



**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 61, agosto 2008, pp. 205-232**

# **Diversificación de la actividad agraria hacia el turismo rural. Un modelo de decisión basado en sociedades cooperativas agrarias oleícolas**

**Antonio Manuel Ciruela Lorenzo**

Universidad de Málaga

*CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*

ISSN: 0213-8093. © 2008 CIRIEC-España

[www.ciriec.es](http://www.ciriec.es)    [www.ciriec-revistaeconomia.es](http://www.ciriec-revistaeconomia.es)

# **Diversificación de la actividad agraria hacia el turismo rural. Un modelo de decisión basado en sociedades cooperativas agrarias oleícolas**

**Antonio Manuel Ciruela Lorenzo**

Universidad de Málaga. Departamento Economía y Administración de Empresas

## **RESUMEN**

*La diversificación del cooperativismo agrario hacia ramas de actividad de distinta índole parece una buena alternativa para despejar el gris horizonte que se cierne a veces sobre este tipo de organizaciones. Una actividad emergente, el Turismo Rural, se presenta como una opción muy interesante de cara a lograr el complemento de las rentas económicas de los socios cooperativistas, así como el efectivo desarrollo de éstas empresas.*

*Demostrar la viabilidad y conveniencia de la unión de ambas actividades, así como obtener el perfil cooperativo ideal para el desarrollo de las mismas o, mejor aún, establecer la forma de alcanzarlo, son algunos de los objetivos perseguidos con este trabajo. Para ello se lleva a cabo un análisis empírico, basado en una metodología cualitativa y cuantitativa, sobre cooperativas agrarias pertenecientes a la comarca malagueña de Antequera.*

**PALABRAS CLAVE:** Cooperativismo agrario, turismo rural, desarrollo sostenible, modelos estadísticos.

**CLAVES ECONLIT:** Q010, Q130, L830.

## **Diversification de l'activité agricole vers le tourisme rural. Un modèle de décision basé sur des sociétés coopératives agricoles oléicoles**

**RÉSUMÉ :** La diversification du coopératisme agricole vers des branches d'activité d'une nature différente paraît une bonne alternative pour dégager l'horizon gris qui se profile parfois pour ce type d'organisations. Une activité émergente, le Tourisme Rural, se présente comme une option très intéressante en vue de compléter les revenus économiques des partenaires coopérants, et de parvenir à un développement effectif de ces entreprises.

Démontrer la faisabilité et l'opportunité de l'union des deux activités, ainsi qu'obtenir le profil coopératif idéal pour le développement de ces dernières ou, mieux encore, établir la façon de l'atteindre, comptent parmi les objectifs de ce travail. Pour cela, on réalise une analyse empirique, basée sur une méthodologie qualitative et quantitative, sur les coopératives agricoles appartenant à la région malaguène d'Antequera.

**MOTS CLÉ :** Coopératisme agricole, tourisme rural, développement durable, modèles statistiques.

## **Diversification of agrarian activity towards rural tourism. A decision-making model based on oil agrarian cooperative societies**

**ABSTRACT:** The diversification of the agrarian activities towards different branches of the economy seems a viable alternative to clear the gray horizon of this type of organizations. An emergent activity, Rural Tourism, appears as a very interesting option to complement partners' income, as well as the effective development of these companies.

To demonstrate the viability of both activities within an organization, as well as to obtain the ideal cooperative profile for the development of these activities, or better still, to establish the form to reach it, are some of the goal pursued with this paper. We follow an empirical analysis based on a qualitative and quantitative methodology, on the agrarian cooperatives integrated in the Hojiblanca group, and pertaining to Antequera, a Spanish region.

**KEY WORDS:** Agrarian cooperatives, rural tourism, sustainable development, statistical models.

## **1.- Introducción: la sostenibilidad de las actividades**

Desde hace varias décadas existen en el ámbito económico y social internacional una serie de circunstancias (cambio climático, agotamiento capa de ozono, sobrepoblación, inmigración, contaminación...) que nos deben hacer reflexionar y cambiar nuestra orientación hacia formas de actuación enfocadas no solo desde un punto de vista económico, sino también social y medioambiental. Esta es la idea en la que se basa el denominado desarrollo sostenible.

Pero, ¿qué es exactamente el desarrollo sostenible?, ¿sobre qué giran las declaraciones de Río de Janeiro en 1992 o Johannesburgo en 2002? Antes de establecer su concepto, destacar el carácter supranacional que presenta, tratándose de una estrategia cuya implementación es insistentemente promovida por organizaciones mundiales y adoptada por algunos gobiernos. De esta forma, sus postulados, programas y acciones han sido recogidos en la obra "Cuidar la Tierra, estrategia para el futuro de la vida", publicada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF).

Para Crosby (1993) el desarrollo sostenible implica permanencia, lo cual conlleva, en términos generales, una acción integrada hacia el aprovechamiento óptimo de los recursos, la implicación de la población local y la preservación y mejora del entorno. Por su parte, el informe Nuestro Futuro Común (Brundtland, 1987) lo presenta como la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

En términos parecidos lo contempla la organización ALIDES (Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible), al definirlo como un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano, colocándolo como centro y sujeto primordial del desarrollo, por medio de un crecimiento económico equitativo socialmente y la transformación de los métodos de producción y patrones de consumo, sustentándose en el equilibrio ecológico y el soporte vital de la región.

Desde una perspectiva europea encontramos definiciones que lo entienden como un concepto ligado al mantenimiento de la calidad de vida y el bienestar social en sus diversas facetas, esto es, entorno humano y social, prosperidad económica y calidad medioambiental, afectando por tanto al conjunto de actividades humanas y sectores de actividad; lo que constituye un criterio global de política científica y tecnológica (Nogales, 2006).

Aunque la sostenibilidad debería estar presente en cualquier tipo de actividad, destacamos dos sectores en los que, según nuestra opinión, debería aparecer de una manera más intensa. Nos refe-

rimos, por un lado, al Turismo Rural, cuya base de sus productos y servicios la constituye el medio natural y social donde se asienta, lo cual le exige un comportamiento condescendiente hacia el mismo; y, por otra parte, el cooperativismo, y más concretamente el agrario, cuyos valores y principios son totalmente compatibles y van en la misma dirección que dicho desarrollo sostenible.

Ante esta situación, la unión de estos tres elementos en un mismo tipo de empresa, es decir el desarrollo de actividades turísticas sostenibles a través de cooperativas agrarias, nos parece, cuanto menos, digno de análisis. Aunque no solo eso, estamos totalmente convencidos que su puesta en práctica contribuirá favorable y notablemente al progreso efectivo de éstas empresas. De esta forma, en el presente trabajo se analiza, por un lado, la viabilidad y posibilidades económicas y legales del desarrollo conjunto de estas actividades y, por otro, se presenta un modelo de selección de aquellas cooperativas donde puede ser más conveniente la implantación de las mismas.

## 2.- El Turismo Rural como actividad sostenible

La base de los productos y servicios ofertados por el Turismo rural la conforma el medio natural y humano donde se asienta, y aunque en un primer momento fue considerada como actividad no perjudicial (Theuns, 1989), su espectacular desarrollo ha puesto muy de entredicho su capacidad para crecer sin afectar a dicho medio. Un turismo rural desplanificado e incontrolado puede conllevar costes irreparables, incluso mayores que el turismo tradicional (sol y playa), debido al mayor poder de penetración físico y psicosocial que posee. (Crosby, 1993)

No existe una definición aceptada por la comunidad científica de turismo en general ni de turismo rural en particular, por lo que para adentrarnos en su concepto vamos a enunciar que se entiende por entorno rural. En la Carta Europea de las Zonas Rurales (Buendía y Lins, 2000), se define como “una parte del territorio interior o zona costera rural, incluidos pequeños núcleos urbanos o pueblos, dedicadas principalmente a agricultura, silvicultura, acuicultura y pesca...”. De esta forma, algunas de las características presentes en el espacio rural pueden ser las siguientes (Decreto 20/2002):

- Economía basada en el aprovechamiento de recursos naturales y en la producción de bienes propios del lugar
- Situación apartada de los centros urbanos y principalmente en el interior
- No industrialización, conservando casi intactas su identidad y cultura
- Núcleos de población no litorales que no excedan de veinte mil habitantes

Por lo tanto podemos definir Turismo rural como la actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta que integra ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tiene una interrelación con la sociedad local.

