

LAS TIPOLOGÍAS DE TURISMO EN CÓRDOBA (ESPAÑA): UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA THE TYPOLOGIES OF TOURISM IN CORDOBA (SPAIN): A REVIEW OF THE SCIENTIFIC LITERATURE RESUMEN

SALVADOR MORAL CUADRA¹

*Consultor en Turismo, Asociación Internacional para el Desarrollo de
Iniciativas Sostenibles, Córdoba (España)*

FRANCISCO ORGAZ AGÜERA²

Docente en Universidad de UTESA, República Dominicana

RESUMEN

El turismo se configura como uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, generando importantes beneficios para los destinos, si bien, es importante realizar una correcta planificación de esta actividad para controlar los impactos negativos. El objetivo de este artículo es realizar una revisión de la literatura científica sobre el turismo en la provincia de Córdoba, con la finalidad de conocer cuáles son las principales tipologías turísticas que existen actualmente en esta provincia, y poder establecer posteriormente futuras líneas de investigación. Los principales resultados muestran que el turismo gastronómico y el enoturismo son los dos campos más analizados en la provincia, y por tanto, se están configurando como dos importantes tipologías turísticas para Córdoba. También, cabe destacar que el oleoturismo tiene un gran potencial para este destino según la literatura científica.

Palabras Clave: Turismo gastronómico, enoturismo, oleoturismo, turismo rural, turismo industrial, Córdoba.

Fecha de Recepción: 24 de mayo de 2014 Fecha de Aceptación: 11 de junio de 2014

¹ Consultor en Turismo, Asociación Internacional para el Desarrollo de Iniciativas Sostenibles, Córdoba (España) Máster en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Sevilla smoralcuadra@gmail.com

² Docente en Universidad de UTESA, República Dominicana. Doctorando en Turismo por la Universidad de Sevilla franorgaz@hotmail.com

ABSTRACT

Tourism is a major economic sector worldwide, generating significant benefits for the destinations, although it is important to do proper planning of this activity to control negative impacts. The aim of this article is to review the scientific literature on tourism in the province of Cordoba, in order to know which are the main tourist typologies that exist in this province, and to subsequently establish future research. The main results show that wine and culinary tourism are the two most analyzed fields in the province, and therefore being configured as two major tourist typologies for Cordoba. Also, note that the oleotourism has great potential for the province according to the scientific literature.

Key words: culinary tourism, wine tourism, olive oil tourism, rural tourism, industrial tourism, Cordoba.

1. INTRODUCCIÓN

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo, formando parte de una de las actividades económicas que más genera en los destinos (Brida et al., 2011). La importancia del turismo no solo alcanza a los países desarrollados, sino también a los Países en Vías de Desarrollo, debido a que estos países consideran cada vez más al turismo como su motor de desarrollo y que, junto a los atractivos intrínsecos del destino, permite un desarrollo sectorial, consolidándose el turismo en estas áreas geográficas como la principal fuente de divisas y de creación de empleo (Ioannides y Debbage, 1998).

Por tanto, la actividad turística puede favorecer el crecimiento de una zona geográfica si se maximizan las conexiones con la economía local a través de relaciones de cooperación entre las comunidades y los entes públicos y privados, conformándose por ende el turismo como parte integral de un desarrollo sostenible equilibrado, brindando beneficios a todos los stakeholders turísticos del destino. Si hablamos a un nivel más concreto, desde un punto de vista regional, el turismo impacta en la medida en que genera un cambio económico a través del crecimiento de empleo, así como la mejora de los recursos públicos y de la distribución de la renta. También afecta desde un prisma social y ambiental, a través de la diversificación del empleo, así como con el mejoramiento de las infraestructuras y de los desajustes socioculturales, generando posibilidades de movilidad social (Gursoy y Rutherford, 2004; Dyer et al., 2007; Gu y Ryan,

2008). En este sentido, y para Jafari (2005), la actividad turística ayuda a generar una serie de beneficios económicos y socioculturales como empleos, educación, generación de divisas, creación de infraestructuras o impulso de la cultura, además de fomentar la concienciación medioambiental.

De esta manera, el turismo está evolucionando hacia viajes más cortos en el tiempo y con una mayor frecuencia, lo que genera que los turistas, además de visitar los clásicos destinos de masas, estén optando por descubrir áreas alternativas y por buscar nuevas experiencias en contacto con la cultura y la naturaleza local, propiciando que la oferta turística esté creando nuevos productos que den respuesta a los actuales gustos de la demanda, e incidiendo en que esta actividad esté evolucionando hacia una nueva segmentación del propio turista, como sería el caso del turismo temático, representado por el enoturismo, el oleoturismo o el turismo gastronómico, entre otros (López-Guzmán et al., 2013). Por tanto, la cultura se está convirtiendo en un recurso demandado por los nuevos turistas, siendo uno de los segmentos turísticos sujetos a una mayor tasa de crecimiento anual (Borg et al., 1996).

El objetivo de este trabajo es presentar un análisis sobre la situación actual de los estudios científicos existentes en la provincia de Córdoba (España) referentes al turismo, con la finalidad de conocer cuáles son las principales tipologías turísticas en esta provincia andaluza, y sobre esta base, proponer futuras líneas de investigación.

En este contexto, y según diversos autores (Getz y Brown; 2006; López-Guzmán et al., 2013), se da respuesta a la necesidad que existe en los diferentes campos científicos de realizar una periódica revisión de la literatura existente en un destino y, por este motivo, son diversas las investigaciones en turismo que realizan revisiones de la literatura para conocer la situación sobre un tema turístico determinado (Chon, 1990; Weber, 2001; Harrill, 2004; Keating y Kriz, 2008; López-Guzmán et al., 2013). Las fuentes de recolección de datos han sido secundarias, todas ellas provenientes de trabajos científicos publicados en revistas, en Congresos y en tesis doctorales.

Para cumplir los objetivos de esta investigación, este artículo se estructura, tras esta introducción, en un segundo apartado donde se tratan los impactos del turismo para los destinos, para posteriormente, en un tercer apartado describir el área geográfica de estudio; en un cuarto apartado se analizan las publicaciones científicas sobre turismo referentes a Córdoba, para finalmente establecer las conclusiones de este estudio.

