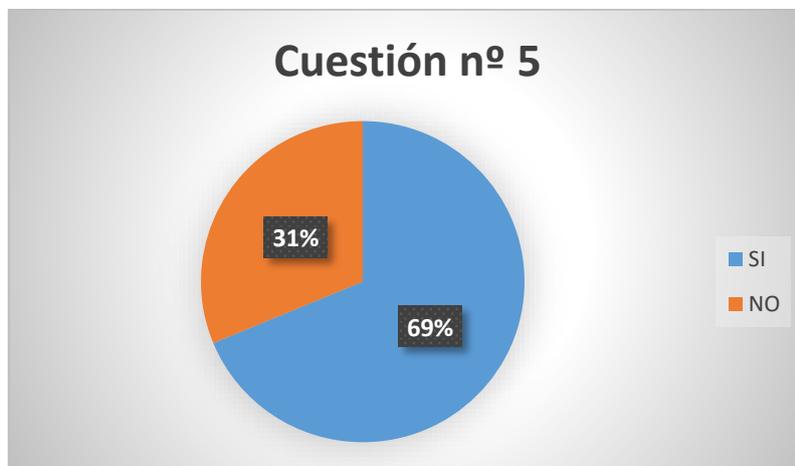
Esta Grafica nos indica la cantidad de visitas al año que se realizan a las empresas encuestadas. Las visitas se realizan en grupo, máximo unas 50 personas y como mínimo 10. Como podemos observar la mayoría de las empresas realizan más de 30 visitas al año, llegando algunas de ellas a superar 500 visitas, hasta una en concreto que realiza 1500 visitas. Otras de las encuestadas obtienen escasas visitas ya que son empresas pequeñas y no se tienen tanta publicidad de ellas.



Gráfica 1.4. Personas que realizan las visitas.
Fuente: Elaboración propia.

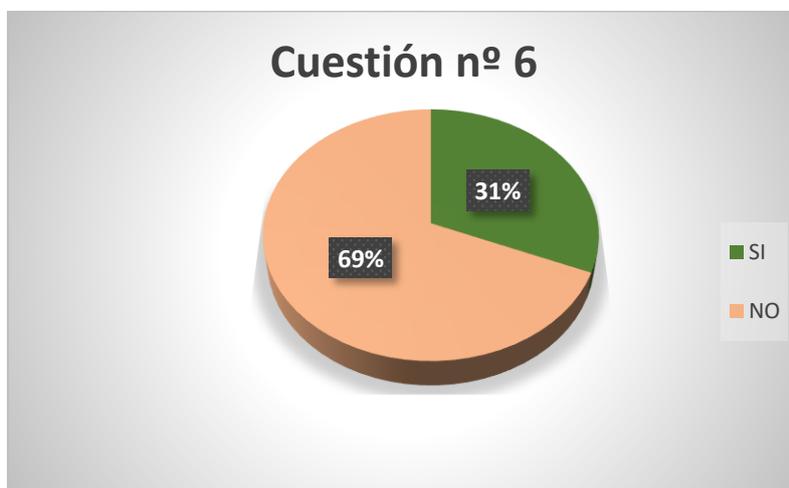
En cuanto al perfil de las personas que realizan las visitas a nuestras empresas encuestadas, en la mayoría de ellas no hay diferencia entre colectivos, recibiendo visitas de niños y adultos. Determinadas empresas solo reciben visitas de escolares y por el contrario otras solo reciben visitas de adultos. La mayoría de las empresas nos han indicado que las visitas son guiadas y preferentemente con personal de la propia empresa, ya que tienen altos conocimientos de todos los procesos y de la historia de la empresa.

Con la siguiente cuestión, entraremos a analizar aquellas valoraciones específicas acerca de las actividades propias de TI.



Gráfica 1.5. Comercializan sus P/S en la visita.
Fuente: Elaboración propia.

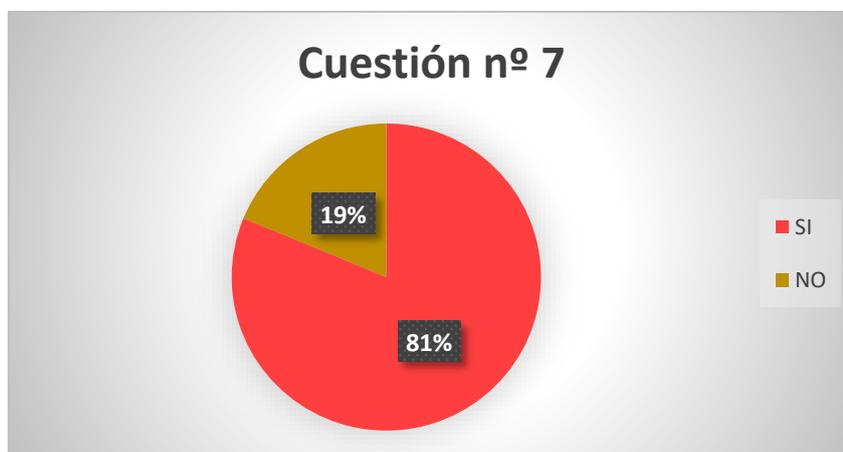
Del total de empresas encuestadas, un 69% aprovecha la visita para comercializar sus productos, ya que es uno de los principales incentivos que les reportan beneficios en la actividad de TI. El resto de las empresas, un 31%, opta por no comercializar sus productos o servicios de manera directa con las visitas. Investigando un poco más nos hemos dado cuenta de que casi todas las empresas que comercializan su producto o servicio en las visitas pertenecen al Sector Primario y Terciario, y las que no lo comercializan al Sector Secundario.



Gráfica 1.6. Cobro por las visitas.

Fuente: Elaboración propia.