En el ámbito de la Comunidad Autónoma Andaluza, el Decreto 20/2002 de Turismo en el medio rural y turismo activo, hace mención expresa a la importancia de ésta actividad, destacando su triple función de generación de ingresos, promotora de infraestructuras y fomentadora de intercambios y sinergias entre el medio rural y urbano. Además se trata de un factor determinante para el desarrollo de las zonas más desfavorecidas en las que, en muchos casos, supone una oportunidad de diversificación de sus economías, basadas en un sector primario tradicional, de escasa rentabilidad y productividad y con poca fuente potencial de riqueza y empleo.

Definido Turismo Rural, vamos a aplicarle el concepto de sostenibilidad, lo cual supone la aparición de las siguientes características (Crosby, 1993):

- Desarrollo planificado y controlado que implica la no masificación.
- Calidad en el diseño y la gestión del producto y/o servicio.
- Preservación y mejora del entorno y uso sostenible y aprovechamiento óptimo de los recursos.
- Revitalización de las economías locales, haciendo participar a la población en las fases de planificación, desarrollo, implementación y control.
- Bajo impacto sobre los recursos naturales, generando ingresos para su conservación y fomentando la educación de todas las personas involucradas hacia este sentido.
- Respeto de las culturas y tradiciones locales, así como del carácter y orientación original del lugar, tratando de evitar artificios.

Las comunicaciones de la Comisión de la Unión Europea, COM (88) 501 y COM (90) 438, lo presentan como un turismo integrado con el medio rural, cultural y social, basado en la consideración del espacio rural, la población local y los productos típicos.

Más concretamente, Crosby y Moreda (1997) lo consideran como una actividad destinada a garantizar el mantenimiento de la biodiversidad y la autenticidad cultural, vía mayor calidad de la experiencia turística y, por ende, mayor satisfacción de los clientes y mejor calidad de vida para las comunidades locales, pretendiendo asegurar su permanencia a largo plazo a través de la gestión de la capacidad y optimización de los recursos.

En definitiva, el "Turismo rural sostenible" armoniza los intereses de la propia actividad, del medio ambiente y de la comunidad local, administrando de la mejor manera posible, y de forma compatible, los elementos naturales, ecológicos, sociales y, por supuesto, económicos, lo que permite romper el aislamiento de las zonas rurales, principalmente de las más deprimidas, así como mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

### **3.- Las sociedades cooperativas en los procesos de desarrollo. El Turismo Rural Cooperativo**

En unos mercados cada día más globalizados y competitivos (Vázquez, 1999) la cooperación se presenta como una de las fórmulas con las que cuenta el pequeño y mediano empresario agrario para mejorar su actividad y alcanzar ventajas en aspectos económicos, productivos, comerciales y sociales. Concretamente el Cooperativismo permite conjugar los intereses comunitarios y particulares de los socios, dando cobertura, por la democratización económica que supone, al legítimo derecho de participación de sus integrantes y a su desarrollo (Divar y Gadea, 2007).

La contribución de las sociedades cooperativas en los procesos de desarrollo territorial ha sido puesta de manifiesto por distintos autores (García-Gutiérrez, 1999, Coque, 1999, Bel, Buendía y Rodrigo, 2000, Mozas y Rodríguez, 2000, Juliá y Marí, 2002, Mozas y Bernal, 2006, Juliá, García y Meliá, 2006), así como por la propia Unión Europea, que destaca las posibilidades no sólo de mejoras empresariales o económicas (empleo, infraestructuras...) sino también la integración social y humana en estos entornos (DOCE 11/02/94), y siempre desde un punto de vista endógeno que frena la salida de capitales y recursos a otras zonas (DOCE 14/09/1987).

Más concretamente, la Comisión Europea (Conferencia europea de Salamanca, 2002) reconoció que las formas jurídicas integrantes de la Economía Social son, para determinados sectores, una alternativa muy viable en el sostenimiento del estado de bienestar, ya que permiten la generación de empleo y fomentan la capacidad emprendedora. De esta forma, en Europa existen alrededor de 132.000 sociedades cooperativas que agrupan a más de 80 millones de socios y cuentan con más de 2 millones de empleados, asignándoles un papel fundamental como gestoras y beneficiarias de las distintas acciones y subvenciones (Bel y Ausin, 2007).

En definitiva, para alcanzar dicho desarrollo la empresa se convierte en un eslabón que conecta la sociedad y la economía. Y para trasladar las necesidades y objetivos de la sociedad a la empresa, se propone que la estructura societaria responda al concepto de cooperativa, pues se parte de la consideración de esta estructura empresarial como la más adecuada para que los resultados económicos tengan el carácter de endógenos y sostenibles en el medio natural y en la sociedad (Cabaleiro y Fernández-Feijóo, 2007).

Y esto es así, en buena parte, porque los principios y objetivos que argumentan y dan consistencia al desarrollo rural coinciden, o son perfectamente compatibles, con las ideas fundamentales del movimiento cooperativo. De esta forma, el concepto de desarrollo rural persigue tres objetivos básicos (Rodríguez, 2002): alcanzar y mantener estructuras económicas y empresariales eficientes; lograr la equidad social compatible con la eficiencia económica; y garantizar el desarrollo duradero del territorio. Objetivos que, como hemos indicado, enlazan con la forma de actuación y postulados del

Cooperativismo, esto es, la satisfacción de necesidades sociales y económicas mediante la puesta en común de recursos, esfuerzo y conocimientos, existiendo una participación de los socios en la estructura orgánica y operacional y una toma de decisiones con base democrática (Ciruela, 2003).

Pero sin duda es uno de los principios cooperativos (ACI, 1996) el que deja una más clara evidencia de la relación tan estrecha existente entre el cooperativismo y el territorio donde se desarrolla la actividad. Estamos hablando del principio de "interés por la comunidad", que establece que las cooperativas, al mismo tiempo que se centran en las necesidades y deseos de sus integrantes, trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades. En definitiva, coloca a las sociedades cooperativas en el centro de los procesos de desarrollo local (urbano y rural) desde una triple perspectiva: económica, social y ambiental (Buendía, 1999).

Principio que unido a otros como el de Inter-cooperación, Autonomía o Formación (ACI, 1996), erigen a las cooperativas como precursoras de un proceso de transformación y generación económica de los espacios rurales, abogando por una actividad socialmente útil, capaz de articular y defender las necesidades de los sectores más débiles, que incorpore valores éticos y sitúe a la persona en el centro del proyecto social y económico (García, 2000).

### 3.1.- Cooperativismo Agrario y Turismo rural. La integración de ambas actividades

Los problemas inherentes y tradicionales del entorno rural, así como las nuevas circunstancias basadas en la globalización exigen cambios sustanciales en las formas de actuación de las empresas agrarias y, por supuesto, en las cooperativas; la agricultura es cada vez menos capaz de constituirse en la única fuente de subsistencia, por lo que es necesario dirigirse hacia actividades que, aunque relacionadas con ésta, no se basen plenamente en la actividad agrícola. En este sentido, los empresarios del medio rural han de estar atentos a las demandas sociales, y asumir el protagonismo de nuevas actividades (artesanía, ocio y tiempo libre...), sin olvidar la actividad agraria sino buscando usos alternativos a la misma. En definitiva, las sociedades cooperativas han de asumir el papel protagonista que venían desarrollando en la actividad agraria, encargándose de la intermediación como profesionales de las nuevas actividades demandadas por los consumidores (Bel y Ausín, 2007).

Y esto es así por que, como antes se ha indicado, las cooperativas constituyen un tipo de empresa muy asentado en el medio rural, presentando una serie de características que la convierten en una de las formas empresariales más adecuada para liderar el desarrollo de cualquier tipo de actividad económica que en él se lleve a cabo, colaborando en el mantenimiento de la población, logrando una mayor integración y cohesión y facilitando la realización de actividades de carácter complementario que suponen una fuente adicional de ingresos y empleo (Argudo, 2007, Juliá y Marí, 2002).

Una de las posibilidades es la oferta de actividades turísticas a través de cooperativas agrarias, lo cual puede suponer un refuerzo muy importante para la sostenibilidad de las mismas, sirviendo de



referente de las funciones que la Economía Social viene desarrollando en las áreas rurales (Tomas y Monzón, 1998).