2. IMPACTOS DEL TURISMO PARA LOS DESTINOS

El turismo es una actividad que puede provocar importantes impactos para un destino, tanto positivos como negativos. A su vez, estos impactos pueden ser económicos, socioculturales o medioambientales.

Así, los impactos económicos se pueden agrupar en directos o indirectos (Goeldner y Ritchie, 2000; Martínez Roger, 2003). Los directos son aquellos originados como consecuencia directa de la actividad turística. Por su parte, los impactos indirectos son los producidos a medida que el gasto turístico se incorpora en el resto de la economía. Ambos impactos económicos pueden influir positivamente o negativamente en el destino. Dentro de los impactos económicos positivos, el turismo genera oportunidades de empleo (Dyer et al., 2007; Gu y Ryan, 2008), mejora la economía local (Ahmed y Krohn, 1992; Gursoy y Rutherford, 2004), contribuye a aumentar el nivel de vida de la población local (Liu y Var, 1986; Ahmed y Krohn, 1992) y mejora las oportunidades de inversión en nuevos negocios (Kwan y McCartney, 2005; Dyer et al., 2007). En cuanto a los impactos económicos negativos, el turismo también genera costes en los destinos, aunque no sean apreciados por la población (Andereck et al., 2005), destacando entre ellos el aumento del coste de la vida (Kwan y McCartney, 2005; Látková y Vogt, 2012), el aumento del precio de la tierra y de las viviendas (Lord et al., 2011; Látková y Vogt, 2012) y la escasez de bienes (Pizam, 1978; Belisle y Hoy, 1980).

Referente a los impactos socioculturales, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998), habla de impactos socioculturales del turismo para hacer referencia al resultado directo de las relaciones sociales que se establecen, entre los residentes y los visitantes, bien directamente o por la mera observación de estos últimos. En este sentido, el turismo puede generar que las culturas y tradiciones locales sean afectadas por otras culturas como la Occidental (Weaver y Lawton, 2004), provocando aculturación en el destino local. Por su parte, los impactos positivos percibidos, según Liu y Var (1986), determinan la existencia de un firme apoyo por parte de la comunidad local a los beneficios culturales del turismo. Para otros autores, el turismo fomenta las actividades culturales, mejorando la herencia cultural (Gilbert y Clark, 1997), la promoción de parques naturales (McCool y Martin, 1994) y el aumento de las oportunidades de ocio (Perdue et al., 1990). Siguiendo a Mathieson y Wall (1982), el turismo también puede recibir rechazo por la población local, debido a que en algunos destinos los turistas reciben un trato especial y

mantiene sus costumbres, sin existir apenas integración con la comunidad local.

Entre los impactos positivos socioculturales, encontramos el aumento de las instalaciones recreativas y las oportunidades de ocio para la población local (Belisle y Hoy, 1980; Dyer et al., 2007), el enriquecimiento de los valores culturales (Stronza y Gordillo, 2008), la mejora de la calidad de vida de los residentes (Milman y Pizam, 1988) y la generación de oportunidades para los intercambios culturales entre visitantes y anfitriones (Besculides et al., 2002). Por su parte, entre los impactos socioculturales negativos, destacamos la percepción negativa del turismo por la comunidad local (Pizam, 1978; Ap y Crompton, 1998), el aumento de la tasa de criminalidad (Lankford, 1996), la congestión del tráfico rodado (Gursoy y Rutherford, 2004), el aumento de la prostitución en el área (Nunkoo y Ramkissoon, 2011) y el incremento del vandalismo (Dyer et al., 2007).

En cuanto a los impactos medioambientales, estos en la actividad turística se relacionan con la capacidad de carga que puede soportar un destino o recurso. Así, Mathieson y Wall (1982) definen este término como el máximo número de personas que pueden utilizar un emplazamiento sin provocar una alteración irreversible en el entorno natural y sin un declive inaceptable en la calidad de la experiencia de los visitantes. En cuanto a los impactos negativos medioambientales, el turismo es un factor causal del agotamiento de la vida salvaje (Ahmed y Krohn, 1992), además de aumentar la contaminación medioambiental (Nunkoo y Ramkissoon, 2011) generando basuras, aglomeraciones y congestión del tráfico (Dyer et al., 2007; Látková y Vogt, 2012) y provoca degradación ecológica (Sheldon y Var, 1984). Otros autores han encontrado actitudes positivas hacia los impactos medioambientales del turismo, como la mejora en la apariencia de la comunidad local y el aumento de las oportunidades de ocio (Perdue et al., 1990), así como la conservación de los recursos naturales (Brandon, 1996).

En definitiva, y de acuerdo con Gursoy y Rutherford (2004), el turismo en el destino tendrá más apoyo por los residentes dependiendo de los impactos que genere dicha actividad, es decir, mientras más beneficios genere la actividad turística para el área geográfica, más apoyo tendrá por parte de la comunidad local; y mientras más costes genere para la zona, menos apoyo recibirá por los residentes.

De esta manera, y en modo resumen, en la tabla 1 se muestran los principales impactos positivos y negativos que puede provocar el turismo, de índole económica, sociocultural y medioambiental, según la revisión de la literatura realizada y mostrada en los párrafos anteriores.

Tabla 1. Impactos del turismo en los destinos.

IMPACTOS POSITIVOS (Beneficios)	IMPACTOS NEGATIVOS (Costes)
Económicos: Oportunidades de empleo. Mejora economía local. Aumenta el nivel de vida de los residentes. Oportunidades para nuevos negocios.	Aumento del coste de vida. Incremento del precio de la tierra y viviendas. Escasez de bienes.
Socioculturales: Fomenta las actividades culturales. Mejora la herencia cultural Promociona las zonas naturales. Incrementan las oportunidades de ocio. Enriquecimiento de la cultura local. Aumenta el nivel de vida de los residentes. Intercambios culturales.	Percepción negativa de los residentes. Aumento tasa de criminalidad. Incremento de la prostitución. Aumento del vandalismo.
Medioambientales: Mejora la apariencia de la comunidad local. Aumentan las oportunidades de ocio. Mejora la conservación de los recursos naturales.	Agotamiento de la vida salvaje. Aumenta la contaminación. Posible degradación ecológica.

