

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
FACULTAD DE TURISMO



TRABAJO FIN DE MÁSTER

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN
DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN
DEL TURISMO**

**Creación de un producto turístico:
"Roadtrip" en furgoneta adaptada
por Andalucía**

Sonia Fernández

Málaga, 2022



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE TURISMO

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN
DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN
DEL TURISMO**

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**Creación de un producto turístico:
"Roadtrip" en furgoneta adaptada
por Andalucía**

**Creation of a tourist product: Roadtrip by
campervan within Andalusia**

Realizado por **Sonia Fernández**

Tutorizado por **Fernando Almeida García** y
Rafael Cortés Macías

Universidad de Málaga
Málaga, septiembre de 2022

Resumen

En un momento en el que estamos saliendo poco a poco de una pandemia sin precedentes, he querido realizar este proyecto sobre algunas tendencias actuales: el "staycation", el consumo local y el turismo lento. La crisis del Covid-19 ha contribuido a la aparición de un nuevo enfoque de los viajes basado en la proximidad, y mi trabajo de fin de máster debía adherirse a este movimiento.

Tras haber oído hablar mucho del concepto de la "vanlife" durante los veranos posteriores al confinamiento de marzo de 2020, es bastante natural que me haya dirigido hacia este tema. Viajar en campervan permite descubrir los destinos cercanos a su ritmo y sin tener que preocuparse de reservar un alojamiento. Esta forma de viajar encaja perfectamente con las tendencias actuales y es en este impulso de proximidad que tuve la suerte de colaborar con la empresa malagueña *Van Break* para la realización de este trabajo.

Así pues, esta tesis se adentrará en el corazón de las tendencias actuales para llegar finalmente al objetivo principal: la creación de un folleto turístico compuesto por tres rutas turísticas temáticas que se realizarán en furgoneta habilitada en Andalucía.

Palabras claves: Andalucía, furgoneta, viaje, ruta

Abstract

At a time when we are slowly emerging from an unprecedented pandemic, I wanted to carry out this project looking at some current trends: the 'staycation', local consumption and slow tourism. The Covid-19 crisis has contributed to the emergence of a new approach to travel based on proximity, and I wanted my master's thesis to adhere to this movement.

Having heard a lot about the concept of 'vanlife' during the summers since lockdown in March 2020, it was only natural for me to explore this topic. Travelling by campervan allows you to discover nearby destinations at your own pace and without having to worry about booking accommodation. This way of travelling is therefore perfectly aligned with the current trends, and in this context of travelling within a close proximity, I was lucky enough to collaborate with the Malaga-based company *Van Break* for the realization of this project.

This dissertation will take you to the heart of current trends to finally achieve the main objective: the creation of a tourist brochure composed of three thematic tourist routes to be carried out by van within Andalusia.

Keywords: Andalusia, van, travel, route

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN	1
MARCO TEÓRICO.....	2
1. ANDALUCÍA.....	2
1.1 <i>Presentación general</i>	2
1.2 <i>Atractivos turísticos</i>	4
1.2.1 <i>Espacios naturales</i>	4
1.2.2 <i>El litoral andaluz</i>	6
1.2.3 <i>Patrimonio cultural</i>	7
1.2.4 <i>Gastronomía</i>	8
2. CRISIS DEL COVID-19.....	10
2.1 <i>Impacto en la industria turística</i>	10
3. TENDENCIAS ACTUALES	12
3.1 <i>Staycation</i>	12
3.2 <i>Turismo lento</i>	14
3.3 <i>Turismo experiencial</i>	16
3.4 <i>Movimiento Vanlife</i>	19
4. VAN BREAK	24
4.1 <i>Presentación</i>	24
4.2 <i>Estrategia de marketing</i>	26
4.3 <i>Redes sociales</i>	29
4.4 <i>Análisis del sector</i>	30
MARCO PRÁCTICO.....	32
5. METODOLOGÍA.....	32
5.1 <i>Metodología general</i>	32
5.2 <i>Metodología teórica</i>	33
5.3 <i>Encuesta y resultados</i>	34
6. PROPUESTA DE PRODUCTO.....	36
6.1 <i>Objetivos</i>	36
6.2 <i>Camping y áreas propuestos</i>	38
6.3 <i>Análisis y trabajos futuros</i>	38
CONCLUSIONES	39
ANEXOS	41
BIBLIOGRAFÍA	89