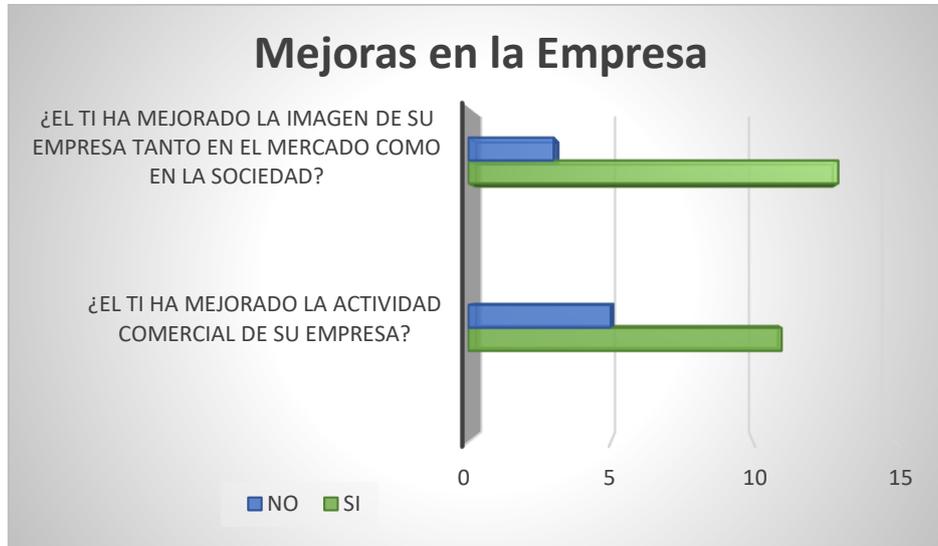
De las 16 empresas encuestadas, un 69% de ellas no cobra por la realización de estas visitas, ya que en relación con otras preguntas no es significativo el coste que les supone la puesta en marcha de estas visitas, ya que son realizadas con personal de la propia empresa. Un 31% sí cobra por la realización de estas visitas.



Gráfica 1.7. Captación de nuevos Clientes.

Fuente: Elaboración propia.

A la pregunta, ¿Con las visitas ha captado nuevos clientes?, la mayoría de las de empresas, con un 81% dicen que gracias a la implantación del TI han captado nuevos clientes frente un 19% que aun teniendo visitas con el TI no han captado nuevos clientes. Observamos que las empresas con mayores visitas son las que nos responde que han obtenido nuevos clientes.

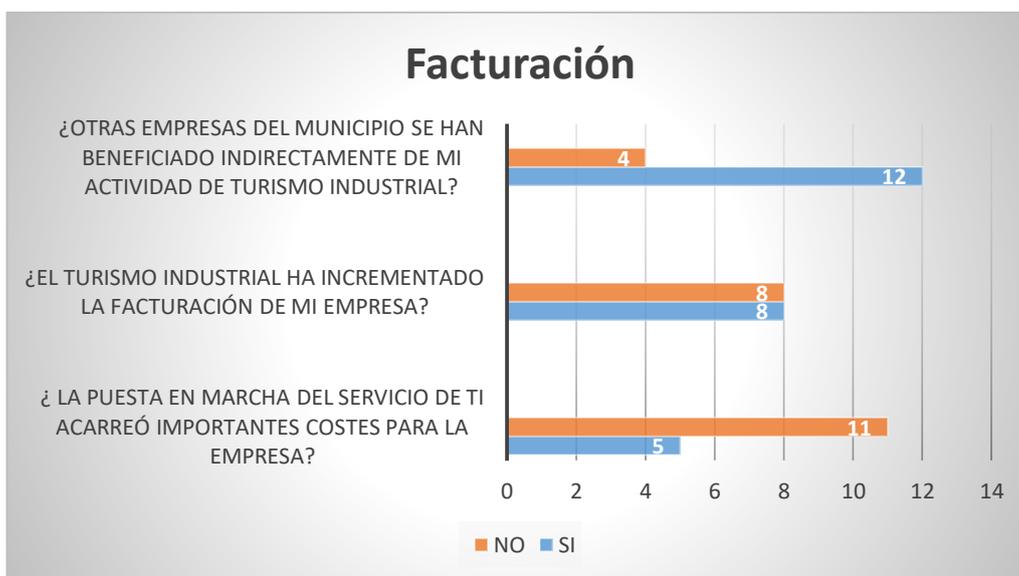


Gráfica 1.8. Preguntas relacionadas con la mejora de la Empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Las cuestiones planteadas están relacionadas con la mejora de la empresa gracias al TI, en primer lugar, la pregunta ¿El TI ha mejorado la imagen de su empresa tanto en el mercado como en la sociedad?, la mayoría de las respuestas (13 empresas) son que Sí han mejorado su imagen frente a 3 que no han tenido mejora.

La otra pregunta, ¿El TI ha mejorado la actividad comercial de su empresa?, 11 de las empresas encuestadas afirman que sí ha mejorado la actividad comercial frente a 5 empresas que no aprecian esa mejora.



Gráfica 1.9. Preguntas del Ámbito Financiero.

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar en el gráfico, en cuanto al incremento de la facturación de las empresas respecto a la realización del Turismo Industrial, observamos una igualdad de 8 empresas en cada respuesta. En la cual 8 empresas responden que sí se ha incrementado la facturación y otras 8 que no. Por otro lado, 12 empresas de las encuestadas dicen que otras empresas del Municipio se han beneficiado de su actividad de TI, en contra de 4 empresas que creen que no se han beneficiado. La última cuestión nos indica que, a 11 de las empresas no les ha supuesto importantes costes la implantación del TI a su empresa, de lo contrario a 5 de ellas sí les ha supuesto un coste adicional importante, sobre todo en adecuación del espacio.

También podemos comentar en esta gráfica que las empresas que les ha supuesto un importante coste la puesta en marcha del TI son las empresas que obtienen un número mayor de visitas.

3.3.1 Resultados de Casos Concretos.

Como hemos comentado anteriormente, hemos estudiado dos casos concretos, “El Centro de Interpretación Arqueológico Lagar de Osset” y la empresa “Procavi”. Ambas recibieron el VI Premio Turismo Industrial Provincia de Sevilla el pasado año 2019. A este premio optaron once empresas, de las que siete de ellas optaron a “Industria Viva”, o empresas en funcionamiento que acoge visitas turísticas, y cuatro para la de “Patrimonio Industrial”, relacionada con aquellos vestigios materiales e inmateriales de organizaciones o actividades económicas de los municipios que, formando parte del pasado y teniendo un atractivo turístico claro, ya dejaron de estar en activo.