En base a esta última reflexión consideramos muy conveniente el desarrollo conjunto de ambas actividades. En definitiva se trata de optimizar y diversificar las potencialidades de estas sociedades, añadiendo servicios y ocio a sus segmentos productivos tradicionales.

Dicha conveniencia se justifica, además de con lo ya comentado, con los siguientes razonamientos:

a) La actividad agraria presenta una serie de circunstancias y problemas (variabilidad de precios, consumo interno limitado, dificultad de acceso a mercados internacionales, fluctuaciones en la producción, etc.), que aunque tratan de ser suavizados mediante distintas políticas y actuaciones, no siempre son efectivas. De ahí la necesidad de complementar las rentas con otras procedentes de distintos sectores, pues en caso contrario se podría producir un abandono progresivo de las explotaciones.

b) El cooperativismo agrario comparte muchos de los ideales y valores del desarrollo sostenible, por lo que va a permitir que se produzca una sinergia muy poderosa entre los objetivos propiamente empresariales de competitividad y eficiencia y los generales de atención y satisfacción de necesidades sociales.

c) En demasiadas ocasiones, la actividad turística rural viene siendo protagonizada por inversores externos a la zona. Y aunque a nivel macroeconómico pueda ser positivo, es evidente que el efecto desplazamiento no es bueno ni recomendable si lo que se pretende es generar procesos de desarrollo endógeno.

d) La explotación agraria consta, normalmente, de una vivienda, lo que puede facilitar que así como se comercializa el producto obtenido, se gestione el arrendamiento o cesión de ésta para su utilización como alojamiento turístico.

e) La mayor eficiencia o mayor aprovechamiento de los recursos existentes que puede originar una gestión cooperativa y turística integrada y la mejor y más variada gama de servicios que se puede prestar a la sociedad, no dejan duda del atractivo, no solo para el cliente potencial, sino también para el socio-propietario.

f) Algunas cooperativas como, por ejemplo, las aceiteras, cuya producción y actividad son estacionales, presentan una situación que le permite hacer frente perfectamente a otras actividades. Además, la propia almazara, su funcionamiento, historia y, por supuesto, su producto, pueden ser otros reclamos turísticos importantes.

Por todo lo anterior, desde un punto de vista económico y social parece muy conveniente la realización simultánea de actividades agrarias y turísticas mediante cooperativas. Veamos ahora si existe algún impedimento legal, tomando como ejemplo la legislación andaluza.

La Ley 27/99 nacional de cooperativas establece en su Artículo 1.2 que cualquier actividad económica lícita podrá ser organizada y desarrollada mediante una sociedad cooperativa. En el ámbito agrario, y concretamente en la legislación andaluza, las cooperativas agrarias están encuadradas dentro del grupo denominado de servicios. La Ley 2/99 de cooperativas andaluzas, al delimitar su concepto y objeto social, indica que estarán integradas por personas físicas o jurídicas titulares de explotaciones agrarias, siendo su objeto social la prestación de suministros y servicios así como la realización de operaciones encaminadas a la mejora económica y técnica de las explotaciones de los socios. Se concreta aun más dicho objeto en el artículo 150.3.b., en el que se establece que para el cumplimiento del mismo, se podrán ejercer industrias auxiliares o complementarias de las de los socios, así como realizar transformaciones que favorezcan la actividad profesional o de las explotaciones. De esta forma, se entiende la propuesta contenida en dicho artículo como una defensa para la creación de una industria turística favorecedora de la actividad agraria.

En relación al ámbito turístico rural hay que señalar, en primer lugar, que en España el Turismo Activo no está regido por una única norma estatal, sino que la mayor parte de las Comunidades han emitido decretos o reglamentos para regular dicha actividad (Cataluña, 1991 y 2003; Cantabria, 1997; Galicia, 1999 y 2001; Aragón, 2000 y 2001; Andalucía, 2002 y 2003; Asturias, 2002; La Rioja, 2003; Navarra, 2004; Castilla La Mancha, 2005).

En ninguna de estas normativas se establecen restricciones para el desarrollo de la actividad turística a través de cooperativas, aunque sí que destacan aspectos concretos como, por ejemplo, el indicado en el artículo 7º del Decreto 20/2002 de Andalucía que hace mención expresa al respeto del medio y las características del espacio y de sus valores sociales y medioambientales, o el artículo 8º que exige la inscripción de los alojamientos en el Registro de Turismo, tratando de lograr un nivel aceptable de calidad.

Por tanto, en base a todo lo anterior, podemos establecer que parece no haber ningún impedimento económico, social ni legal para el desarrollo de una segunda línea de actividad por parte de las cooperativas agrarias, dirigida hacia la oferta turística rural.

## 4.- Implantación de actividades turístico-rurales en las cooperativas agrarias oleícolas de Antequera

Una vez establecida la importancia y conveniencia del desarrollo conjunto de actividades turísticas y agrarias mediante modelos cooperativos, vamos a establecer un modelo de elección de aquellas cooperativas que presentan características más favorables para ello.

En el modelo se ha utilizado conjuntamente la metodología cuantitativa y cualitativa, siguiendo, para ésta última, a autores como Eisenhardt (1989) o Maxwell (1998) que respaldan su uso, argumentando su especial validez en la comprensión de los procesos de cambio en las organizaciones, al requerir un tipo de análisis con suficiente profundidad y acceso a información de primera mano.

En el área de las Ciencias Sociales, y más concretamente en relación a la Administración y Dirección de empresas, la metodología cualitativa ha proporcionado perspectivas relevantes para incrementar el conocimiento disponible sobre el comportamiento de las organizaciones. Trabajos como los de Yin (1994), Patton (1990) o Maxwell (1996) establecen y defienden estas bases metodológicas.

La herramienta principal de esta metodología es la entrevista en profundidad, de forma que los factores son analizados a través de la experiencia que de ellos poseen un cierto número de individuos que, a su vez, son parte y producto de la acción estudiada (Greele, 1990; Ruiz, 1996). En este sentido, y con el fin de llevar a cabo un estudio sobre las posibilidades de implantación de las iniciativas turísticas se elabora una batería de preguntas dirigidas a los gerentes de las cooperativas agrarias oleícolas de primer grado situadas en la Comarca de Antequera e integradas en la cooperativa de segundo grado Hojiblanca (cooperativa que engloba la inmensa mayoría de la actividad oleícola de la zona). La ficha técnica es la siguiente:

### Cuadro 1. Ficha técnica de la investigación

**UNIVERSO:** Sociedades cooperativas oleícolas de Hojiblanca (Málaga)

**AMBITO:** Comarca de Antequera (Málaga, España)

**TAMAÑO DE LA POBLACIÓN/ MUESTRA:** 20 Cooperativas

**ERROR MUESTRAL:** 0 % Total Población

**PROCEDIMIENTO DE MUESTREO:** Exhaustivo Cualitativo/Cuantitativo

**FECHA DE TRABAJO DE CAMPO:** Septiembre - Diciembre 2006

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.- Resultados del análisis cualitativo

Las principales conclusiones que se pueden extraer de las entrevistas y conversaciones mantenidas con los gerentes y algunos socios de las cooperativas objeto de análisis se pueden resumir de la siguiente forma:

- Se trata de sociedades creadas hace bastante tiempo y que, en la medida de lo posible, han sabido adaptar sus medios de producción y gestión a las realidades y circunstancias existentes en cada momento. Y piensan que este no será una excepción.

- La mayoría de las cooperativas analizadas realizan actividades secundarias (crédito, suministros, inputs...), lo que demuestra una gran predisposición de los socios y gerentes hacia la diversificación de actividades.

- No existe una tendencia clara o única en relación a aspectos como el volumen de producción, el capital social o el número de socios, sino que se forman dos grupos de cooperativas claramente diferenciados (valores altos y bajos) que utilizaremos posteriormente en el análisis cuantitativo.

- Más de la mitad de los entrevistados declaran que las condiciones económicas de la cooperativa han mejorado en los últimos años (aumento del precio del aceite o mejora en la comercialización), sin embargo consideran que el devenir no será tan halagüeño, destacando la reducción de subvenciones de la UE, lo cual obligará a plantearse nuevas posibilidades de negocio que complementen las rentas.

- Además de la diversificación de actividades, los factores más valorados para fomentar el desarrollo de estas sociedades son la reducción de costes, el aumento del asociacionismo y la mejora de la comercialización.