Introducción

La crisis sanitaria relacionada con el Covid-19 ha cambiado literalmente nuestros modos de vida. Trabajo, consumo, vida afectiva, ocio, viajes... nada es como antes. La pandemia ha llevado a la mayoría de las personas a hacer una introspección para redefinir sus verdaderas prioridades en la vida y su felicidad. Y esto ha dado lugar a grandes cambios. El sector turístico, recuperándose poquito a poco, ha sido testigo de ello. Los numerosos confinamientos y las medidas adoptadas para hacer frente a la pandemia han cambiado completamente el enfoque que se tenía ante el viaje. A lo largo de los veranos que siguieron al confinamiento de marzo de 2020, se observó un entusiasmo muy importante por el turismo local, el turismo lento y la reconexión a la naturaleza. Esta nueva percepción del viaje ha permitido poner de relieve las prácticas que se adhieren a estas tendencias, como la *vanlife* que permite viajar con su burbuja con total seguridad.

En este impulso post-Covid, la empresa Van Break, que ofrece un servicio de alquiler de furgonetas en Málaga, conoce un verdadero éxito desde su lanzamiento en 2016. En mis investigaciones sobre esta empresa, he podido constatar que había una falta de claridad en cuanto a la legislación para pernoctar en furgoneta en Andalucía porque algunos clientes habían sido multados durante su viaje. Después de mucha reflexión, tuve la idea de diseñar un folleto que tendría como objetivo de acompañar a los clientes en su roadtrip y facilitarlo con consejos y recomendaciones. Este folleto incluye 3 rutas turísticas temáticas con recomendaciones de lugares donde está permitido aparcar y dormir para practicar eficazmente la *vanlife* en Andalucía.

Para llevar a cabo este proyecto, era necesario definir el marco en el que se inscribiría mi folleto. Por lo tanto, este trabajo consta de varias partes.

En primer lugar, destacaré las riquezas naturales, culturales y gastronómicas de Andalucía, que han servido de base en la elección de los destinos de mi folleto. También se tratarán los aspectos geográfico, climatológico e hidrológico de esta comunidad.

La segunda parte analizará el impacto del Covid-19 en el sector turístico y las tendencias que han surgido. Entre ellas, se encuentra el movimiento *vanlife* que se desarrollará desde todos los ángulos. A continuación, me centraré en el sector de las furgonetas adaptadas, presentando la empresa Van Break de forma general y revelando su estrategia de marketing.

Por último, definiré los objetivos y diferentes etapas relativas al diseño de mi folleto, así como su contenido. Análisis sobre el futuro de mi folleto y del sector de la furgoneta cerrarán este trabajo.

Marco teórico

1. Andalucía

1.1 Presentación general

Andalucía es la comunidad autónoma española situada más al sur de la Península Ibérica, siendo también el punto más meridional del continente europeo.

Esta limitada al oeste con Portugal; al sur con el océano Atlántico y el mar Mediterráneo; al este con dicho mar y Murcia; y al norte con Extremadura, Castilla-La Mancha y Murcia (Parlamento de Andalucía, 2004).

Su superficie de 87 268 km² representa el 17,3 % de la superficie total de España. Esto la convierte en la Segunda Comunidad Autónoma más grande de España y también la más poblada, con 8,4 millones de habitantes. Su territorio es más extenso que el de países como Bélgica, los Países Bajos, Dinamarca, Austria o Suiza (Web Oficial de Turismo de Andalucía, 2019).

Andalucía esta compuesta por ocho provincias: Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla. Su capital es Sevilla, que además de ser la más grande, es dónde están situados el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y del Parlamento (El Confidencial, 2022).



Figura 1: *Provincias de Andalucía*
Fuente: Wikipedia, 2007

Estos espacios protegidos cubren una superficie de aproximadamente 18% del territorio y están divididos en Parques Nacionales, Parques Naturales, Monumentos Naturales, Parajes Naturales, Reservas de la Biosfera, Geoparques, Patrimonio de la Humanidad, etc.

Los objetivos de la RENPA son, entre otros, garantizar la buena gestión y promoción de estos espacios, y también colaborar en los programas nacionales e internacionales de conservación. Cabe destacar que Andalucía es la comunidad autónoma líder en protección del medio ambiente.