El jurado valora en las distintas candidaturas la antigüedad, tradición y grado de consolidación alcanzado en la prestación del servicio de Turismo Industrial, los servicios complementarios que se ofrece al visitante (degustaciones, tienda, zona de aparcamiento, etcétera), valores que se potencian con la actividad; la vinculación con la ciudadanía del entorno, la consideración de criterios de accesibilidad y sostenibilidad en el diseño y prestación del servicio, la incorporación de elementos innovadores, el grado de diversificación de la oferta o la excelencia en la gestión, entre otros aspectos. (Europa Press, 2019).

En el **Anexo** de este trabajo podemos ver el documento con las Bases Generales para la participación en este concurso.

1. El **Centro de Interpretación Arqueológico Lagar de Osset** de San Juan de Aznalfarache recibió el premio por Patrimonio Industrial en el concurso VI Premios Turismo Industrial Provincia de Sevilla el año 2019. En este centro podemos visitar restos arqueológicos del periodo turdetano como romano y el almohade. Sin embargo, lo que resulta de especial interés e importancia es a lo que han denominado "Lagar de Osset".

Los restos arqueológicos tienen una cronología del s. III a.C. En ese momento, San Juan era una ciudad cuya economía estaba basada en la elaboración y exportación de vino a todo el Mediterráneo.

Gracias a la investigación arqueológica, podemos visitar restos de este lagar y conocer el funcionamiento de una industria vinícola con 2300 años de antigüedad.

Las ruinas documentadas nos permiten hacer un recorrido por todas las fases productivas de la elaboración del vino, desde el pisado de la uva hasta el trasvase y almacenamiento de vino.

En el recorrido podemos observar partes muy interesantes como las balsas de pisado, en el que se realiza el pisado de la uva de las que ya se obtiene el primer mosto. Continuamos pasando por la prensa, en la que hay una presa de palanca accionada por tornillo, la cual multiplicaba la producción y es de gran importancia para la historia de San Juan. Finalizando en las piletas o balsas de fermentación y decantación, el mosto una vez pisado y/o prensado, caía en unas balsas de decantación. Estas piletas fueron excavadas en el terreno, de las que se han documentado seis. El mosto permanecía en estas piletas alrededor de una semana, hasta que el vino fermentara y se retiraran las impurezas. Una vez fermentado y decantado el mosto, se dejaría envejecer en estos mismos contenedores hasta la hora de envasarlos y darle el acabado requerido para cada tipo de vino.

También se visita la bodega, en la que se lleva el proceso de envejecimiento del vino, que se realiza en espacios subterráneos a uno 3,5 m de profundidad.

Se realizan visitas adaptadas a diferentes perfiles de público:

- Escolare. Realización de talleres relacionados con el pasado histórico del municipio, gymkhanas, mosaicos, etc.
- Colectivos especializados (historiadores, arqueológicos, etc.). Se proporciona información más específica según el grupo, ofrecida por arqueóloga experta.
- Extranjeros. Visitas ofrecidas en inglés.
Como parte de las visitas guiadas, se suelen realizar numerosas catas de vino, por supuesto a destacar la de nuestros vinos Primus o Ossetanum de la marca "Lagar de Osset".

En definitiva, podemos decir que se trata de un conjunto de patrimonio industrial único por varios motivos; en primer lugar, por su antigüedad que se trata de un lagar de vino con carácter industrial y exportador del s. III a.C; en segundo lugar porque Osset fue pionera en la implantación de nuevas tecnologías, en concreto en la prensa de palanca accionada por tornillo; en tercer lugar porque se trata de un complejo único, del que no existen paralelos; en cuarto lugar, porque en él se puede apreciar el proceso productivo completo; en quinto lugar porque se encuentra perfectamente conservado y por último, porque se localiza en el interior de un edificio construido con el fin de enseñar estos restos al mundo.

2. **Procavi** situada en el municipio de Marchena, fue la otra empresa ganadora el pasado año en los VI Premio Turismo Industrial Provincia de Sevilla. Esta empresa está dedicada a la producción integral de carne de pavo y es una de las empresas líderes de Europa.

En el año 2005 crearon el proyecto "Conoce Procavi" con el objetivo de darle a conocer a diferentes sectores de la población la empresa desde dentro. Se ofrecen dos tipos de visitas guiadas diferenciándolas según el perfil, en especialistas (clientes, estudiantes universitarios...) y en genérica (colegios, asociaciones...). Desde su inicio hasta ahora han pasado más de mil personas por las instalaciones.

Todo el proceso ocupará prácticamente la mañana, desde las 10:00 horas en que se recibe al visitante hasta las 14:00 horas, cuando suelen abandonar las instalaciones.

La visita consta de varias partes, el primer lugar, reciben a las personas en el salón de actos, donde se visualiza un video corporativo y una pequeña presentación de la empresa para resolver dudas previas que puedan tener los visitantes. Posteriormente se les coloca el kit de vista para poder visitar la zona de la planta de producción.

En un principio se visualizan las zonas de producción desde los ventanales, cumpliendo siempre con los flujos que nos indican desde el departamento de calidad. Una vez explicadas las partes más significativas se accede a la parte de producción donde se puede comprobar in situ el trabajo propio de los operarios además de los medios de control instaurados en el proceso.

Una vez revisada la planta, se acompaña a la visita al laboratorio para que conozcan el trabajo de investigación y control que se realiza a diario en nuestras instalaciones. Además, se explican procedimientos rutinarios como estudios de vida útil, control de aguas, estudios microbiológicos de todas las partes del proceso. Tras esta parte, la visita se lleva a la zona de cafetería donde se ofrecen diferentes productos de carne de pavo para que puedan apreciar las diferentes formas de cocinado de ella.

Para acabar la visita se ofrece un obsequio en función del perfil del visitante, diferenciando entre adultos y niños. Se muestra también la tienda existente en Procavi, donde se exhiben numerosos formatos de productos diferentes a los existentes en las grandes cadenas de distribución.

Los principales valores que se quieren potenciar desde la empresa es conocer los beneficios de la carne de pavo, una carne rica en proteínas y bajo contenido en grasa y sal, lo que le confiere propiedades idóneas en dietas de adelgazamiento y sanas en general. También se muestra al visitante el desarrollo establecido en la empresa, donde existen grandes innovaciones en tecnología de envasado y control de producto. Procavi es una empresa líder en el sector y la visita debe ser consciente de ello.