Fuente: Elaboración propia.

Revisando la literatura sobre los impactos del turismo en los destinos, y observando la tabla anterior, se puede observar que esta actividad económica genera importantes beneficios para las áreas geográficas, si bien, también existen algunos impactos que deben tenerse en cuenta para desarrollar adecuadamente el turismo en la zona turística.

3. LOCALIZACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA

La provincia de Córdoba (figura 1) cuenta con una extensión total de 1.255,44 kilómetros cuadrados, con una

altitud sobre el nivel del mar aproximada de 120 metros. Su situación dentro de la Península Ibérica la sitúa como una de las ciudades meridionales más importantes de España. Dentro de la Comunidad Autónoma de Andalucía, es la provincia más situada al norte, limitando con las provincias de Badajoz (Extremadura) y Ciudad Real (Castilla-La Mancha) al norte, al sur con las provincias de Málaga y Granada (Andalucía), al este con la provincia de Jaén (Andalucía) y al oeste con Sevilla (Andalucía).

Figura 1. Localización de la provincia de Córdoba en España y subdivisión en mancomunidades.



Fuente: Elaboración propia a partir de Google Imágenes.

Si nos centramos más en un criterio físico, la provincia de Córdoba destaca por tener un posicionamiento geográfico clave, debido a que es el nexo de unión entre el sur y el norte de España. De esta forma, esta provincia cuenta como frontera natural al norte con la cordillera de Sierra Morena; al sur de la provincia de Córdoba se encuentra la Cordillera Subbética separando Córdoba de Granada, estando finalmente atravesada de este a oeste por el valle del Guadalquivir. Esta amalgama de accidentes geográficos dota a Córdoba de una singularidad única, haciendo que haya un paisaje distinto dependiendo de la zona geográfica de la provincia.

Debido a las características anteriores, así como su importancia patrimonial y cultural fruto de las civilizaciones que han ido dejando huella a lo largo de los siglos en Córdoba, esta provincia se ha convertido en una de las áreas geográficas más importantes en lo que a patrimonio cultural se refiere, recibiendo al año un gran número de turistas, siendo esta cifra

de 983.311 en el año 2013 (INE, 2014). La importancia del turismo en este destino ha generado que muchos investigadores realicen investigaciones sobre el tema (Castillo Canalejo *et al.*, 2010; López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2008; López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2012a; Millán Vázquez de la Torre *et al.*, 2012; Millán Vázquez de la Torre y Agudo Gutiérrez, 2013). En todo caso, esta literatura deja clara la importancia del turismo en este destino andaluz y, por tanto, han dado lugar a la aparición de otras investigaciones en el destino centradas en el sector hotelero (González Santa Cruz *et al.*, 2011).

4. REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA SOBRE TURISMO EN CÓRDOBA Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En este apartado, se presentará de manera sucinta, una revisión de las principales aportaciones a revistas científicas que existen sobre turismo en la provincia de Córdoba, además de aquellas publicadas en Congresos y tesis doctorales. Así, esta revisión se hace en base a dos criterios:

- a) Se agrupan las investigaciones por tipología turística estudiada.
- b) Se clasifican los estudios por revista científica, Congreso y tesis doctoral.

Esta clasificación se puede ver observada en la tabla 2, donde se reflejan las tipologías turísticas publicadas en revistas científicas. En este sentido, cabe resaltar que, además de estos estudios científicos sobre tipologías turísticas determinadas, también se ha hecho un análisis del sector hotelero (Sánchez Cañizares *et al.*, 2007; González Santa Cruz *et al.*, 2011; González Santa Cruz *et al.*, 2012; González Santa Cruz *et al.*, 2013a; González Santa Cruz *et al.*, 2013b; González Santa Cruz *et al.*, 2014a; González Santa Cruz *et al.*, 2014b; González Santa Cruz *et al.*, 2014c).

Tabla 2. Estudios turísticos en Córdoba según tipología publicados en revistas científicas.

TIPOLOGÍA	AUTOR
Turismo gastronómico	Millán Vázquez de la Torre (2011); López-Guzmán y Sánchez Cañizares (2012a); Millán Vázquez de la Torre <i>et al.</i> (2012); López-Guzmán y Sánchez Cañizares (2012b)
Turismo idiomático	Piédrola Ortiz y Artacho Ruiz (2012).
Turismo rural	Caridad y Ocerín y Millán Vázquez de la Torre (2005); López Guzmán y Gutiérrez (2006); Millán Vázquez de la Torre (2008); Millán Vázquez de la Torre y Agudo Gutiérrez (2013).
Oleoturismo	Millán Vázquez de la Torre <i>et al.</i> (2010a); Millán Vázquez de la Torre <i>et al.</i> (2010b); Millán Vázquez de la Torre y Agudo Gutiérrez (2010); Millán Vázquez de la Torre <i>et al.</i> , (2012); Millán Vázquez de la Torre <i>et al.</i> , (2014).
Enoturismo	López-Guzmán y Sánchez Cañizares (2008); Millán Vázquez de la Torre y Melián Navarro (2008); Millán Vázquez de la Torre <i>et al.</i> (2008); López-Guzmán <i>et al.</i> (2008); López-Guzmán <i>et al.</i> (2009); López-Guzmán <i>et al.</i> (2010); Millán Vázquez de la Torre y Melián Navarro (2010); Millán Vázquez de la Torre y Morales Fernández (2012).
Turismo industrial	Castillo Canalejo <i>et al.</i> (2010); Castillo Canalejo <i>et al.</i> (2011); Millán Vázquez de la Torre (2012a).
Turismo cultural	Millán Vázquez de la Torre (2012b); Ortiz (2013); Millán Vázquez de la Torre (2013).