- La implantación actual de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) o la predisposición a su uso es, en términos generales, aceptable, lo cual puede ser un indicativo de la capacidad de estas empresas para desarrollar actividades de comercialización de los nuevos servicios turísticos a través de medios virtuales (Internet)

- A pesar de que la consideran conveniente, y se ha hecho anteriormente con otras actividades, la predisposición actual de la gerencia a diversificar su actividad hacia el Turismo Rural no es del todo satisfactoria; la mayoría no se plantea por el momento abrir una nueva vía de actividad debido a las perspectivas inciertas o la falta de recursos humanos y/o económicos. Sin embargo indican como dicha actividad esta extendida en mayor o menor medida entre los socios a nivel particular.

- En la mayoría de los casos los socios disponen de casas o habitaciones susceptibles de ser alquiladas, presentado servicios como teléfono, buenos accesos, agua caliente, red eléctrica o baños perfectamente acondicionados. Además, la infraestructura turística de la que disponen Antequera y

los pueblos cercanos es adecuada en aspectos como la restauración, servicios de limpieza y financieros, etc.

- Todos los gerentes coinciden en la idea de que, además de distintas actividades de ocio y agroturísticas, la elaboración del aceite en la almazara o el proceso de recogida de la aceituna, pueden ser un reclamo importante para los visitantes.

- Se han puesto de relevancia carencias formativas relevantes en materia de turismo, al menos de un turismo profesional, por lo que se hace necesario el establecimiento de planes de formación específicos acordes con las necesidades de cada cooperativa. Dichas carencias, además de por la carga actual de trabajo, provoca que exista una baja iniciativa por parte de los gerentes actuales a asumir la dirección de las posibles nuevas actividades, considerando más conveniente la creación de nuevos puestos.

Por último, basándonos en autores como Alonso (1993), Fernández y Puig (2002) y Millán, López-Guzmán y Agudo (2006) así como en los mismos entrevistados, se han establecido una serie de variables fundamentales para el desarrollo del turismo rural, las cuales han sido clasificadas por los gerentes, según su relevancia a la hora de incorporar las nuevas actividades a las ya existentes. El resultado ha sido el siguiente:

a) Variables imprescindibles: experiencia de los socios en materia turística, número de actividades secundarias desarrolladas por la cooperativa, número de casas/habitaciones disponibles y condiciones de las mismas, infraestructura turística y de servicios de la zona y predisposición del Consejo Rector y socios a incorporar nuevas actividades (no turísticas).

b) Variables importantes: predisposición de la gerencia a incorporar actividades turísticas, voluntad del gerente de encargarse de dichas actividades, disponibilidad de recursos propios, perspectiva sobre el futuro económico de la cooperativa y, por último, nivel de informática y nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) implantadas.

c) Variables aconsejables: evolución económica pasada de la cooperativa, estacionalidad de la actividad principal e incorporación futura de nuevas tecnologías.

En definitiva se ha detectado una preocupación latente en relación al futuro económico de estas sociedades, pero es sorprendente como no son del todo conscientes, al menos todavía, de que el turismo pueda ser una vía de desarrollo y progreso.

Salvada esta cuestión, y una vez concienciados de ello, podemos afirmar que a nivel operativo existen las condiciones básicas necesarias para la implantación del turismo rural con base cooperativa (casas rurales, experiencia, asociacionismo...), aunque habría que incidir en aspectos como los planes de formación adaptados o la incorporación de nuevas tecnologías de comunicación.

## 4.2.- Análisis estadístico cuantitativo

### 4.2.1. Análisis de correlación entre variables cooperativas y variables turísticos-rurales

Mediante un análisis exploratorio de datos y correlación, se pretende deducir posibles relaciones entre las variables, que denominaremos cooperativistas y las que se señalarán como turístico-rurales, lo que nos ayudará a obtener conclusiones sobre las características idóneas para desarrollar una actividad turística rural.

Las variables representativas de las características de las cooperativas oleícolas, así como las variables más valoradas para el desarrollo exitoso de la actividad turística rural aparecen en el cuadro nº 2 junto a sus coeficientes de correlación.

Señalar que la elección de ambos grupos de variables se ha basado en la opinión de los directivos entrevistados, instándolos a que señalaran que características, según su experiencia y circunstancias eran más relevantes y/o tendrían una mayor repercusión en el desarrollo conjunto de ambas actividades.

### Cuadro 2. Resumen resultados análisis correlación

<i>Turísticas</i>	<b>Experiencia Socios</b>	<b>Numero actividades secundarias</b>	<b>Cantidad casas</b>	<b>Condiciones casas</b>	<b>Infraestructura turística</b>	<b>Recursos propios</b>
<i>Cooperativas</i>						
<b>Número Socios</b>	Pearson correlation= 0,111 P-Value= 0,672	Pearson correlation= 0,518 P-Value= 0,040	Pearson correlation= 0,509 P-Value= 0,026	Pearson correlation= -0,073 P-Value= 0,803	Pearson correlation= -0,041 P-Value= 0,872	Pearson correlation= 0,364 P-Value= 0,137
<b>Número Trabajad.</b>	Pearson correlation= -0,021 P-Value= 0,935	Pearson correlation= 0,809 P-Value= 0,000	Pearson correlation= 0,130 P-Value= 0,596	Pearson correlation= -0,049 P-Value= 0,868	Pearson correlation= 0,245 P-Value= 0,327	Pearson correlation= 0,354 P-Value= 0,150
<b>Volumen Producción</b>	Pearson correlation= 0,155 P-Value= 0,552	Pearson correlation= 0,533 P-Value= 0,034	Pearson correlation= 0,289 P-Value= 0,231	Pearson correlation= 0,380 P-Value= 0,180	Pearson correlation= 0,130 P-Value= 0,607	Pearson correlation= 0,330 P-Value= 0,181
<b>Capital Social</b>	Pearson correlation= -0,206 P-Value= 0,427	Pearson correlation= 0,657 P-Value= 0,006	Pearson correlation= -0,098 P-Value= 0,691	Pearson correlation= -0,139 P-Value= 0,637	Pearson correlation= 0,175 P-Value= 0,487	Pearson correlation= 0,564 P-Value= 0,015

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, y a modo de ejemplo, se desarrolla una de las relaciones analizadas en el cuadro anterior.

### Número de trabajadores y número de actividades secundarias

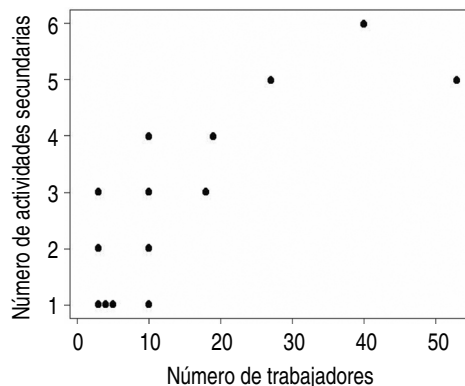
En el siguiente gráfico se aprecia una de las correlaciones estadísticas existentes. Se trata de la relación entre el número de actividades secundarias que desarrolla la cooperativa y el número de trabajadores de la misma. Es lógico pensar que cuantas más actividades se deban cubrir dentro de la actividad cooperativista, mayor será la necesidad de personal. De este modo, el número de trabajadores puede ser un factor importante a la hora de desarrollar actividades turísticas rurales, ya que muy posiblemente algunos de esos trabajadores se verían involucrados en la nueva actividad.

### Figura 1. Diagrama bivalente Número de Trabajadores –Número Actividades Secundarias

#### Clave:

1. Realiza una actividad secundaria
2. Realiza dos actividades secundarias
3. Realiza tres actividades secundarias
4. Realiza cuatro actividades secundarias
5. Realiza cinco actividades secundarias
6. Realiza seis actividades secundarias

Pearson correlation of Número de trabajadores and  
Num. Actividades secundarias = 0,809  
P-Value = 0,000



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, y en términos generales, no existen relaciones demasiado significativas, o éstas son demasiado lógicas, las cuales no aportan información útil de cara a implantar dichos modelos turístico-rurales. Es por ello por lo que se utiliza otro tipo de análisis que determina de manera más fiable cuáles son las características idóneas para llevar a cabo las nuevas actividades turísticas. Nos referimos a la prueba de hipótesis abordada en el siguiente epígrafe.