Como se ha comentado, los visitantes son diversos, de ámbitos variados y con diferentes perfiles, tanto social como laboral. Para ello, Procavi intenta adaptarse a cualquier perfil de visitante. Un ejemplo claro lo tenemos en la adaptación de la visita a personas sordas con un intérprete en lenguaje de signos.

Por ello, Procavi es una empresa candidata al Premio de Turismo Industrial. Por la calidad de su servicio con el visitante, por sus mejoras en accesibilidad y por su compromiso para la integración de la empresa en el sector turístico-industria.

CAPITULO 4

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y LINEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.

4.1. CONCLUSIONES OBTENIDAS DE LA INVESTIGACIÓN.

En la última década, el sector turístico nacional e internacional ha sido y es el motor de la economía española, Desde la última crisis del 2008, donde el producto interior bruto nacional descendió a unos niveles mínimos, todos los agentes sociales dedicaron sus esfuerzos a impulsar el turismo, desde las zonas más rurales hasta las grandes urbes.

Por la importancia del turismo a nivel nacional y muy principalmente en la provincia de Sevilla, donde ha crecido en los últimos 20 años a una velocidad de vértigo, hemos dedicado nuestro estudio al turismo industrial.

El turismo industrial es, una rama del turismo cultural que en los últimos tiempos está en auge tanto en su vertiente patrimonial (visitando antigua fábrica, minas, molino y otras instalaciones que han cesado su actividad productiva y que han sido puesta en valor turístico cultural) como en su vertiente de Industria viva (visitando empresas actualmente en activo).

El turismo industrial nos permite conocer la realidad de un territorio, su historia y actividad económica, entender su desarrollo urbanístico, interpretar el paisaje, en definitiva, saber de qué han vivido y cómo y de qué viven los habitantes del lugar que se visita.

Si nos centramos en el turismo industrial patrimonial, podemos descubrir durante la visita unas sensaciones desde el recuerdo y para el recuerdo. Al interés cultura, intelectual y científico que nos encontramos en la visita a una antigua fábrica de vinos donde se aprecian los avances tecnológicos productivos del pasado en relación a la actualidad, podemos pensar y ponernos en la piel de aquella clase obrera que hace tan solo un par de generaciones trabajaba y vivía en penosas condiciones laborales y de derecho social, y qué mayor experiencia de inmersión en el destino que viajamos que compartir el espacio de trabajo del que fue un lugareño, donde nos impresionamos con un saber hacer heredado de generación en generación que nos permite comprender por qué el vino es un producto íntimamente ligados a ese lugar .

Con el estudio a este centro arqueológico que hemos analizado durante todo el trabajo podemos concluir que este tipo de turismo industrial patrimonial es para los curiosos de la historia porque nos permite llegar a las entrañas de una sociedad y a lo que fue su territorio.

Esta tipología de turismo industrial es una actividad de interés para un determinado territorio donde podemos enumerar a grandes rasgos los siguientes beneficios:

1. Es un elemento de dinamización socioeconómica en favor del territorio.
2. Promueve los valores de la cultura industrial pasada y presente
3. Fomentar la colaboración entre los diferentes agentes sociales del territorio
4. Favorecer la sensibilización por los recursos
5. Y muy fundamental desestacionalización de la oferta turística tradicional

Centrándonos ahora en la otra vertiente, el turismo industrial como industria viva donde hemos conocido una pequeña-gran empresa de productos alimenticios de primera necesidad ubicada en un pequeño municipio, ha implantado el turismo industrial como

algo complementario a su actividad principal, dedicándole además la importancia por los beneficios que le puede ocasionar en un futuro, implantando la Q de calidad.

Esta industria viva se convertirá con el paso de décadas en turismo patrimonial.

Al adentrar al turista y enseñarle las infraestructuras de la empresa da a conocer sus productos, su proceso de fabricación, el factor humano que la compone.

Te la información recibida de las diferentes empresas y en concreto de Procavi podemos concluir que los beneficios del turismo industrial en la industria viva son los siguientes:

1. Una promoción directa a los consumidores locales nacionales e internacionales.
2. Mostrar la transparencia al exterior con la que la empresa trabaja.
3. Aprovechar la visita del turista e impulsar las ventas de la compañía.
4. Con este conocimiento al exterior se busca un aumento de la competitividad y productividad de la empresa.
5. El cliente se ha sentido parte integrante de la misma, se siente satisfecho lo que conlleva un incremento en el nivel de ventas.
6. Mejorar la imagen y el posicionamiento de la empresa integrando estas visitas dentro de su plan de desarrollo de marketing.

Analizado todos los beneficios que hemos ido enumerando no llama mucho la atención que en la provincia de Sevilla dónde existen más de 80000 empresas sin contar autónomos son menos de 200 empresas las que tienen implantado el turismo industrial como actividad complementaria a su actividad principal.

Aunque algunas de las empresas consultadas, 3 o 4, vienen desarrollando actividades de turismo industrial desde el año 1991, la mayoría es a partir del año 2012/2013 cuando se aprecia un incremento de las empresas que implantan el turismo industrial.

Teniendo la referencia de otras comunidades de España y de otros países como Alemania, Bélgica, Francia, en la provincia de Sevilla sólo aproximadamente el 0,15% de las empresas tienen implantado el turismo industrial como algo complementario a su actividad principal.

4.2. LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y LINEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN.

Para realizar este estudio pensamos que una gran limitación ha sido el ámbito territorial en el cual no hemos movido. Centrar el estudio sólo en la provincia de Sevilla no nos permite conocer su evolución y si su implantación está en consonancia con otros territorios cercanos. Mucho más interesante hubiera sido hacerlo a un nivel más autonómico donde hubiéramos podido comparar diferentes provincias, territorios con las mismas ayudas públicas y con un tejido empresarial similar hubiéramos podido ver la diferencia entre unas y otras, y porqué unas han avanzado más.

La mayor barrera con la que no hemos encontrado para desarrollar e investigar este estudio ha sido la situación actual del COVID 19.