El **Parque Nacional de Doñana**, clasificado como “Reserva de la Biosfera” por la UNESCO, es el espacio natural más emblemático, ya que es uno de los espacios protegidos más importantes del territorio andaluz y la mayor reserva ecológica de Europa (Junta de Andalucía, marzo 2022).



Figura 4: Parque Nacional de Doñana
Fuente: National Geographic Society, 2011

Algunos **parques naturales** están protegidos por su increíble vegetación, como los parques naturales de Grazalema, Sierra de las Nieves y Sierra Bermeja, que están compuestos por bosques de pinsapos, únicos en el mundo. Mientras que las **reservas naturales** son, en general, enclaves húmedos, más pequeñas que los parques, pero de considerable importancia para la flora y la fauna y, en particular, para las aves.

Otros ámbitos protegidos menos extensos, pero de importancia singular son los **parajes naturales**. El relieve es muy variado: nos traslada desde las magníficas formaciones de roca kárstica del Torcal de Antequera, hasta Tabernas, el único desierto en el continente europeo, ubicado en la provincia de Almería.

Además de las numerosas rutas de senderismo disponibles en estos espacios protegidos, también es posible pasear a caballo, hacer excursiones en 4x4 o practicar actividades deportivas como el kayak, pádel-surf, etc.

1.2.2 El litoral andaluz

Debido a su gran extensión, Andalucía es una región que goza de una gran diversidad de paisajes. Además de su riqueza geográfica compuesta por cordilleras y sierras, también cuenta con una amplia línea de costa dividida en 2 partes: el litoral mediterráneo y la fachada atlántica (El Confidencial, 2022).

Por lo tanto, las costas constituyen el otro medio natural andaluz con personalidad propia, que se extienden a lo largo de más de 800 kilómetros con numerosos tramos de playas. Desde la Costa de Almería, la Costa Tropical (en la provincia de Granada), la Costa del Sol (en la provincia de Málaga) o la Costa de la Luz (en la provincia de Cádiz y Huelva) son destinos turísticos buscados por viajeros del mundo entero por la excelencia y calidez de sus aguas, el sol omnipresente y la calidad del medio ambiente, que ha mejorado en los últimos años (Web Oficial de Turismo de Andalucía, 2019).

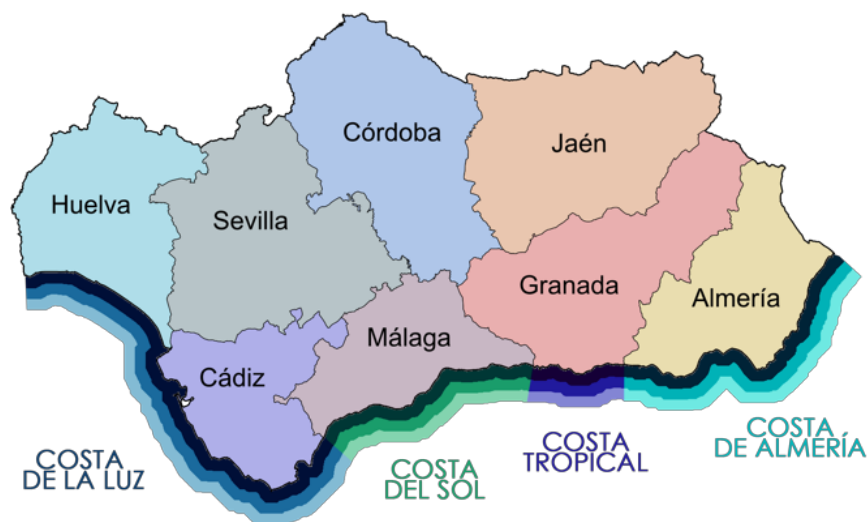


Figura 5: Mapa de las costas andaluzas
Fuente: Spaincoast & Iberiaplayas, 2017

1.2.3 Patrimonio cultural

Andalucía, ocupada durante miles de años por varias civilizaciones, posee uno de los mayores patrimonios culturales del mundo.

Entre los monumentos más interesantes de Andalucía se encuentran numerosos castillos, fortalezas, catedrales, iglesias y monasterios, que muestran la riqueza de la arquitectura islámica, renacentista y, sobre todo, barroca (Web Oficial de Turismo de Andalucía, 2019).