#### 4.2.2. Pruebas de hipótesis entre grupos muestrales

El objetivo es discernir diferentes comportamientos entre las cooperativas, y comprobar cómo cambia la respuesta ante las variables que denotan facilidades para desarrollar las nuevas actividades turísticas, lo que permitirá esbozar un perfil óptimo de estas empresas. La metodología seguida ha sido la siguiente:

- Selección de las variables más representativas de afinidad, predisposición o facilidad para establecer las actividades de turismo rural (variables turísticas). Estas variables son, según la opinión de los encuestados, la experiencia de los socios en materia turística, el número de actividades secundarias implantadas en la cooperativa, la cantidad y condiciones de las casas rurales, la infraestructura turística de la zona y los recursos propios que poseen los socios cooperativos.

- Selección de las variables características o propias de las cooperativas, con las que se procederá a dibujar el perfil idóneo. Las variables seleccionadas son el número de socios, el número de trabajadores, el volumen de producción y el capital social de la cooperativa.

- Selección de las muestras a comparar, dividiendo, tal y como se indicó anteriormente, la población total de cooperativas en dos grupos atendiendo a las variables características de las mismas.

- Contraste de hipótesis para averiguar si las medias de ambos grupos son estadísticamente iguales o, por el contrario, presentan diferencias significativas sobre las variables determinantes de capacidad para realizar actividades turísticas.

Se ha dividido la población total de cooperativas en solo dos grupos debido al reducido número de cooperativas de la misma (20), ya que más grupos harían perder representatividad. Además en el análisis cualitativo se ha puesto de manifiesto que, de manera natural, se establecen dos grupos de cooperativas con características más o menos semejantes (Capital Social, número de trabajadores...)

El siguiente cuadro muestra las relaciones extraídas mediante dicho análisis. Cuando en el cruce entre las variables cooperativistas y las turístico-rurales aparece la palabra "Indiferente", indica que no hay influencia (las medias de los grupos establecidos son iguales). Cuando aparece la palabra "Alto", la variable cooperativista tiene una influencia sobre la variable turístico-rural (medias distintas), tomando ésta última un valor positivo si la variable cooperativista presenta un valor elevado. No aparece en el análisis, pero una relación "Baja" supondría que existe influencia pero para que la variable turístico-rural tome un valor positivo, la variable cooperativista debe ser baja (pertenencia al grupo de cooperativas con valores inferiores).



### Cuadro 3. Resumen de análisis de hipótesis

		Variables turístico-rurales					
		Experiencia Socios	Numero actividades secundarias	Cantidad casas rurales	Condiciones casas rurales	Infraestructura turística	Recursos propios
Variables cooperativistas	Número Socios	Indiferente P-Value= 0,233	Alto P-Value= 0,001	Alto P-Value= 0,090	Alto P-Value= 0,046	Indiferente P-Value= 0,769	Alto P-Value= 0,022
	Número de trabajadores	Indiferente P-Value= 0,259	Alto P-Value= 0,000	Indiferente P-Value= 0,960	Indiferente P-Value= 0,724	Alto P-Value= 0,015	Indiferente P-Value= 0,310
	Volumen de producción	Alto P-Value= 0,041	Alto P-Value= 0,020	Indiferente P-Value= 0,154	Alto P-Value= 0,070	Indiferente P-Value= 0,128	Alto P-Value= 0,050
	Capital social actual	Indiferente P-Value= 0,801	Alto P-Value= 0,000	Indiferente P-Value= 0,983	Indiferente P-Value= 0,984	Indiferente P-Value= 0,340	Alto P-Value= 0,101

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presenta con más detalle el razonamiento utilizado para confeccionar el cuadro anterior, tomando como ejemplo la variable “número de socios”. De esta forma, se han dividido las cooperativas oleícolas en dos muestras, por un lado las que tienen un número de socios inferior a quinientos, y por otro las que sobrepasaban dicha cantidad (tal y como se desprendía del análisis cualitativo). El resultado son dos muestras, una con 11 y otra con 9 observaciones. Sobre dichas muestras se realiza el análisis de hipótesis acerca de si sus medias poblacionales son estadísticamente iguales frente a la hipótesis alternativa de que son diferentes.

Así pues, “Experiencia socios” muestra las observaciones del primer grupo (cooperativas con número inferior a 500 socios), y “Experiencia socios\_1” muestra las observaciones del segundo grupo (cooperativas que sobrepasan los 500 socios). Asumiendo que ambos grupos tienen igualdad de varianzas y que la hipótesis alternativa es que el grupo 2 tiene una media poblacional mayor que el 1, obtenemos un P-value de 0,233, lo que indica que no podemos rechazar la hipótesis de que las medias poblacionales son iguales. El número de socios no es, por tanto, una variable explicativa sobre la experiencia de los mismos en materia de turismo rural.

## **Cuadro 4. Análisis cuantitativo comparación hipótesis**

### **Two-Sample T-Test and CI: Experiencia socios; Experiencia socios\_1**

Two-sample T for Grupo 1 vs Grupo 2

	N	Mean	StDev	SE Mean
Experien	11	1,91	1,30	0,39
Experien	9	2,33	1,22	0,41

Difference =  $\mu$  Experiencia socios -  $\mu$  Experiencia socios\_1

Estimate for difference: -0,424

95% upper bound for difference: 0,563

T-Test of difference = 0 (vs <): T-Value = -0,74 P-Value = 0,233 DF = 18

Both use Pooled StDev = 1,27

Fuente: Elaboración propia.

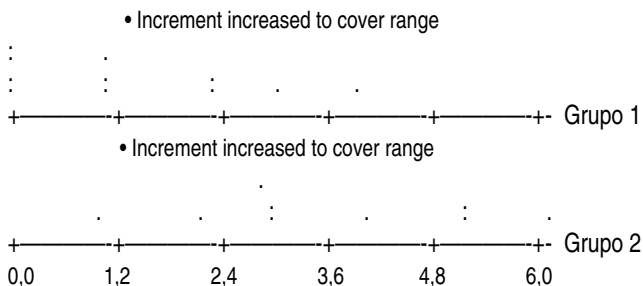
Un segundo análisis sería el relacionado con el número de actividades secundarias. El gráfico Dotplot (figura 2) indica que las observaciones siguen una ley normal, y asumiendo igualdad de varianzas obtenemos que podemos rechazar la hipótesis nula (las medias poblacionales son iguales) con una probabilidad de equivocación prácticamente nula. (P-value 0,001). Por tanto la media del grupo 2 es estadísticamente mayor que la del grupo 1, lo que traducimos como; las cooperativas con un número superior a 500 socios presentan mayor número de actividades secundarias, condición que valoramos de cara a implantar la actividad turístico rural.

Este mismo procedimiento se ha seguido para el resto de variables, lo que ha permitido indicar cuál es el perfil idóneo que debe presentar una cooperativa para iniciar una actividad secundaria de características turístico-rurales, basándonos por supuesto en las cooperativas y variables analizadas. Es el siguiente:

Cooperativa con un elevado número de socios (en este estudio implica un número superior a los 500 socios), y con un elevado volumen de producción (más de 2000 toneladas de aceite de producción anual). El número de trabajadores debe ser, asimismo, elevado (se estima que superior a los 15 trabajadores de media anual). En cuanto al capital social actual, sin ser una variable crítica, es conveniente que también tome un valor elevado, por encima del millón de euros.

## Figura 2. Grafico Dotplot

Dotplot: Num. Actividades secundarias; Num. Actividades secundarias\_1



Fuente: Elaboración propia.

### 4.3.- Selección de cooperativas agrarias turísticas

Tras analizar estadísticamente la muestra seleccionada, y obtener el perfil ideal de cooperativa agraria turística, llega el momento de decidir cuáles son las cooperativas que cumpliendo con los requisitos establecidos anteriormente se ajustan de una forma más apropiada a los rasgos del modelo a implantar.

Para ello se utiliza un método que persigue fiabilidad y objetividad en la selección, procediendo del siguiente modo: se toman las variables turístico-rurales de las cooperativas y se las somete a examen mediante dos tipos de algoritmos. A continuación se comprueba que los resultados son los mismos para ambos algoritmos, y que también se cumple el perfil de cooperativa definido por las estadísticas. De este modo se obtiene un grupo de cooperativas que dadas sus características, presentarían todas las ventajas de cara a implantar el modelo turístico.