Un trabajo que comenzamos su desarrollo como hemos dicho antes en febrero de este año 2020, Nos encontramos que el 14 de marzo se programó el estado de alarma a nivel nacional lo cual conllevó a que muchas empresas la gran mayoría estuviera encerrada o haciendo teletrabajo y no nos ha permitido contactar con las personas responsables de la implantación del turismo industrial en cada una de las empresas a las que hemos llamado.

Una pregunta que se queda en el aire es una vez analizada todos los beneficios de la implantación del turismo industrial principalmente en la industria viva por qué o qué es lo que frena que las empresas o en la mayoría de ellas no trabajen para la implantación del turismo industrial.

Pensamos qué tiene mucho que ver con las limitaciones en las ayudas públicas que se destinan a este ámbito, o quizás también la falta de asesoramiento o la, falta de información a esos empresarios de los beneficios de la implantación del Turismo industrial.

Finalmente, en cuanto a las posibles líneas futuras de investigación, es preciso mencionar que, una vez conseguido los objetivos propuestos al inicio del estudio, la investigación no debería finalizar aquí puesto que hay muchas variables aún por estudiar; como otras empresas muy importantes en nuestra provincia que no se han comentado aún.

Bibliografía

- AENOR. (2020). *Certificación - Calidad turística (Q)*. AENOR.
<https://www.aenor.com/certificacion/turismo-y-ocio/calidad-turistica>
- AENOR. (2017). *Confianza te hace imparable. Las grandes tendencias de la Economía*. (Nº. 324), 48-49. <https://issuu.com/revistaaenor/docs/revista324marzo2017>
- Álvarez Areces, M. A. (2007). El patrimonio industrial en España. Situación actual y perspectivas de actuación. En actas Jornadas del Patrimonio Industrial y de la Obra Pública (pp. 9-28). Zaragoza: Gobierno de Aragón.
- Barrena Guerrero, R. (2018). El turismo industrial en la provincia de Sevilla: un análisis exploratorio de las percepciones de los oferentes de servicios de turismo industrial de Turismo Viva (Trabajo Fin de Grado).
<https://idus.us.es/handle/11441/78239#.XIZQr-FxfVU.mendeley>
- Calidad Turística. (2020). *Instituto Calidad Turística Española*.
<http://www.calidadturistica.es/index.aspx>.
- Cánoves, V. y Prat Forga (2012). Las asociaciones como eje vertebrador de desarrollo del turismo industrial: La red Xatic y el turismo industrial en Cataluña. *Revista de Análisis Turístico*, 13(1), 29-49.
- Díaz, J. (2012). *Turismo Industrial en Toledo. La cámara de Toledo y el turismo industrial. Comunicación presentada en el Encuentro patrimonio industrial y turismo*. Ferrol: UIMP. *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 2014, vol. 60/2 349-368
- Edwards, J. A. y Llundés i Coit, C.L. (1996). *Mines and quarries: Industrial heritage tourism*. *Annals of tourism research*, 23(2), 341-363.
- Europa Press. (2019). *Diputación de Sevilla entrega este jueves el VI Premio Turismo Industrial Provincia al que optan once empresas*.
<https://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-diputacion-sevilla-entrega-jueves-vi-premio-turismo-industrial-provincia-optan-once-empresas-20190610140857.html>
- Frew, A. E. (2008). Industrial tourism theory and implemented strategies. In A. G. Woodside (Ed.), *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research* (Vol. 2, pp. 27-42). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S1871-3173\(08\)02002-8](https://doi.org/10.1016/S1871-3173(08)02002-8)
- Instituto Geográfico Nacional de España, A. (2019). *CAPÍTULO 12 Turismo*.
http://www.ign.es/web/resources/docs/IGNCnig/ANE/Capitulos/12_Turismo.pdf
- Jiménez, F. J. (2017). *Turismo industrial en Sevilla: cómo conocer a fondo la cultura del trabajo en la provincia*.
https://www.eldiario.es/andalucia/pasaporte/sevillaprovincia/Turismo-industrial-Sevilla-conocer-provincia_6_663593637.html

- Junta de Andalucía. (2020). *Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020*. <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/export/sites/ctc/galleries/Planificacion/Plan-marketing-turistico-2020-12012017.pdf>
- Ledesma, M. (2016). *Periodismo Turístico. Muchos principios y algunos finales*. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/01/Periodismo-turístico-muchos-principios-y-algunos-finales-de-Miguel-Ledhesma-PDF.pdf>.
- Llurdés i Coit, J. C. (1999). *Patrimonio industrial y patrimonio de la humanidad: el ejemplo de las colonias textiles y catalanas. Potencialidades turísticas y algunas reflexiones*. Boletín de Asociación de Geógrafos Españoles, (28), 147-160.
- Mancebo, J. F. (2010). *Innovar en tiempo líquidos: de la industrial al turismo y viceversa*. Casos de turismo industrial. Consultado en: <http://www.slideshare.net/jmancebo/mancebo-jf-2010innovar-en-tiempos-liquidos>
- Moral Moral, M., & Velicia Martín, F. (2017). *El turismo industrial como oferta turístico-cultural en la provincia de Sevilla: un estudio de casos*. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(4), 143–163.
- Normalización Española. (2016). *UNE-ISO 13810:2016*. <https://www.une.org/encuentra-tu-norma/busca-tu-norma/norma/?c=N0057739>
- Otgaard, A., Xiang Feng, R., Berger, C., y Berg (van den), L. (2010). Industrial tourism development in Cities : towards a Framework. En *Industrial Tourism: Opportunities for City and Enterprise*, 1-24.
- Pardo Abad, C. J. (2004). La Reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial. *Treballs de La Societat Catalana de Geografia*, 2004, 7–32.
- Pardo Abad, C. J. (2008). El patrimonio naval español. Comunicación presentada en la 1ª Conferencia Internacional China sobre Patrimonio Industrial. China: TICCIH España.
- Prat Forga, J.M. y Díaz Soria, I. (2014). “La repetición de visitas en el turismo industrial. Aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales en el Bages y el Berguedà”.
- Presa, M. 2004. “El patrimonio industrial reconvertido en recurso turístico en Euskadi”, Investigación del Departamento y Dirección de Ordenación Turística de Gobierno Vasco.
- Prodetur. (2019). *Bases Generales de Participación*. Diputación de Sevilla. https://www.turismosevilla.org/opencms2/opencms/galeriaFicheros/muestras2019/CA_18_01_19_BASES_MUESTRA_DE_LA_PROVINCIA.pdf
- PRODETUR. (2016). *Turismo Industrial por la provincia de Sevilla*. http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/143543093_01.pdf
- Rodríguez Bermúdez, R. (2013). *Turismo industrial por la provincia de Sevilla*. http://www.turismosevilla.org/opencms2/export/sites/turismo/galeriaTablas/publicaciones/104/turismo_industrial.pdf