De hecho, Andalucía cuenta con diversos conjuntos monumentales declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO (Junta de Andalucía, 2022):

1. La Alhambra, Generalife y Albaicín de Granada
2. Centro Histórico y Mezquita de Córdoba
3. Conjunto Monumentales Renacentistas de Úbeda y Baeza (Jaén)
4. Alcázar y Archivo de Indias de Sevilla
5. La Giralda (Sevilla)
6. Ciudad Califal de Medina Azahara (Córdoba)



Figura 6: La Giralda

Fuente: El Observador, 2019

Además de sus monumentos en las grandes ciudades, Andalucía también cuenta con pequeños pueblos llenos de encanto. Cada vez son más los que entran en la categoría de los pueblos más bonitos de Andalucía, ya que estas localidades apuestan cada vez más por la valorización de su patrimonio histórico, natural y cultural.

El atractivo de los pueblos de Andalucía no son sólo sus monumentos religiosos, hermosas iglesias antiguas y restos de castillos medievales. Lo que los hace tan encantadores es su estructura urbana, generalmente típica de los antiguos pueblos medievales con calles estrechas y empinadas, salpicadas de casas blancas (Fuerte Hoteles, 2022).

Según *Trivago Magazine*, entre los pueblos andaluces más bonitos, se encuentran Mojacar en Almería, Setenil de las Bodegas en Cádiz, Zahara de la Sierra en Cádiz, Iznájar en Córdoba, Montefrío en Granada, Frigiliana en Málaga, Ronda en Málaga, entre otros (2019).



Figura 7: Frigiliana, Málaga
Fuente: Trivago Magazine, 2019

1.2.4 Gastronomía

La gastronomía tradicional de Andalucía, herencia irrenunciable de los asentamientos de civilizaciones pasadas, es muy variada y reconocida internacionalmente por la excelencia de sus productos (Web Oficial de Turismo de Andalucía, 2019).

Entre los productos que sirven de base a la gastronomía andaluza, cabe destacar las legumbres, fruta, pescado, verdura y el aceite de oliva virgen, además de una gran tradición en el consumo de vino. La cocina andaluza se basa en los productos locales, por lo que se puede disfrutar de deliciosos platos de pescado frito en el litoral o de sabrosos platos de carne en el interior del país (Wikipedia, 2022).

Como se puede ver en la Web Oficial de Turismo de Andalucía, existen numerosas rutas gastronómicas para descubrir los productos emblemáticos de Andalucía:

- **El aceite de oliva** es esencial en la gastronomía andaluza. En su estado bruto, es la esencia de la aceituna, su "oro líquido". De hecho, Andalucía es la región que más aceite de oliva produce en el mundo, con la provincia de Jaén a la cabeza, conocida internacionalmente como la "capital mundial del aceite de oliva". Se organizan muchas actividades para dar a conocer este fascinante mundo, como visitas a olivares, jornadas de recolección de aceitunas, procesos de extracción, almacenamiento y envasado en almazaras, catas de aceite, desayunos molineros y jornadas gastronómicas.
- El **Jamón de Andalucía**, ibérico o serrano, es el producto estrella de la gastronomía española. Hay muchos lugares en Andalucía donde se puede conocer cada etapa del proceso, los diferentes tipos de jamón y el significado de sus precintos, descubrir los secretos del corte y finalmente degustarlo.
- El **vino** forma parte de la esencia de la tierra andaluz, de su estilo de vida y de la alegría de sus gentes. Hay muchos sitios que ofrecen la posibilidad de descubrir el arte de elaboración de los vinos a través de la visita de su bodega y de su centro enoturístico.

Por supuesto, hay muchas visitas posibles en torno a otros productos típicos: queserías, destilerías, Museo del Mantecado y mucho más.



Figura 8: *Bodegas Fundador*
Fuente: Bodegas Fundador SLU, 2022

2. Crisis del COVID-19

2.1 Impacto en la industria turística

Como indican los datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la pandemia de COVID-19 provocó una caída del 74% en las llegadas internacionales en 2020. Esto se traduce en mil millones de turistas internacionales menos en comparación con el año 2019 debido a las restricciones generalizadas de viajes. Esta suspensión de los viajes internacionales representa una pérdida estimada de 1,3 billones de dólares en ingresos de exportación del turismo internacional, es decir, más de 11 veces la pérdida registrada durante la crisis económica mundial de 2009. La crisis también puso en peligro entre 100 y 120 millones de empleos directos en el turismo, especialmente en las pequeñas y medianas empresas, situación que afectó a todas las regiones del mundo (28 de enero de 2021).