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2 se pueden observar los trabajos científicos sobre turismo en la provincia de Córdoba, donde destacan aquellos cuya temática es el enoturismo, oleoturismo y turismo gastronómico. Esto refleja la importancia que la gastronomía y el vino tienen para los destinos y la que últimamente está adquiriendo el oleoturismo, debido a que han aparecido motivaciones por parte de la demanda turística relacionadas con la cultura e historia, entre ellas aquellas relacionadas con el turismo gastronómico (Chang *et al.*, 2011; Mak *et al.*, 2012), que fomenta el desarrollo socioeconómico y sostenible de las

áreas geográficas (López-Guzmán y Sánchez-Cañizares, 2012b) y mejora la competitividad turística de un área específica frente a sus principales competidores (Crouch y Ritchie, 1999), a través de la potencialización de las costumbres y tradiciones de las comunidades locales (Pulina *et al.*, 2006). En definitiva, estos tipos de turismo presentan una completa experiencia sensorial para el visitante (Getz, 2000), debido a que el turista puede experimentar el placer del olor, del sabor, del sonido, del tacto y de la vista.

Entre todos los autores destacamos las contribuciones provenientes de los Grupos de Investigación SEJ-063 Organización de Empresas y Economía Aplicada y SEJ-281 Estadística Aplicada y Econometría, como las principales sobre turismo en la provincia de Córdoba, destacando sus investigaciones en el campo del turismo gastronómico, el enoturismo y el oleoturismo. En este aspecto, dentro del enoturismo, cabe destacar la Denominación de Origen Montilla-Moriles; en referencia al oleoturismo, destaca la Denominación de Origen Montoro-Adamuz, la Denominación de Origen de Baena, la Denominación de Origen Priego de Córdoba y la Denominación de Origen Lucena.

En este sentido, si nos centramos en las conclusiones de los trabajos científicos consultados referentes a las principales tipologías de turismo investigadas en la provincia de Córdoba (turismo gastronómico, enoturismo, oleoturismo, turismo rural y turismo industrial), obtenemos las siguientes conclusiones:

- *Turismo gastronómico*: (Millán Vázquez de la Torre, 2011; López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2012a; Millán Vázquez de la Torre *et al.*, 2012; López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2012b): Esta tipología turística potencia el turismo en la provincia, además de adaptar las nuevas tecnologías para su promoción. Estos turistas pernoctan más que la media, y tiene un nivel cultural alto. La valoración de los restaurantes típicos de la ciudad (tabernas) así como de las tapas (salmorejo y rabo de toro sobretodo) es muy buena, aunque se trata de una demanda estacional. Los empresarios locales tienen una alta percepción de que el turismo gastronómico puede aportar beneficios a la provincia de Córdoba.

- *Enoturismo*: (López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2008; Millán Vázquez de la Torre y Melián Navarro, 2008; Millán Vázquez de la Torre *et al.* 2008; López-Guzmán *et al.* 2008; López-Guzmán *et al.* 2009; López-Guzmán *et al.*, 2010; Millán Vázquez de la Torre y Melián Navarro, 2010; Millán Vázquez de la Torre y Morales Fernández, 2012): Esta tipología ha despuntado con la

aparición de las rutas vinícolas, en este caso, la ruta de Montilla-Moriles, que fomenta el desarrollo socioeconómico de la zona, ya que cada vez existe un mayor interés por la comida y el vino de diversas áreas, estando la ruta de Montilla-Moriles en una región donde la dieta mediterránea es de particular importancia. Esta tipología satisface las nuevas motivaciones de los turistas. Así, se hace necesario que se disponga de un número suficiente de bodegas abiertas, sobre todo, en fines de semana y períodos de vacaciones, y ofrecer actividades complementarias a la demanda con el fin de que estos pernocten más noches en el destino, generando por ende, mayores ingresos. En este aspecto, para la correcta consolidación de esta clase de destinos turísticos es necesaria una correcta promoción por parte tanto de las diferentes administraciones públicas, así como de las propias empresas privadas.

- *Oleoturismo*: (Millán Vázquez de la Torre *et al.*, 2010a; Millán Vázquez de la Torre *et al.*, 2010b; Millán Vázquez de la Torre y Agudo Gutiérrez, 2010; Millán Vázquez de la Torre *et al.*, 2012; Millán Vázquez de la Torre *et al.*, 2014): Esta tipología se ha visto beneficiada por el aumento progresivo de consumidores exigentes, dispuestos a pagar precios más elevados por productos autóctonos con denominación de origen y alto valor añadido. Aunque, la oferta de infraestructura hotelera es insuficiente en muchas épocas del año, haciendo que la demanda se desplace hacia otras zonas. También, hay una insuficiente oferta complementaria en las zonas rurales. En este sentido, hay una ausencia de visión estratégica del sector que integre transversalmente agricultura, desarrollo y turismo, para que no se produzca una saturación del medio rural, con el fin de fomentar la sostenibilidad del medio ambiente y generar riqueza y empleo. Las Denominaciones de Origen del aceite de oliva no son tan conocidas ni visitadas por el turista gastronómico como pueden ser las del vino, lo cual genera la existencia de acciones de marketing que promocionen y comercialicen esta tipología.
- *Turismo rural*: (Caridad y Ocerín y Millán Vázquez de la Torre, 2005; López Guzmán y Gutiérrez, 2006; Millán Vázquez de la Torre, 2008; Millán Vázquez de la Torre y Agudo Gutiérrez, 2013): Existe una oferta hotelera escasa en determinadas épocas del año, siendo generalmente una demanda fidelizada, pero que no evita la estacionalización de esta tipología turística. Así, es

necesario incrementar la inversión en publicidad en destinos rurales y controlar la oferta ilegal, creando, además, una participación recíproca de los entes públicos y la iniciativa privada para potenciar este turismo en la provincia.

- *Turismo industrial*: (Castillo Canalejo *et al.*, 2010; Castillo Canalejo *et al.*, 2011; Millán Vázquez de la Torre, 2012a): El visitante considera la experiencia interesante y enriquecedora, percibiendo un enorme potencial para la revalorización del patrimonio minero de la zona con fines turísticos, si bien, existen debilidades a subsanar como la falta de infraestructuras turísticas o la poca implicación de la comunidad en la revalorización del patrimonio. Para ello, se necesita una unión de sinergias entre residentes y entes públicos para la explotación positiva del patrimonio minero como una puesta en valor más de su identidad cultural, mejorando así el desarrollo socioeconómico de la población local en determinadas áreas de la provincia.