Touza, S. (2017). *El turismo industrial y creativo como nuevas oportunidades turísticas*.
<http://www.travindy.com/es/2017/02/el-turismo-industrial-y-creativo-como-nuevas-oportunidades-turisticas/>

Turismo de la Provincia, D. de S. (2016). *Una propuesta para ti*.
<https://www.turismosevilla.org/opencms2/opencms/es/unaPropuestaParaTi/index.html?tipo=turismoindustrial>

Vázquez Millán, G. (2012). El Turismo industrial minero en Cerro Muriano (España). Pilar de fortalecimiento de la economía cordobesa. *Kalpana*, 7, 10–18.
<papers://ae99785b-2213-416d-aa7e-3a12880cc9b9/Paper/p17182>.

Zárate Martín, M.A. (2011). La visita de empresa, otra forma de hacer turismo. *Estudios Geográficos*, 72(270), 291-321.
<http://estudiosgeograficos.revistas.csic.es/index.php/estudiosgeograficos/article/view/342/340>

Anexos

Anexo 1. Recursos de turismo industrial de la provincia de Sevilla por tipos y municipios.

Yeguada Cortijo Olivera (Alcalá de Guadaíra)	GANADERIA
Finca Santa María (El Castillo de Las Guardas)	
Dehesa La Calera (Gerena)	
Club Deportivo Hípico de Lebrija (Lebrija)	
Cortijo de Arenales (Morón de la Frontera)	
La Harinera del Guadaíra (Alcalá de Guadaíra) Museo de Alcalá de Guadaíra (Alcalá de Guadaíra)	PATRIMONIO INDUSTRIAL
Observatorio astronómico (Almadén de la Plata)	
Chocomundo, Museo de Chocolate (Estepa)	
Silo de Cereales (Fuente de Andalucía)	
Museo del Aceite (Puebla de Cazalla)	
El Viajero Alado (Lebrija)	
Antigua Estación del Ferrocarril (Morón de la Frontera)	
Museo de Cal de Morón (Morón de la Frontera)	
Fundación Focus Abengoa (Sanlúcar la Mayor)	
Centro de Interpretación Puerto de Sevilla (Sevilla)	
Centro de la Cerámica de Triana (Sevilla)	
Mercado Lonja del Barranco (Sevilla)	
Real Casa de la Moneda (Sevilla)	
Real Fábrica de Tabacos, Universidad (Sevilla)	
Torre de Perdigones (Sevilla)	

Artesanarte (Aznalcollar)	ARTESANÍA	
Mosaicos Casariche (Casariche)		
Alfombras Baldomero (Castilleja de la Cuesta)		
Della Robbia (Gelves)		
Alfarería Juan Sebastián López López (Lebrija) Antonio González <<El Artesano Del Hierro>> (Lebrija) Cerámica Artística Lebrijana (Lebrija) Forja Lebrija (Lebrija) La Giraldilla (Lebrija)		
Alfarería y Cerámica Monje (Lora del Río) Solerías de Mosaico, S.L. (Lora del Río)		
Manuel Acosta, S.L. (Morón de la Frontera)		
Arte2 (Osuna)		
Orfebrería Ramón León (Sevilla) Rompemoldes (Sevilla) Seco Goldsmith (Sevilla) Taller de Bordados Francisco Carrera Iglesias (Sevilla)		
LABS & Technological Services AGC, S.L. (Burguillos)		ENERGÍA E INDUSTRIA
Jaisa Cocinas (Casariche) Remolques Carro (Casariche)		
Gabe Tapizados (Écija)		
Cobre Las Cruces (Gerena)		
Carruajes Romero, S.L. (Lebrija) Guarnicionería Dorantes (Lebrija)		
Grupo TECADE (Los Morales)		
Grupo Sarria (Marchena) LA Alegría. Mármol- Piedra Natural (Marchena)		
ISESA (Industrias Sombrereras Españolas, S.A.) (Salteras) La Cartuja de Sevilla (Salteras)		
Canal Sur (San Juan de Aznalfarache)		
Acuario de Sevilla (Sevilla) Escuela Pública de Golf La Cartuja (Sevilla)		

Bodegas Tierra Savia (Alanís) Pastelería Forum (Alanís)	AGROALIMENTACIÓN
Bodegas Puerta Marisma (Alcalá de Guadaíra) Guadalbero-Vegaoliva (Alcalá de Guadaíra)	
Alcolea Natur, S.L. (Alcolea del Río)	
Embutidos y Jamones Piñero (Almadén de la Plata) Matadero y Fábrica de Embutidos Francisco Alonso (Almadén de la Plata)	
Aceites Enoro (Arahal) Jamones Benito, S.A. (Arahal) Productos Agrícolas y Transformados <<El Macaco>> (Arahal)	
La Golosa (Aznalcázar)	
Huerta Campo Rico, S.L. (Burguillos)	
Anís <<Los Hermanos>> (Carmona)	
Huerto del Cura (Castiblanco de los Arroyos) Postres y Lácteos Mare Nostrum (Castiblanco de los Arroyos) Sierras Andaluzas (Castiblanco de los Arroyos)	
Upita de los Reyes (Castilleja de la Cuesta)	
Queso Los Vázquez (Castilleja del Campo)	
Bodegas Colonias de Galeón (Cazalla de la Sierra) Destilería El Clavel (Cazalla de la Sierra) Destilería Miura (Cazalla de la Sierra)	
Anís La Violetera (Constantina) Bodegas de Fuente Reina (Constantina) Obrador Valle de la Osa (Constantina)	
Jamones y Embutidos Ángel López Sanz (Coripe) Oleícola Coripeña, S.C.A (Coripe)	
Ybarra (Dos Hermanas)	
San Martín de Porres, S.L (Écija)	
La Alameña (El Madroño)	
Fábrica de Embutidos Reina de los Ángeles, S.L (El Real de la Jara) Quesos El Real (El Real de la Jara)	
Centro Cultural del Olivo Basilippo (El Viso Del Alcor)	
Tortas Andrés Gaviño (Espartinas) WellDone Lácticos (Espartinas)	