Pasemos a la situación de nuestro país. España recibió en 2019 alrededor de 80 millones de turistas, de los cuales más de 38,2 millones venían del extranjero. Eso la convierte en el segundo país más visitado del mundo. Antes de la pandemia, el sector del turismo representaba en torno al 12% del PIB nacional, por lo que era muy importante y nada despreciable en la actividad económica del país. Sin embargo, como los otros sectores económicos españoles, el turismo no se ha librado de la crisis del Covid-19 (Instituto Nacional de Estadística, 7 de enero de 2022).

Como lo menciona el departamento de investigación *Statista* a través de su sitio web, la pandemia ha tenido un impacto negativo sobre la actividad turística en 2020 y 2021. Tanto es así que la aportación del sector pasó de representar el 12,4% del PIB en 2019 a un 5,5% en 2020 y un 7,4% en 2021.

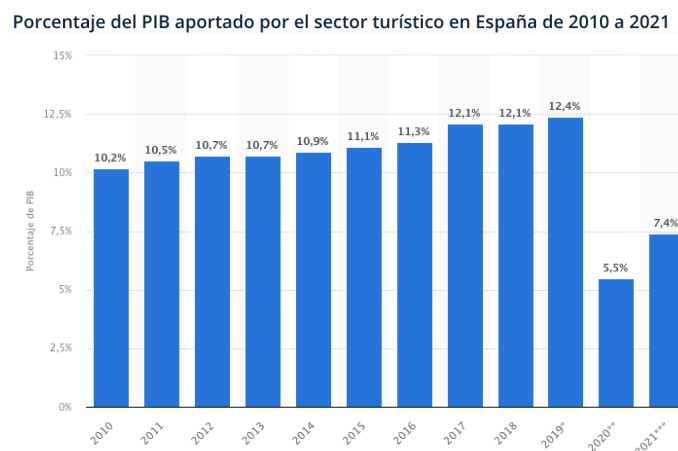


Figura 9: Porcentaje del PIB aportado por el sector turístico en España de 2010 a 2021

Fuente: Statista Research Department, 2022

Hoy en día, como se puede ver en la figura de abajo, el sector turístico se está recuperando poco a poco, aunque todavía está bastante lejos de las cifras de prepandemia.

El PIB turístico para el conjunto de 2022 se estima en 151.798 millones de euros, lo que representaría el 98 % de los niveles de 2019. Es 62 mil millones de euros más que el valor alcanzado por el PIB turístico en 2021, por lo que hay una mejora. Sin embargo, todavía falta 3 mil millones de euros para alcanzar los valores de 2019.

Para el último trimestre de 2022, *Exceltur* prevé una cierta desaceleración del crecimiento por la incertidumbre debido a la evolución de la guerra en Ucrania y a las posibles consecuencias sobre los precios de la energía, la espiral inflacionaria y la disminución del poder adquisitivo turístico de los hogares europeos (*Exceltur*, 2022).



Figura 10: PIB Turístico. Evolución trimestral con respecto a niveles de 2019
Fuente: *Exceltur*, 2022

En cuanto a las prácticas de los turistas, han surgido nuevas tendencias a raíz de la pandemia. Como se lee en la revista digital *INESEM* redacta por Jesús Morales, con la desescalada de restricciones de la pandemia provocada por el COVID-19, los turistas comenzaron a viajar más a nivel nacional, participando en lo que se llama turismo local o doméstico. Esta tendencia del turismo empezó a generalizarse por el mundo entero. El verano de 2022 ha visto crecer esta práctica, reforzada por el contexto de incertidumbre y de inflación generalizada que estamos viviendo (1 de abril de 2022). Además, como lo menciona J. Morales en la misma revista, la conexión con el pasado más rural y la naturaleza sigue siendo, después de varios años de crecimiento, una de las opciones más demandadas entre los turistas. Durante el 2021, 4 de cada 10 españoles eligieron realizar turismo rural. Esta tendencia que ya en los últimos años prepandemia iba creciendo, se ha consolidado durante la pandemia debido a las restricciones para viajar al extranjero y el querer evitar los destinos turísticos masificados a causa del peligro de los contagios.

En resumen, la crisis sanitaria ha tenido como consecuencia la reducción de los viajes a lugares concurridos, en favor de las actividades al aire libre, lejos de las multitudes y cerca de casa.