Por lo tanto, aunque estas tipologías se encuentran en crecimiento (turismo gastronómico, enoturismo y oleoturismo), los autores están de acuerdo de que se debe mejorar la oferta complementaria para todas ellas en determinadas áreas de la provincia. Mientras, otras tipologías (turismo rural y oleoturismo) presentan estacionalidad, y esto, según estos autores, repercute económicamente en la población residente del área geográfica.

Por otro lado, y siguiendo con la clasificación mencionada al principio de este punto, también se han analizados las publicaciones en Congresos. En este sentido, cabe destacar que no han sido muchas las contribuciones sobre las tipologías turísticas de Córdoba. Así, en la tabla 3 se observa que además de ser pocas las contribuciones en Congresos, las tipologías turísticas analizadas han sido variadas. Destaca un estudio sobre la gastronomía, donde se analiza la Ruta del Jamón Ibérico en la provincia de Córdoba. También se analiza el turismo idiomático, coincidiendo los autores con los que publicaron esta temática en una revista científica y, de igual modo, se examina una contribución sobre el turismo industrial minero de Peñarroya-Pueblonuevo y Belmez, y sobre el turismo cultural (arqueológico) en Baena, donde se analiza el Parque Arqueológico de Torreparedones. Por su parte, se han publicado dos contribuciones sobre turismo rural y sobre enoturismo en diferentes Congresos nacionales e internacionales. En cuanto al turismo rural, se estudia como esta tipología puede mejorar el desarrollo

socioeconómico de algunas zonas de la provincia. Referente al enoturismo, se observa como una actividad complementaria para el turismo rural y al turismo de congresos.

Tabla 3. Estudios turísticos en Córdoba, según tipología, publicados en Congresos.

TIPOLOGÍA	AUTOR
Turismo gastronómico	Millán Vázquez de la Torre <i>et al.</i> (2011).
Turismo idiomático	Piédrola Ortíz y Artacho Ruiz (2011).
Turismo rural	Millán Vázquez de la Torre y López-Guzmán (2005); Agudo Gutiérrez y Millán Vázquez de la Torre (2006).
Enoturismo	López-Guzmán <i>et al.</i> (2006); Melian Navarro <i>et al.</i> (2008).
Turismo industrial	Castillo Canalejo <i>et al.</i> (2008).
Turismo cultural	Morena López (2012).

Fuente: Elaboración propia.

Por último, también hemos realizado una revisión de la literatura de las tipologías turísticas llevadas a cabo en estudios de tesis doctoral. Así, son muy pocas las contribuciones de las tesis doctorales que aportan estudios sobre las tipologías de Córdoba (tabla 4).

Tabla 4. Tesis doctorales de temática relacionadas con el turismo en Córdoba.

TIPOLOGÍA	TÍTULO	AUTOR
Hoteles	“Satisfacción laboral y compromiso organizativo: estudio aplicado al sector hotelero en la provincia de Córdoba”	González Santa Cruz (2012)
Turismo Industrial	“Análisis del desarrollo socioeconómico de la zona norte de la provincia de Córdoba basado en actividades de turismo industrial minero”	Castillo Canalejo (2009)
Enoturismo y Oleoturismo	“Nuevas modalidades de turismo en un entorno rural: enoturismo y oleoturismo. Análisis del perfil del consumidor de turismo gastronómico”	Agudo Gutiérrez (2010)

Fuente: Elaboración propia.

En concreto, solamente hemos encontrado dos, tratando una sobre el enoturismo y oleoturismo como nuevas modalidades de turismo en el entorno rural; y otra, sobre un análisis del desarrollo socioeconómico de la zona norte de la provincia de Córdoba basado en actividades de turismo industrial minero. En este sentido, existe un estudio también sobre un análisis de las satisfacciones laboral en los hoteles de la provincia de Córdoba, ligado esto con las tipologías turísticas de la provincia.

Por tanto, existen un gran número de contribuciones científicas sobre tipologías turísticas de la provincia de Córdoba, si bien, destacan aquellas publicadas en revistas científicas, siendo en menor número las encontradas en publicaciones de Congresos y tesis doctorales.

5. CONCLUSIONES

El turismo está experimentando un cambio en el comportamiento de los turistas, debido a que la demanda prefiere estar menos tiempo en un destino pero viajar con mayor frecuencia durante el año, con el objetivo de buscar la mayor cantidad de experiencias posibles. Por esta razón, los destinos están desarrollando nuevas ofertas turísticas que satisfagan los nuevos intereses de la demanda.

En este sentido, el objetivo de este artículo era realizar una revisión de la literatura científica sobre el turismo en la provincia de Córdoba, con la finalidad de conocer cuáles son las principales tipologías turísticas que existen actualmente en esta provincia, y poder establecer posteriormente futuras líneas de investigación. Aquí debemos destacar que la mayoría de contribuciones se han publicado en revistas científicas. Así, podemos concluir que los principales campos analizados muestran que la gastronomía y el enoturismo son las dos principales tipologías turísticas investigadas en la provincia. Por su parte, el oleoturismo, el turismo rural y el turismo industrial también han sido analizados por la comunidad científica, si bien, tienen menos importancia en la literatura científica que los ya mencionados turismo gastronómico y enoturismo.

La principal limitación de este estudio viene a la hora de encontrar lo que se conoce como “literatura gris”, puesto que en muchos casos es difícil de tener acceso a las publicaciones de Congresos. En cuando a las futuras líneas de investigación, se deberían desarrollar estudios que analicen la demanda, sobre todo en tipologías como el oleoturismo (si se han desarrollado en el turismo gastronómico y enoturismo), que es una de las que más interés está teniendo en la comunidad científica en los últimos tiempos. Esto ayudaría a realizar comparaciones entre

la demanda de las diferentes tipologías turísticas que se observan en la provincia de Córdoba, y poder mejorar las ofertas complementarias. También, es importante analizar otras tipologías turísticas relacionadas con el potencial ecoturístico de la provincia o la situación actual del turismo de negocios en Córdoba.