Antigua Fábrica de Mantecados El Gamo (Estepa) La Despensa de Palacio (Estepa) La Estepeña (Estepa) La Flor de Estepa La Vicaría (Estepa) Mantecados La Colchona (Estepa) Oleoestepa (Estepa)	AGROALIMENTACIÓN
Almazara Castillo de la Monclova (Fuente de Andalucía) Destilería Rigo, S.C. (Fuente de Andalucía)	
Framoliva (Huévar Del Aljarafe) Inés Rosales (Huévar Del Aljarafe)	
Panadería Torres (La Algaba) Panadería Práxedes (La Algaba)	
Picos Artesanos Castillas (La Lusiana)	
Pueblaoliva (La Puebla de Cazalla)	
Cooperativa Virgen de las Huertas (La Puebla de los Infantes)	
Hacienda Guzmán (La Rinconada)	
Dehesa Navera, S.L.L. (Las Navas de la Concepción) Molino de Navas (Las Navas de la Concepción)	
Bodegas González Palacios (Lebrija)	
Horno Axati, S.L. (Lora del Río) San Sebastián, S.C.A (Lora del Río)	
Manolo Mayo (Los Palacios y Villafranca)	
Huerta Ave María (Mairena del Alcor)	
Aceites Casil, S.C.A. (San Isidro Labrador) (Marchena) Procavi, S.L. (Marchena)	
Aceites 1881 (Osuna)	
Panadería Juan Bautista Riejos, S.L. (Peñaflor)	
Cooperativa San Antón, S.C.A (Pruna)	
Herba Ricemills (San Juan de Aznalfarache)	
Cervezas Artesanas Albaero, S.L / Cervezanía (Sevilla) Heineken España (Sevilla)	
Bodegas Góngora (Villanueva del Ariscal) Vinícola del Aljarafe, S.L. (Villanueva del Ariscal)	

Fuente: Elaboración propia a partir de PRODETUR.

Anexo 2. Cuestionario.

CUESTIONARIO SOBRE EL TURISMO INDUSTRIAL EN SU EMPRESA

Nombre de la Organización:

Pertenece al Municipio de:

1. Pertenece al Sector (primario, secundario o terciario):
2. Aproximadamente, ¿desde qué año (formal o informalmente) se viene presentando en su organización el servicio de Turismo Industrial?:
3. Aproximadamente, ¿Cuántas visitas se realizan al año?:
4. ¿Qué personas visitan su empresa? (Escolares, Jóvenes, Adultos o Mayores):

LAS RESPUESTAS A ESTAS PREGUNTAS SON: SI O NO

5. ¿Aprovecha las visitas para comercializar entre los visitantes sus productos o servicios?
6. ¿Cobra a los visitantes por realizar la visita a su empresa?
7. Teniendo en cuenta la experiencia, recomendaría a otras empresas que pusieran en marcha actividades de Turismo Industrial:
8. El Turismo Industrial ha mejorado la actividad comercial de su empresa:
9. Con las visitas ha captado nuevos clientes:
10. El Turismo Industrial ha mejorado la imagen de su empresa tanto en el mercado como en la sociedad:
11. Otras empresas del Municipio se han beneficiado indirectamente de mi actividad de Turismo Industrial:
12. El Turismo Industrial ha incrementado la facturación de mi empresa:
13. La puesta en marcha del servicio de Turismo Industrial acarreó importantes costes para la empresa:

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3. Bases Generales Participación VI Premios Turismo Industrial Provincia de Sevilla.

Primera. Denominación de la convocatoria.

VI Edición de los Premios **“TURISMO INDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE SEVILLA”**.

Segunda. Objeto.

La Diputación de Sevilla, a través de sociedad Prodetur, SAU, como reconocimiento a la actividad desarrollada en el ámbito del turismo, y con el objetivo de promover y consolidar la oferta de Turismo Industrial en la provincia de Sevilla, convoca la VI edición de **los premios “TURISMO INDUSTRIAL PROVINCIA DE SEVILLA”**. Con este concurso se premia la labor realizada en favor del fomento y la consolidación del Turismo Industrial en Sevilla y su provincia.

Como en ediciones pasadas, premio pretende abarcar todo el abanico de iniciativas que podrían enmarcarse dentro del ámbito del turismo industrial, tanto en su vertiente visitas turísticas a negocios en funcionamiento: **“Industria Viva”**, como a los vestigios materiales e inmateriales de organizaciones o actividades económicas de los municipios que, formando parte del pasado y teniendo un atractivo turístico claro, la dejaron de estar en activo: **“Patrimonio Industrial”**.

Tercera. Periodicidad.

Anual, en este caso en su edición para 2019.

Cuarta. Concesión de los premios.

Los premios tendrán carácter honorífico, consistentes en un trofeo, que serán entregados en base a las propuestas efectuadas por el Jurado constituido a tal efecto.

Quinta. Candidaturas.

Podrán optar a los premios aquellas empresas, personas físicas o jurídicas y entidades públicas o privadas, vinculadas al Turismo Industrial con sede social en la provincia de Sevilla, incluida su capital, que como mínimo cuenten con un establecimiento situado en alguno de sus municipios.

Sexta. Categorías.

- **Categoría industria viva:** se refiere la visita a fábricas y empresas en activo, conformando el llamado turismo industrial productivo, que abarca todos los sectores empresariales, siendo los principales el sector agroalimentario, el de la energía e industria ganadería y artesanía.
- **Categoría Patrimonio Industrial.** Son consideradas instalaciones de Patrimonio Industrial: los vestigios industriales que frecuentemente sin restaurados para convertirse en museos y centros de interpretación, que relatan la historia de una actividad pasada o se deja igual como testigo de la desindustrialización; las atracciones vinculadas al transporte (camino, railes o

conductos de agua); y los elementos socioculturales vinculados al pasado de una región partícular, como por ejemplo las casas de los trabajadores.