3. Tendencias actuales

La preocupación por la salud y las consecuencias del cambio climático siguen teniendo impacto a la hora de elegir destino vacacional. A esto se puede añadir también la inestabilidad geopolítica de la guerra de Ucrania y la inflación generalizada que han contribuido a un turismo más local y al aire libre. En este contexto de incertidumbre, han aparecido nuevas tendencias vacacionales como el "staycation" y el turismo lento, lo que ha impulsado las experiencias de viajes donde se toma el tiempo como el fenómeno de la "vanlife".

3.1 Staycation

Para explicar los orígenes y el concepto del *staycation*, me he basado en la revista científica ESPACES n°353 titulada "Staycation et locatourisme" publicada en marzo de 2020.

El concepto *staycation*, surgido en 2008 a raíz de la crisis de las "hipotecas subprime", se refiere al hecho de permanecer en el lugar de residencia durante un período vacacional (Dissart, 2020).

De hecho, se trata de un acrónimo de dos palabras en inglés ("stay", quedarse, y "vacation", vacaciones) que se popularizó gracias a una serie de artículos publicados por el *New York Times* en el verano de 2008. En ese momento, el aumento de los precios de los billetes de avión y del combustible, unido a la crisis financiera y bancaria, obligó a los estadounidenses a recortar sus gastos dedicados a las vacaciones. Sin duda, esto dio lugar a la realización de actividades de "staycation": pasear por parques y avenidas, ir al cine, ir a museos, ver la televisión, disfrutar de los jardines, de las piscinas, organizar una barbacoa, dar un paseo o tomar una copa en su barrio y demás actividades similares.

En fin, se trata de disfrutar de las actividades que ofrece el entorno más cercano de una persona, sin necesidad de desplazarse largas distancias.

En España, según una investigación realizada por Allianz Partners en mayo de 2022, más del 75% de los españoles ha hecho turismo local durante el verano 2022. Entre ellos, muchos son los que han viajado cerca de casa con una furgoneta adaptada ya que esta manera de viajar permite descubrir el entorno local desde una perspectiva diferente y a un menor costo. Estas cifras demuestran que el *staycation* ha llegado para quedarse, a pesar de que se hayan levantado los cierres de fronteras. La razón principal para no viajar al extranjero es el tema financiero, ya que permanecer en el país permite ahorrar dinero (Comunicae, 2022).

En el pasado, el *staycation* era considerado para los hogares de bajos ingresos. Mientras que, desde el verano del 2020, este tipo de actividades fue elegido por todo

tipo de hogares, ya que muchas personas se vieron obligadas a viajar dentro de su propio país ya sea por evitar el contagio del coronavirus o como por las restricciones adoptadas frente a la pandemia.

Sin embargo, es muy probable que el fenómeno del *staycation* se fortalezca en el futuro con la aparición de un número cada vez mayor de personas que lo practicarán voluntariamente.

Las tres razones principales por las cuales los consumidores eligen una experiencia turística más local son:

- El "viajar local", al igual que el "comer local", responde a la preocupación de los ciudadanos por la preservación del medio ambiente. Esta conciencia medioambiental es cada vez más importante entre los consumidores gracias a un mejor conocimiento de los cambios climáticos y de las consecuencias dramáticas que generan (incendios forestales, olas de calor, deshielo, etc). Por otra parte, se están desarrollando numerosas iniciativas como las marchas por el clima o el movimiento "flight shaming" (vergüenza de tomar el avión) para animar a los viajeros a utilizar medios de transporte que emitan menos CO₂.
- La búsqueda de autenticidad, es decir, lo contrario de las experiencias turísticas escenificadas sin vínculo real con la especificidad del lugar visitado. El (re)descubrimiento del patrimonio local y la vuelta a las raíces suscitan también un entusiasmo particular.
- El rechazo del turismo de masas y de sus destinos masificados (como Nueva York y Venecia) que convierten la experiencia turística en algo mediocre y que siguen suponiendo un importante coste económico y medioambiental.

Pasemos ahora a los impactos del *staycation* desde los puntos de vista **económico, social y medioambiental**.

Respecto al aspecto **económico**, podemos decir que el impacto de las vacaciones en su entorno es positivo para la economía local. Los ingresos que los habitantes habrían gastado en otro lugar se gastan localmente, lo que tiene como consecuencia aumentar positivamente las repercusiones del turismo (o más bien "excursionismo") en la economía local. Por lo tanto, el *staycation* estimula el consumo local.