7. BIBLIOGRAFÍA

- AGUDO GUTIERREZ, E. M. (2010): *Nuevas modalidades de turismo en un entorno rural: enoturismo y oleoturismo. Análisis del perfil del consumidor de turismo gastronómico*. Universidad de Córdoba, Córdoba. Tesis Doctoral.
- AGUDO GUTIERREZ, E. M. y MILLÁN VAZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2006): “El turismo rural como generador de riqueza en zonas rurales: la unión de sinergias futuro esperanzador del turismo rural”. En: *Turismo en Espacios rurales*, 8º Congreso de turismo universidad y empresa. Coordinado por BIGNÉ ALCAÑIZ, J. E. y BLANQUER CRIADO, D. V.
- AHMED, Z.U. Y KROHN, F.B. (1992): “Marketing India as a tourist destination in North America-challenges and opportunities”. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 11, Nº 2, págs.89-98.
- ANDERHECK, K.L., VALENTINE, K.M., KNOFF, R.C. y VOGT, C.A. (2005): “Residents’ perceptions of community tourism impacts”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, Nº 4, págs.1056-1076.
- AP, J. y CROMPTON, J. (1988): “Developing and testing a tourism impact scale”. *Journal of Travel Research*, Vol. 37, págs.120-130.
- BELISLE, F.J. y HOY, D.R. (1980): “The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa Maria, Columbia”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 7, Nº 1, págs.83-101.
- BORG, J., COSTA, P. y GOTTI, G. (1996): “Tourism in European heritage cities”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, págs.306-201.
- BRANDON, K. (1996): *Ecotourism and conservation: A review of key issues*. Washington DC: World Bank.
- BRIDA, J. G., MONTERUBBIANESI, P. D. y ZAPATA-AGUIRRE, S. (2011): “Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 9, Nº 2, págs. 291-303.

- CARIDAD Y OCERÍN, J. M. y MILLÁN, G. (2005): “Análisis econométrico del turismo rural en Córdoba”. *Boletín de la Real Academia de Córdoba de Ciencias, Bellas Letras y Nobles Artes*, N° 149, págs. 353-368.
- CATILLO CANALEJO, A. M. (2009): *Análisis del desarrollo socioeconómico de la zona norte de la provincia de Córdoba basado en actividades de turismo industrial minero*. Universidad de Córdoba, Córdoba. Tesis Doctoral.
- CASTILLO CANALEJO, A. M., LÓPEZ-GUZMÁN, T. y MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2008): “Turismo minero en la zona de Peñarroya-Pueblonuevo y Belmez (Córdoba)”. En: *X Seminario Hispano-Luso de Economía Empresarial*. Coordinado por VARGAS SÁNCHEZ, A.
- CASTILLO CANALEJO, A. M., LÓPEZ-GUZMÁN, T. y MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2010): “El turismo industrial minero como motor de desarrollo en áreas geográficas en declive. Un estudio de caso.” *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 19, págs. 382-393.
- CASTILLO CANALEJO, A. M., LÓPEZ-GUZMÁN, T. y MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2011): “Delimitación conceptual y consideraciones en torno al turismo industrial minero”. *TURyDES, revista de turismo y desarrollo local*, Vol. 4, N° 9.
- CHANG, R., KIVELA, J. y MAK, A. (2011): “Attributes that influence the evaluation of travel dining experience. When east meets west”. *Tourism Management*, Vol. 32, N° 2, págs.307-316.
- CHON, K. S. (1990): “The role of destination image in tourism: A review and discussion”. *Tourism Review*, Vol. 45, N° 2, págs.2-9.
- CROUCH, G. I. y RITCHIE, J. R. (1999): “Tourism, competitiveness, and societal prosperity”. *Journal of Business Research*, Vol. 44, págs.137-152.
- DYER, P., GURSOY, D., SHARMA, B. y CARTER, J. (2007): “Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia”. *Tourism Management*, Vol. 28, págs.409-422.
- GETZ, D. (2000): *Explore wine tourism, management, development and destinations*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- GILBERT, D. y CLARK, M. (1997): “An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford”. *Cities*, Vol. 14, N° 6, págs. 343-352.
- GONZÁLEZ SANTA CRUZ, F., SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. y LÓPEZ-GUZMÁN, T. (2011): “Satisfacción laboral

- como factor crítico para la calidad: El caso del sector hostelero de la provincia de Córdoba-España”. *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 20, N° 5, págs.1047-1068.
- GONZÁLEZ SANTA CRUZ, F. (2012): *Satisfacción laboral y compromiso organizativo: estudio aplicado al sector hotelero en la provincia de Córdoba*. Universidad de Córdoba, Córdoba. Tesis Doctoral.
- GONZÁLEZ SANTA CRUZ, F., LÓPEZ-GUZMÁN, T. y SANCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2012): “Influencia de variables personales en la satisfacción laboral y el compromiso organizativo: estudio de caso en el sector hotelero de la provincia de Córdoba (España)”. *Contribuciones a la economía*, N° 6.
- GONZÁLEZ SANTA CRUZ, F., LÓPEZ-GUZMÁN, T. y SANCHEZ CAÑIZARES S. M. (2013a): “La satisfacción hotelera en la hostelería cordobesa”. *Estudios turísticos*, N° 195, págs. 121-138.
- GONZÁLEZ SANTA CRUZ, F., SÁNCHEZ CAÑIZARES, S.M. y LÓPEZ-GUZMÁN, T. (2013b): “Influence of certain variables on organizational commitment: a case study in the hotel sector of Cordoba”. *Tourismos*, Vol. 8, N° 2, págs. 117-135.
- GONZÁLEZ SANTA CRUZ, F., LÓPEZ-GUZMÁN, T. y SANCHEZ CAÑIZARES, S.M. (2014a): “Job satisfaction and organizational commitment in human resources in the hotel sector of Cordoba (Spain): Influence of the type of contract and working day”. *Intangible Capital*, Vol. 10, N° 1, págs.189-211.
- GONZÁLEZ SANTA CRUZ, F., LÓPEZ-GUZMÁN, T. y SANCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2014b): “Analysis of Job Satisfaction in the Hotel Industry: A Study of Hotels in Spain”. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, Vol. 13, N° 1, págs.63-80.
- GONZÁLEZ SANTA CRUZ, F., SÁNCHEZ CAÑIZARES, S.M. y LÓPEZ GUZMÁN, T. (2014c): “Organisational commitment: A key variable in the hotel sector of the province of Cordoba, Spain”. *European Journal of Tourism Research*, Vol. 7, N° 1.
- GU, H. y RYAN, C. (2008): “Place attachment, identity and community impacts of tourism – The case of Beijing Hutong”. *Tourism Management*, Vol. 29, págs.637-647.
- GURSOY, D. y RUTHERFORD, D. G. (2004): “Host attitudes toward tourism: An improved structural model”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, págs.495-516.
- HARRILL, R. (2004): “Residents’ attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning”. *Journal of Planning Literature*, Vol. 18, N° 3, págs.251-266.