Séptima. Premios.

Se contempla la concesión de un premio por categoría, entre todas las candidaturas presentadas, quedando a criterio de Jurado nombrando al efecto la posibilidad de otorgar también un accésit en caso de que la calidad de alguna de las propuestas presentadas así lo aconsejen.

El premio y, en su caso el accésit que pudiera concederse, premiarán la labor global de las entidades galardonadas en pro del fomento del Turismo Industrial como formula para realzar y poner en valor la actividad (productiva, de prestación de servicio o de ofrecimiento en general de productos turísticos vinculados a la visita y conocimiento de instalaciones empresariales presentes y/o pasadas) de las organizaciones de la provincia de Sevilla, así como la difusión y mejor conocimiento de la realidad económica, la historia, la cultura, las tradiciones y los valores de sus pueblos y habitantes.

El fallo del jurado será inapelable, pudiendo dejar desierta alguna o todas las categorías de los premios.

Octava. Criterios.

En la concesión del premio se tendrá en consideración, como mínimo, los siguientes criterios:

- Antigüedad, tradición y grado de consolidación alcanzado en la prestación del servicio de Turismo Industrial.
- Características de calidad del servicio prestado.
- Servicios complementarios ofrecidos al visitante (degustación, tienda, zona de aparcamientos, etc.).
- Valores que se potencian con la actividad.
- Esfuerzos demostrados por mejorar el servicio turístico ofertado, la vinculación de los ciudadanos, su integración, y el conocimiento del presente, pasado y futuro de la localidad en la que viven y en la que se desarrolla la actividad del Turismo Industrial.
- Diversidad y características de los visitantes más habituales.
- Consideración de criterios de accesibilidad y sostenibilidad en el diseño y prestación del servicio de Turismo Industrial.
- Incorporación de elementos innovadores en la prestación del servicio.
- Nivel de excelencia alcanzado en la gestión de los diferentes elementos de la cadena de valor del servicio ofertado.
- Grado de diversificación de la oferta en los servicios (tipos de visitas diferenciadas que se ponen a disposición del turista, oferta complementaria, vinculación con otras actividades turísticas del municipio, etc.).

Novena. Formulación de propuestas.

Las solicitudes para la concesión del premio podrán ser presentadas por empresas, personas físicas o jurídicas, corporaciones oficiales, entidades y asociaciones tanto públicas como privadas, en nombre propio o de terceros.

El número de candidaturas será de una por casa proponente. **Las propuestas deberán ir acompañadas del formulario adjunto, debidamente cumplimentado y en el que habrá de detallarse el currículum y la trayectoria de la persona física o jurídica solicitante, así como una breve**

memoria descriptiva de las labores realizadas en fomento del Turismo Industrial que contemple sus aspectos más relevantes y que, a ser posible, guarden relación con los criterios de concesión del premio antes enunciados. La documentación no podrá tener una extensión superior a cinco páginas y estarán dirigidas al gerente de Prodetur, SAU.



PRODETUR



Turismo de la Provincia
DIPUTACION DE SEVILLA



FORMULARIO DE PRESENTACIÓN DE CANDIDATURA A LA VI EDICIÓN DE LOS PREMIOS "TURISMO INDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE SEVILLA"

Nombre de la Empresa/Entidad solicitante:	
Actividad	
Categoría a la que se presenta:	
<input type="radio"/> Industria Viva <input type="radio"/> Patrimonio Industrial	
Datos de contacto de empresa o entidad solicitante	
Nombre y apellidos:	
Cargo:	
Dirección:	
Código Postal:	Localidad:
Tif:	Móvil:
Email:	
Web:	
Memoria de la actividad de Turismo Industrial	
Adjuntar memoria descriptiva, de no más de cinco páginas, de la actividad desarrollada en el ámbito del fomento del Turismo Industrial, así como currículum y la trayectoria de la persona física o jurídica solicitante.	
<small>El hecho de completar y presentar este formulario y de adjuntar la memoria descriptiva significa que aprueba y se acoge a todas y cada una de las bases de la convocatoria para el premio, que debe haber consultado previamente en: http://www.turismosevilla.org/opencms2/opencms/es/evantos/evantos.html?idevento=6874</small>	
Fecha	
Firmado.....	
<p>En virtud de lo dispuesto en el RGPD 679/2016 (EU) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos de carácter Personal y Garantía de los Derechos Digitales, le informamos que los datos personales facilitados serán objeto de tratamiento y serán incorporados a ficheros de titularidad de Prodetur, SAU, con CIF: A-41.555.749. La finalidad de los ficheros es la gestión de su participación en el acto o evento en el que se inscribe, la gestión de nuestra propia actividad, la divulgación de las candidaturas como parte de las actividades que lleva a cabo Prodetur, SAU, a través de nuestra web, redes sociales, o ediciones impresas y medios de comunicación. Los datos, asimismo, serán utilizados para gestión de las comunicaciones con los participantes, así como para informarles sobre nuevos actos o eventos que organice Prodetur, SAU. En todas las comunicaciones que reciba se le dará la posibilidad de darse de baja o puede hacerlo en cualquier momento remitiendo un correo a bajainformación@prodetur.es indicando su voluntad.</p> <p>En caso de que se proporcionen datos personales de terceros, la entidad o persona que los presenta acredita bajo su responsabilidad que cuenta con la autorización necesaria para poder hacerlo o bien que son datos de dominio público.</p> <p>En el caso de que Prodetur tuviera conocimiento de que no se dispone de dicha autorización podrá descartar la candidatura.</p> <p>Todos los campos de datos solicitados son necesarios, en caso de que alguno de ellos no se proporcione, Prodetur podrá requerir la subsanación, o bien descartar la candidatura en caso de no ser subsanado.</p> <p>Los derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación del tratamiento y portabilidad podrán ejercitarse mediante escrito, con prueba fehaciente de la identidad del peticionario, dirigido al Dpto. de Asesoría Jurídica de PRODETUR, SAU, Leonardo Da Vinci, nº 16. Isla de la Cartuja, 41092. Sevilla, o bien al correo electrónico contacto@prodetur.es.</p>	



Fuente: Diputación de Sevilla. Prodetur.