Antes de describir los dos algoritmos clave se clasifican, según su importancia, las variables turísticas que forman parte en el proceso de selección. Para ello se han seguido los resultados obtenidos en el análisis cualitativo, obteniendo tres grupos con distinto peso específico, esto es, imprescindibles, importantes y prescindibles, aunque aconsejables.

#### a) Variables imprescindibles

Se trata de las variables que se consideran fundamentales para que el proceso de implantación de la actividad tenga éxito, seleccionando solo a las cooperativas que cumplan satisfactoriamente dichos requisitos. Son las siguientes:

## **Cuadro 5. Variables imprescindibles del estudio**

<b>Variable</b>	<b>Significado</b>
<b>Experiencia socios</b>	Indicativo del desarrollo individual de la actividad turística
<b>Nº activ. secundarias</b>	Tendencia a diversificar las actividades de la cooperativa
<b>Número de casas</b>	Imprescindible número de casas adecuado para abordar el proyecto
<b>Condiciones casas</b>	Plantear una serie de condicionantes legales y operativas
<b>Infraestructura turística</b>	Red de infraestructura que permita disfrutar del entorno rural
<b>Nuevas actividades</b>	Predisposición de socios y gerentes para aumentar los servicios y actividades

Fuente: Elaboración propia.

### b) Variables importantes

Se trata de variables que, sin ser del todo imprescindibles, son muy convenientes. La necesidad de estas variables radica en la predisposición, por parte de los gerentes, y las posibilidades en lo que a la propia implantación se refiere. Son las siguientes:

## **Cuadro 6. Variables importantes del estudio**

<b>Variable</b>	<b>Significado</b>
<b>Activ. agroturísticas</b>	Indica predisposición de la gerencia en materia turística
<b>Dirección nuevo puesto</b>	Voluntad del gerente de encargarse de la gestión de la nueva actividad, así como formarse para ello
<b>Recursos propios</b>	Suficientes recursos para implantar el modelo
<b>Perspectivas futuras</b>	El futuro del sector oleícola puede inducir o no a diversificar las actividades
<b>TIC's y otras tecnologías implantadas</b>	Mayor velocidad para asumir los cambios tecnológicos necesarios

Fuente: Elaboración propia.

### c) Variables aconsejables

Son variables que pese a ser prescindibles, pueden ayudar o animar a la diversificación de las actividades de la cooperativa. Éstas son:

## Cuadro 7. Variables aconsejables del estudio

Variable	Significado
<b>Evolución económica</b>	La evolución y experiencias pasadas pueden inducir a buscar nuevas actividades
<b>Estacionalidad actividad principal</b>	Periodo de tiempo en el año en el que la cooperativa lleva a cabo actividades
<b>Incorporación de nuevas tecnologías</b>	Beneficiosas para la comercialización del producto turístico

Fuente: Elaboración propia.

### 4.3.1. Algoritmo cuantitativo de selección

Se trata de un algoritmo de tipo cuantitativo, esto es, que a todas las cooperativas que forman parte de la muestra se les ha otorgado una puntuación que las clasifica según su idoneidad para implantar la actividad, basándose para ello en las variables turístico-rurales. De este modo las variables imprescindibles tienen una puntuación de 10, las importantes de 6 y las aconsejables de 2 puntos. Como todas estas variables tienen una organización ordinal según el beneficio que produzcan a la implantación de la actividad turística, se multiplica o divide (según se trate de relaciones directas o inversas) por el peso específico de la variable que se trate (imprescindible, importante o aconsejable). De este modo se obtiene un coeficiente (0 al 1), que permite comparar a todas las cooperativas.

#### Puntuación cooperativa =

$$\begin{aligned}
 & \text{"Experiencia socios" * Variable imprescindible} / \text{Máximo (Experiencia socios)} + \\
 & \text{"Núm. Act. Secundarias" * Variable imprescindible} / \text{Máximo (Núm. Act. Secundarias)} + \\
 & \text{"Número de casas" * Variable imprescindible} / \text{Máximo (Número de casas)} + \\
 & \text{"Condiciones de las casas" * Variable imprescindible} / \text{Máximo (Condiciones de las casas)} + \\
 & \text{"Infraestructura turística" * Variable imprescindible} / \text{Máximo (Infraestructura turística)} + \\
 & \text{"Incorporación nuevas act." * Variable imprescindible} / \text{Máximo (Incorporación nuevas act.)} + \\
 & \text{"Actividades agroturísticas" * Variable importante} / \text{Máximo (Actividades agroturísticas)} + \\
 & \text{"Dirección nuevo puesto" * Variable importante} / \text{Máximo (Dirección nuevo puesto)} + \\
 & \text{"Recursos propios" * Variable importante} / \text{Máximo (Recursos propios)} + \\
 & (1 / \text{Perspectivas malas}) * \text{Variable importante} + \\
 & \text{"TIC's y otras tecnologías" * Variable importante} / \text{Máximo (TIC's y otras tecnologías)} + (1 / \text{Evolución} \\
 & \text{mala}) * \text{Variable aconsejable} + \\
 & (1 / \text{Estacionalidad}) * \text{Variable aconsejable} + \\
 & \text{"Incorporación tecnologías" * Variable aconsejable} / \text{Máximo (Incorporación tecnologías)}
 \end{aligned}$$

$$\text{Coeficiente final} = \text{Puntuación cooperativa} / \text{Puntuación máxima cooperativa}$$

Vamos a describir de manera más concreta el análisis realizado, tomando como ejemplo a la cooperativa Ntra. Sra. de los Remedios. Para comparar las cooperativas, el número de preguntas contestadas de forma “válida” (excepto NS/NC) es cuantificado de modo que la puntuación de cada una dependerá del número de respuestas. El coeficiente final se obtiene al dividir esa puntuación respecto a la puntuación máxima que se podría haber obtenido dependiendo del número de preguntas “válidamente” contestadas.

### **Cuadro 8. Algoritmo cuantitativo, ejemplo numérico**

Respuestas	SCA Ntra. Señora de los Remedios	Cuantificación
Experiencia de los socios en turismo rural	Poca	2
Actividades secundarias	Aderezo, suministros, gasolinera, crédito, cultivo cereales	5
Número de casas rurales	Muchas	3
Condiciones de las casas rurales	Teléfono, buenos accesos, agua caliente, electricidad, baño.	5
Infraestructura turística del pueblo en que se sitúa	Restaurantes, limpieza, oferta lúdica, bancos.	5
Intención de incorporar nuevas actividades	Suministros.	1
Disposición a realizar actividades agroturísticas	Indiferente	2
Dirección del nuevo puesto	NS/NC	*
Recursos a invertir para implantación de actividad	Aportación extraordinaria	2
Perspectivas ante las nuevas políticas agrarias	Sin cambios	3
TIC's y otras tecnologías implantadas	Fax, ordenador, Internet, software específico, página Web, automatización de procesos, controles.	6
Evolución económica últimos años	Ha mejorado poco	4
Funcionamiento a pleno rendimiento	Todo el año	12
Intención de incorporar otras tecnologías	Sí, conforme vayan apareciendo	1

Fuente: Elaboración propia.

#### ***Puntuación SCA. Ntra. Señora de los Remedios***

$$(2 \cdot 10)/4 + (5 \cdot 10)/6 + (3 \cdot 10)/3 + (5 \cdot 10)/5 + (5 \cdot 10)/5 + (1 \cdot 10)/1 + (2 \cdot 6)/3 + (2 \cdot 6)/3 + (2 \cdot 6)/2 + (1/3) \cdot 6 + (6 \cdot 6)/6 + (1/4) \cdot 2 + (1/12) \cdot 2 + (1 \cdot 2)/1 = 74 \quad \text{Coeficiente final} = 74/90 = 0,8222$$

La respuesta al total de preguntas supone una puntuación máxima de 96, esto corresponde a 6 variables imprescindibles (10 puntos), 5 variables importantes (6 puntos) y 3 variables aconsejables (2 puntos). En este caso no se ha contestado a una variable importante (Dirección del nuevo puesto), por tanto, la máxima puntuación para esta cooperativa serían 90 puntos. Cifra por la que dividimos la puntuación obtenida para hallar el coeficiente buscado. El proceso descrito arroja que los mayores resultados corresponden a las siguientes cooperativas:

## Cuadro 9. Cooperativas preseleccionadas

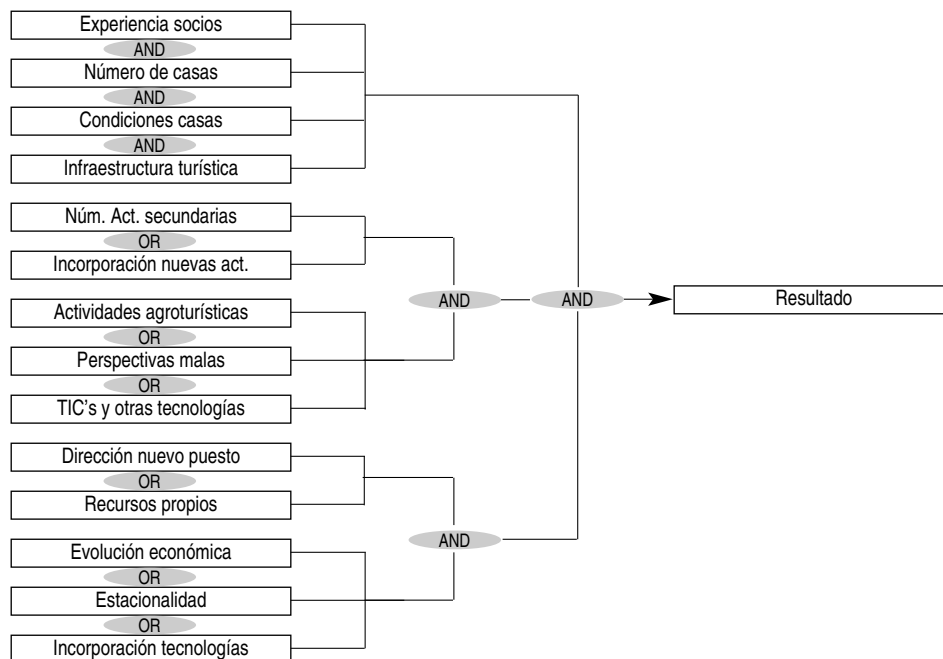
Nombre de la cooperativa	Coefficiente final
SCA Ntra. Señora de los Remedios	0,822
SCA Olivarera La purísima de Archidona	0,800
SCA Ntra. Señora de la Candelaria	0,787
SCA Olealgaidas	0,758
SCA Olivarera del Trabuco	0,686

Fuente: Elaboración propia.

### 4.3.2. Algoritmo lógico

Para contrastar los resultados obtenidos mediante el algoritmo cuantitativo, se plantea este algoritmo de características lógicas. En este caso no se trata de puntuar, sino que mediante relaciones lógicas “y” y “o” se pretende seleccionar a las cooperativas que cumplen con todas las variables imprescindibles, al menos la mitad de las importantes y algunas de las aconsejables.

### Figura 3. Operaciones lógicas



Fuente: Elaboración propia.

El modo de operar es el siguiente; para cada variable turístico-rural se establece un “1” si cumple las características deseadas, y un “0” si no lo hace. A continuación se somete cada cooperativa a una estructura lógica previamente establecida (figura 3) y las que obtienen un verdadero como respuesta, son las que cumplen todas las características deseadas. Estas han sido las siguientes:

### **Cuadro 10. Cooperativas seleccionadas Algoritmo lógico**

<b>Nombre de la cooperativa</b>	<b>Resultado</b>
SCA Olivarera del Trabuco	VERDADERO
SCA Oleoalgaidas	VERDADERO
SCA Olivarera Ntra. Señora del Rosario	VERDADERO
SCA Olivarera La purísima de Archidona	VERDADERO
SCA Ntra. Señora de la Candelaria	VERDADERO

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.3.3. Contraste de algoritmos**

A través del contraste de los dos algoritmos, se observa como son tres las cooperativas que coinciden en los resultados de ambos, así como en el análisis estadístico previo. El siguiente cuadro muestra el nombre de dichas cooperativas así como sus características.

### **Cuadro 11. Elección final de Cooperativas**

<b>Cooperativa oleícola</b>	Olivarera del Trabuco	Oleoalgaidas	Olivarera La purísima
<b>Número de socios</b>	1500	1000	1200
<b>Número de trabajadores</b>	10	18	40
<b>Volumen de producción</b>	4000 t	3500 t	4800 t
<b>Capital social actual</b>	1.800.000 €	1.800.000 €	5.500.000 €

Fuente: Elaboración propia.

Estas serían las cooperativas que según el análisis descrito presentarían las características más idóneas para el desarrollo conjunto de las actividades agrarias y turísticas.



## 5.- Conclusiones

La unión entre el Cooperativismo Agrario y el Turismo Rural es, y así se ha pretendido presentar en este trabajo, una opción muy factible para conseguir el progreso económico y social de estas empresas y de sus entornos, al permitir, entre otras cosas, complementar las rentas agrarias con las percibidas en concepto de alojamiento y servicios. Además la generación de riqueza en el mismo entorno rural frena la despoblación y posibilita un desarrollo sostenible de las zonas. De este modo, se consiguen preservar las arquitecturas autóctonas, las costumbres y tradiciones populares, y se regenera el medio ambiente como fuente precursora de mejora y bienestar para la población lugareña.

Por otra parte, dicha integración es perfectamente viable desde un punto de vista jurídico y funcional; la actividad turística-rural se puede tipificar como operaciones con terceros no socios en actividades no directamente relacionadas con el objeto de la cooperativa, por lo que no existen más obstáculos para su expansión que el conseguir una eficiente y eficaz implantación que permita alcanzar los objetos propuestos.

En definitiva, con el desarrollo de actividades turístico rurales a través de cooperativas agrarias y la creación de modelos eficientes de gestión, conseguiremos que estos enclaves puedan funcionar de cara y en continua relación con la realidad endógena de la zona, integrándose en sus vidas y transfiriendo los efectos positivos hacia la sociedad y el desarrollo local sostenible.

Desde un punto de vista empírico se ha llevado a cabo un análisis cualitativo y cuantitativo de la situación de las cooperativas agrarias de una Comarca malagueña y se han descrito una serie de herramientas estadísticas que permiten realizar una selección objetiva de aquellas cooperativas que presentan las características más adecuadas para la implantación de actividades turísticas rurales.

Sin embargo este trabajo no está libre de limitaciones y restricciones; al tratarse de una muestra perteneciente a una Comarca, no es posible extrapolar los datos directamente a otras poblaciones, al menos sin realizar análisis más exhaustivos de las características y circunstancias de cada zona. A pesar de ello, más allá de los resultados concretos obtenidos, los principales aportes pueden girar en torno a, por un lado, la puesta de manifiesto de la conveniencia de integrar actividades turísticas y agrarias en las sociedades cooperativas y, por otro, el establecimiento de una metodología de análisis que, utilizando herramientas estadísticas determinadas, permite establecer la conveniencia o no de implantar dichas actividades en las cooperativas existentes, o bien poner de manifiesto los cambios necesarios y previos para dicha integración.

En cuanto a futuras investigaciones, se pretende describir y plantear un modelo concreto de comercialización de las actividades turísticas rurales, que ajustándose a los rasgos y a la realidad de la tipo-

logía empresarial cooperativa, sea eficaz y económicamente viable. Dicho modelo se basará en una central de reservas implantada en las cooperativas de segundo grado, así como en la venta a través de los canales de distribución turísticos tradicionales. Sin embargo, y de manera complementaria, Internet y el comercio electrónico jugarán un papel fundamental en la oferta de estos servicios. Asimismo se describirá un modelo de gestión turística rural que pueda ser adoptado, salvando las diferencias y circunstancias concretas, por cualquier cooperativa agraria.

Para terminar, poner de manifiesto como la implantación de dichas actividades en las cooperativas agrarias es ya una realidad en algunas zonas y será cuestión de tiempo el apreciar su efectivo desarrollo, lo cual va a suponer la eliminación o reducción de parte de sus problemas, convirtiéndose en un paso más hacia el lugar en el que por sus ideales, valores y objetivos merecen estar este tipo de sociedades.