- INE (2014). Disponible en: <http://linksito.com/4c0m>
Consultado: 17/04/2014.
- IOANNIDES, D. y DEBBAGE, K.G., (1998): *The Economic Geography of the Tourist Industry*. Londres: Routledge.
- JAFARI, J., (2005): “El turismo como disciplina científica”. *Política y sociedad*, Vol. 42, N°1, págs. 39-56.
- KEATING, B. y KRIZ, A. (2008): “Outbound tourism from China: Literature review and research agenda”. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 15, N° 1, págs.32-41.
- KWAN, F.V.C. y MCCARTNEY, G. (2005): “Mapping residents’ perceptions of gaming impacts”. *Journal of Travel Research*, Vol. 44, págs.177-187.
- LANKFORD, S.V. (1996): “Crime and tourism: A study of perceptions in the Pacific Northwest”. En: *Tourism, crime and international security issues*. Coordinado por PIZAM, A. y MANSFELD, Y., págs. 51-58.
- LÁTKOVÁ, P. y VOGT, C.A. (2012): “Residents’ attitudes toward existing and future tourism development in rural communities”. *Journal of Travel Research*, Vol. 51, N° 1, págs.50-67.
- LIU, J.C. y VAR, T. (1986): “Residential attitudes toward tourism impact in Hawaii”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, N° 2, págs. 193-214.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T., MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y AGUDO-GUTIERREZ, E. M. (2006): “El desarrollo de actividades complementarias en las zonas rurales: el enoturismo”. En: *XI Jornadas de investigadores en economía social y cooperativa*. Santiago de Compostela (La Coruña), octubre de 2006.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T., MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y CARIDAD Y OCERÍN, J. M. (2008): “Análisis econométrico del enoturismo en España: un estudio de caso”. *Estudios y perspectivas en turismo*, Vol. 17, págs. 98-118.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T., RODRÍGUEZ GARCÍA, J. y VIEIRA RODRÍGUEZ, A. (2013): “Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España”. *Cuadernos de Turismo*, N° 32, págs. 171-188.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T., SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. y RODRÍGUEZ GARCÍA, J. (2009): “Wine routes in Spain: a case study”. *Tourism*, Vol. 57, N° 4, págs. 421-434.
- LÓPEZ GUZMÁN, T. y 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*, N° 55, págs. 167-192.

- LÓPEZ-GUZMÁN, T. y SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2008): “La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas”. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 6, Nº 2, págs. 159-151.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T. y SANCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2012a): “La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo gastronómico en Córdoba”. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 10, págs. 575-584.
- LÓPEZ-GUZMÁN, T. y SÁNCHEZ-CAÑIZARES, S. (2012b): “Culinary tourism in Cordoba (Spain)”. *British Food Journal*, Vol. 114, Nº 2, págs.168–179.
- LORD, T., GREENIDGE, D. y DEVONISH, D. (2011): “Local residents’ perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre and post games”. *Tourism Management*, Vol. 32, págs.349-356.
- MAK, A., LUNBERS, M. y EVES, A. (2012): “Globalisation and food consumption in tourism”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, Nº 1, págs.171–196.
- MATHIESON, A. y WALL, G. (1982): *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*. New York: Longman House.
- MCCOOL, S.F., y MARTIN, S.R. (1994): “Community attachment and attitudes toward tourism development”. *Journal of Travel Research*, Vol. 32, Nº 3, págs. 29-34.
- MELIÁN NAVARRO, A., LÓPEZ-GUZMÁN, T. y MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2008): “La especialización de la oferta complementaria en el turismo de negocios: el enoturismo”. En: *Turismo de negocios y reuniones: "convenciones, congresos e incentivos"*. Coordinado por LÓPEZ OLIVARES, D., págs. 413-436.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2008): “Análisis de la demanda de turismo rural en la provincia de Córdoba (España) a través de una oferta turística complementaria”. *Revista Gestin*, Vol. 7, págs. 49-60.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2011): “Las empresas alimentarias nuevo motor del turismo industrial en la provincia de Córdoba. Análisis del perfil del turista”. *ROTUR: Revista de Ocio y Turismo*, Vol. 4, págs. 89-116.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2012a): “El turismo industrial minero en Cerro Muriano (España), pilar de fortalecimiento de la economía cordobesa”. *Kalpana*, Vol. 7, págs. 10-18.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2012b): “Las fiestas que potencian el turismo cultural en la ciudad de Córdoba durante el mes de mayo: los patios, las cruces, la