## Bibliografía

- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL, ACI (1996): *Los principios cooperativos*, Dirección General de Cooperativas de la Junta de Andalucía, Sevilla.
- ALIDES (Alianza para el Desarrollo Sostenible), <http://www.ccad.ws/antecedentes/alides/concepto.htm> (Consulta: 15 de enero de 2007).
- ALONSO PÉREZ, M. (1993): "El mundo rural, el agroturismo y el desarrollo territorial", *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 15, pp. 109-126.
- ARGUDO PÉREZ, J. L. (2007): "La multifuncionalidad de las instituciones jurídicas asociativas agrarias en las políticas de desarrollo rural y regional", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 92, pp. 11-40.
- BEL DURÁN, P., BUENDÍA MARTÍNEZ, I. y RODRIGO RODRÍGUEZ, M. (2000): "Las cooperativas y su relación con los fondos estructurales de la Unión Europea: un estudio de la política de desarrollo rural", *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 35, pp. 103-126.
- BEL DURÁN, P. y AUSÍN GÓMEZ, J. M. (2007): "Contribución de las sociedades cooperativas al desarrollo territorial", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 92, pp. 41-71.
- BRUNDTLAND (1987): *Informe de la World Commission on Environment and Development. Our common future*, Oxford University Press, Oxford.

- BUENDÍA MARTÍNEZ, I. (1999): *La Integración Comercial de las Sociedades Cooperativas*, CES (Consejo Económico Social), Madrid.
- BUENDÍA MARTÍNEZ, I. y LINS E SILVA, M. L. (2000): "Nuevas ruralidades y cooperativismo: una perspectiva comparada", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 70, pp. 31-46.
- CABALEIRO CASAL, M. J. y FERNANDEZ-FEIJÓO SOUTO, B. (2007): "Sustentabilidad y cooperativismo: una propuesta metodológica basada en un proyecto real", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 92, pp. 72-106.
- CIRUELA LORENZO, A. M. (2003): *El perfil gerencial en las cooperativas agrarias. Análisis de la gerencia en las cooperativas agrarias de la provincia de Málaga*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga, Málaga.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: *El papel de la Unión Europea en materia de turismo. El libro Verde de la Comisión*, COM (95) 97, Bruselas.
- COMISIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA, COM (90) 438: *Medidas comunitarias para el fomento del turismo rural*, [http://www.europa.eu.int/comm/index\\_es.htm](http://www.europa.eu.int/comm/index_es.htm) (Consulta: 10 de octubre de 2006).
- COMISIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA, COM (88) 501: *El futuro del mundo rural*. [http://www.europa.eu.int/comm/archives/leader2/dossier\\_p/es/dossier/chap1.pdf](http://www.europa.eu.int/comm/archives/leader2/dossier_p/es/dossier/chap1.pdf). (Consulta: 10 de octubre de 2006).
- COMUNIDADES EUROPEAS (1994): *Resolución sobre la contribución de las cooperativas al desarrollo regional*, Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE), n. C 61, 11/02/1994.
- COMUNIDADES EUROPEAS (1987): *Resolución sobre la contribución de las cooperativas al desarrollo regional*, Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE), n. C 246, 14/09/1987.
- CONFERENCIA EUROPEA DE SALAMANCA (2002): <http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurs-hip/coop/conferences/doc/salamanca-declaracion-finale-es.pdf>
- COQUE MARTÍNEZ, J. (1999): "Industrialización en el entorno local a través de sociedades cooperativas", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 68, pp. 119-137.
- CROSBY, A. y DARIES, J. (1993): *El Desarrollo Turístico sostenible en el medio rural*, Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT), Madrid.
- CROSBY, A. y MOREDA, A. (1997): *Desarrollo y gestión del Turismo en áreas rurales naturales*, Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística (CEFAT), Madrid.
- CUMBRE DE JONNANESBURGO (2002): <http://www.un.org/spanish/conferences/wssd/doconf.htm>, (Consulta: 16 de septiembre de 2006).
- DECLARACIÓN DE RÍO DE JANEIRO SOBRE MEDIO AMBIENTE (2002): <http://www.rolac.unep.mx/docamb/esp/dr1992.htm>. (Consulta: 16 de septiembre de 2006).

- DECRETO 20/2002, de 29 Enero, de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo en Andalucía, *BOJA* Nº 14 de 02/02/2002, <http://www.mesadelturismo.com>
- DIVAR GARTEIZAUURRECOA, J. y GADEA SOLER, E. (2007): "Desarrollo territorial, participación y cooperativismo", *Revista Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 92, pp. 132-152.
- EISENHARDT, K. M. (1999): "Building theories from case study research", *Academy of Management Review*, Vol. 14, pp. 532-550.
- ENKERLIN, E., CANO, G., GARZA, R. y VOGEL, E. (1999): *Ciencia Ambiental y Desarrollo Sostenible*, International Thomson Editores, México.
- FERNÁNDEZ MENDEZ, M. y PUIG MARTINES, A. (2002): "El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana", *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 41, pp. 183-212.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. (1999). "Cooperativismo y desarrollo local", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 68, pp. 33-46.
- GARCÍA MARTÍ, E. (2000): "Los Principios Cooperativos en el seno de la almazara cooperativa andaluza", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 70, pp. 103-123.
- GREELE, R. J. (1999): "La historia y sus lenguajes en la entrevista de historia oral, quién contesta a las preguntas de quién y por qué", *Historia y fuente oral*, nº 5, pp. 106-127.
- JULIÁ IGUAL, J. F. y MARÍ VIDAL, S. (2002): "Agricultura y desarrollo rural. Contribuciones de las cooperativas agrarias", *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 41, pp. 25-52.
- JULIA IGUAL, J. F., GARCÍA MARTINES, G. y MELIÁ MARTÍ, ELENA. (2006): "Internet, cooperativismo agrario y desarrollo rural. El caso de las cooperativas de la Comunidad Valenciana". *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 55, pp. 221-251.
- Ley 2/99, de 31 de marzo, de sociedades cooperativas de Andalucía, *BOJA*, 20 abril 1999.
- Ley 27/99, de 16 de julio, de cooperativas, *BOE*, 17 julio de 1999.
- MAXWELL, J. A. (1996): *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*, Edit. Sage Publications, Thousand Oaks.
- MAXWELL, J. A. (1998): "Designing a Qualitative Study". En Bickman, L., and D. J. ROG (Eds.): *Handbook of Applied Social Research Methods*, Edit. Sage Publications, Thousand Oaks, pp. 69-100.
- MILLÁN VÁZQUEZ, M. G., LÓPEZ-GUZMÁN GUZMÁN, T. y AGUDO GUTIÉRREZ, E. (2006): "El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta en la zona de Priego de Córdoba", *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 55, pp.167-192.

- MOZAS MORAL, A. y RODRÍGUEZ COHARD, J. C. (2000): "La economía social: agente del cambio estructural en el ámbito rural", *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, nº 4, pp. 7-18.
- MOZAS MORAL, A. y BERNAL JURADO, E. (2006): "Desarrollo territorial y Economía social", *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 55, pp.125-140.
- NOGALES NAHARRO, M. A. (2006): "Desarrollo rural y desarrollo sostenible. La sostenibilidad ética". *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, nº 55, pp. 7-42.
- PATTON, M. Q. (1990): *Qualitative Evaluation and Research Methods*, Edit. SAGE Publications, Mewbury.
- RODRÍGUEZ COHARD, J. C. (2002): "Desarrollo local por Cooperativas: Diversificación productiva en el ámbito rural andaluz. El caso de Bedmar", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 68, pp.173-190.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (1996): *Metodología de la investigación cualitativa*, Edit. Universidad de Deusto, Bilbao.
- SAN ROMAN, L. (2003): *Guía para la Planificación estratégica sostenibilidad local- Agenda 21 Local- Eslabón básico para solventa la pobreza*, Publicación Interna Universidad para la Cooperación Internacional, San José de Costa Rica.
- THEUNS, H. L. (1989): *Toerisme in ontwikkelingslanden*, Tilburg University Press, Tilburg.
- TOMAS CARPI, J. A. y MONZON CAMPOS, J. L. (1998): *Libro Blanco de la Economía Social en la Comunidad Valenciana*, CIRIEC- España editorial, Valencia.
- UICN, PNUMA y WWF (1991): *Cuidar la Tierra. Estrategia para el futuro de la Vida*, Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) -PNUMA - World Wildlife Fund, Suiza.
- VAZQUEZ BAQUERO, A. (1999): "El desarrollo local: una estrategia para el nuevo milenio", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 68, pp. 15-23.
- YIN, R. K. (1994): *Case Study Research. Design and Methods*, SAGE Publications, Londres.