- batalla de las flores y la feria de la Salud”. *Kalpana*, Vol. 8, págs. 30-41.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2013): “El Concurso de belenes de Córdoba como elemento potenciador del Turismo Cultural en la Ciudad”. *Turismo, Desarrollo y Buen Vivir, Revista de investigación de la Ciencia Turística RICIT*, Vol. 5, págs. 65-94.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G., AGUDO, E. M. y AGUDO, I. (2010a): “Oil-tourism in the South-east of Spain: The Necessity of Coordinating the Tourist Activity with the Agrarian one for the Development of the Rural Areas”. *Panorama Socioeconómico*, Vol. 28, N° 41, págs. 116-124.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G., AGUDO GUTIÉRREZ, E. M. y MORALES FERNÁNDEZ, E. (2012): “Análisis de la oferta y la demanda de oleoturismo en el sur de España: un estudio de caso”. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, Vol. 8, N° 67, págs.181-202.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G., ARJONA, J. M. y AMADOR, L. (2014): “A new market segment for olive oil: Olive oil tourism in the south of Spain”. *Agricultural Sciences*, Vol. 5, N° 3, págs. 179-185.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M.G., FERREIRA, A.M. y LÓPEZ-GUZMÁN, T. (2008): “O enoturismo: nova alternativa ao turismo tradicional. Um estudo de caso”. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, Vol. 10.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G., MORALES FERNÁNDEZ, E. J. y AGUDO GUTIÉRREZ, E .M. (2010): “El oleoturismo como motor de desarrollo rural: La denominación de origen de Montoro-Adamuz”. *Mundo agrario*, Vol. 11, N°21, págs. 1-20.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G., MORALES FERNÁNDEZ, E. J. y CASTRO FREIRE, M. S. (2011): “Las rutas gastronómicas como oportunidad de generar rentas adicionales en el sector agrario: Análisis de la Ruta del Jamón Ibérico en la Provincia de Córdoba”. En: *Turismo y Desarrollo Económico: IV Jornadas de Investigación en Turismo*. Coordinado por JIMÉNEZ CABALLERO, J. L. y DE FUENTES RUIZ, P., págs. 381-406.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G., MORALES-FERNÁNDEZ, E. J. y NARANJO, L. M. P. (2012): “Análisis del Turismo Gastronómico en la Provincia de Córdoba”. *Tourism & Management Studies*, Vol. 8, págs. 78-87.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G., PÉREZ, L. M. y MORALES, E. (2010b): “La Ruta del Aceite de Oliva en la DOP Baena como opción estratégica de desarrollo”.

- Revista de Economía, Sociedad Turismo y Medioambiente, RESTMA*, Vol. 10, págs. 33-52.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y AGUDO GUTIÉRREZ, E. M. (2010): “El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso”. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 8, Nº 1, págs. 91-112.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y AGUDO GUTIÉRREZ, E. M. (2013): “El Turismo Rural en el Parque Natural de la Sierra Cardeña-Montoro-España: un estudio econométrico”. *Revista Turismo em Análise*, Vol. 18, Nº 2, págs. 166-183.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y LÓPEZ-GUZMÁN, T. (2005): “El turismo rural como agente económico: desarrollo y distribución de la renta”. En: *Desarrollo rural y economía social: resúmenes de conferencias y comunicaciones*, Congreso Iberoamericano. Coordinado por SALINAS RAMOS, F., HERRANZ DE LA CASA, J. M. y ALBARÁN FERNÁNDEZ, C., págs. 185-187.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y MELIÁN NAVARRO, A. (2008): “Rutas turísticas enológicas y desarrollo rural. El caso de estudio de la Denominación de Origen Montilla-Moriles en la provincia de Córdoba”. *Papeles de Geografía*, Nº 47-48, págs. 159-170.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y MELIÁN NAVARRO, A. (2010): “Turismo enológico y desarrollo rural: una aplicación empírica”. *Revista Lider*, Vol. 17, págs. 159-175.
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. y MORALES FERNÁNDEZ, E. J. (2012): “Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) y turismo gastronómico: una relación simbiótica en Andalucía”. *Gran Tour*, Nº6, págs.101-121.
- MILMAN, A. y PIZAM, A. (1988): “Social impact of tourism on Central Florida”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, Nº 2, págs.208-220.
- MORENA LÓPEZ, J. A. (2012): “El parque arqueológico de Torreparedones (Baena, Córdoba): un proyecto de desarrollo turístico y cultural”. En: *El patrimonio cultural y natural como motor de desarrollo: investigación e innovación*, I Congresos Internacional Universidad Internacional de Andalucía, págs. 1048-1062.
- NUNKOO, R. y RAMKISSOON, H. (2011): “Developing a community support model for tourism”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, Nº 3, págs. 964-988.
- OMT (1998): *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

- ORTIZ, J. (2013): "Patios de Córdoba: entre "aves de pétalos"". *Escritura pública*, N° 80, págs.74-77.
- PERDUE, R. R., LONG, P.T. y ALLEN, L. (1990): "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, págs. 586-599.
- PIÉDROLA ORTÍZ, I. y ARTACHO RUÍZ, C. (2011): "El turismo idiomático: una oportunidad de desarrollo local para Córdoba". En: *Políticas Activas en Turismo. Respuestas a la singularidad del mercado laboral*, Congreso AECIT, Mijas, Málaga 2011.
- PIÉDROLA ORTÍZ, I. y ARTACHO RUÍZ, C.(2012): "El turismo idiomático: una oportunidad de desarrollo local para Córdoba". *Revista de Análisis Turístico*, N° 12, págs.51-61.
- PIZAM, A. (1978): "Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents". *Journal of Travel Research*, Vol. 16, N° 4, págs.8-12.
- PULINA, M., DETORRI, D. y PABA, A. (2006): "Life cycle of agrotouristic firms in Sardinia". *Tourism Management*, Vol. 27, págs. 1006-1016.
- SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M.; LÓPEZ-GUZMÁN, T. y MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M. G. (2007): "La satisfacción laboral en los establecimientos hoteleros: análisis empírico en la provincia de Córdoba". *Cuadernos de Turismo*, N° 20, págs. 223-249.
- SHELDON, P.J. y VAR T. (1984): "Resident Attitudes to Tourism in North Wales". *Tourism Management*, Vol. 5, N° 1, págs.40-47.
- STRONZA, A. y GORDILLO, J. (2008): "Community views of ecotourism". *Annals of Tourism Research*, Vol. 35, N° 2, págs.448-468.
- SWARBROOKE, J. (1999): *Sustainable tourism management*. Oxford: CAB International.
- WEAVER, D. B. y LAWTON, L. J. (2004): "Visitor attitudes toward tourism development and product integration in an Australian urban-rural fringe". *Journal of Travel Research*, Vol. 42, N° 3, págs.286-296.
- WEBER, K. (2001): "Outdoor adventure tourism: A review of research approaches". *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, N° 2, págs.360-377.