En segundo lugar, debido a la convergencia de un *staycation* sufrido y un *staycation* elegido, el fenómeno va a provocar un impulso **social** positivo dando lugar a una

mayor interacción en los sitios locales entre las familias de ingresos modestos que no pueden marcharse y las familias de ingresos más altos que deciden no marcharse. Esto podría conducir a un renovado interés de los habitantes por su territorio y un sentimiento de orgullo.

Así pues, desde el punto de vista de la acción pública, el *staycation* es interesante porque se inscribe en una tendencia de mejora del entorno de vida y puede dar lugar a iniciativas como la construcción de instalaciones deportivas y culturales, el desarrollo de los transportes públicos, la creación de animaciones...

Por último, pero no por ello menos importante, el *staycation* tiene un impacto **medioambiental** menos negativo que el turismo convencional. Permanecer cerca de casa excluye los viajes en avión y, por tanto, reduce el nivel de emisiones de gases de efecto invernadero.

Para los trayectos de alcance local o regional, se dará preferencia al transporte público (autobús y tren) y al coche. Aunque el coche privado sigue siendo un modo de desplazamiento contaminante, el impacto negativo de la estancia sería mínimo teniendo en cuenta las limitadas distancias recorridas. Además, si este fenómeno se desarrolla, es probable que las autoridades públicas tomen medidas para desarrollar más el transporte público tanto a nivel local como regional.

El *staycation* también podría ser beneficioso para los destinos que sufren los impactos negativos del turismo masivo, como el consumo excesivo de recursos naturales, la contaminación del agua y el suelo, la destrucción de los ecosistemas... (Vie publique, 2019). Si los habitantes se quedan lo más cerca posible de sus casas, el flujo de turistas en ciudades turísticas como Barcelona o Venecia sería entonces más controlable.

En conclusión, el *staycation* es un fenómeno que está llamado a perdurar, e incluso a fortalecerse en el caso de que se elija el *staycation*. Pasar las vacaciones en su entorno más cercano tiene efectos positivos desde el punto de vista económico, social y medioambiental, pero también desde el punto de vista espacial y temporal al reducir los picos estacionales de frecuentación de los lugares turísticos. Este fenómeno podría contribuir a la mejora de la calidad de vida de los territorios.

3.2 Turismo lento

En la misma línea que el "staycation", está la tendencia del turismo lento, que actualmente despierta un gran interés entre los viajeros.

El movimiento "slow travel" o "slow tourism" o turismo lento en español, consiste en vivir experiencias de viaje en las que uno se toma el tiempo de descubrir el entorno, utilizando medios de transporte menos contaminantes que el avión. El "train brag", el orgullo de tomar el tren, surge de esta tendencia y se opone al "flygskam", la vergüenza de tomar el avión. (RTBF TENDANCE & AFP, 7 de octubre de 2020).

Benoît Branchu, redactor jefe de la revista "Van Évasion", habló de las razones que impulsan a los viajeros a orientarse hacia esta tendencia y es lo que vamos a analizar ahora.

Nacido en reacción al desarrollo de la comida rápida, a finales de los años 80, el movimiento *slow* ganó todas las áreas de actividad: *slow fashion, slow life, slow food...* Y el viaje no ha escapado a esta tendencia de fondo con la aparición del *slow travel*, literalmente traducido por "viaje lento", que nos invita a levantar el pie del acelerador y a tomarnos el tiempo necesario para experimentar el viaje. Como dice Benoît Branchu: "Chi va piano, va sano".

Este turismo lento nace de la necesidad de frenar nuestro ritmo, de dejar de vivir a mil por hora en un mundo con tensión permanente y ultra conectado (SNCB International, 2020). Esta tendencia, todavía emergente hace algún tiempo, se ha convertido en una necesidad real como consecuencia de la crisis sanitaria. De hecho, los diferentes *lockdown* han permitido ralentizar y poner en pausa la vida de los habitantes del mundo entero: se acabaron las carreras locas para recoger a los niños después de la escuela, las reuniones interminables y la avalancha de mensajes a tratar.

Tras superar la fuerte impresión del confinamiento, este tiempo libre permitió probar nuevas actividades y realizar una gran introspección. Esta crisis sin precedentes ha despertado en muchas personas el deseo de naturaleza y evasión, lo que se ha reflejado en la explosión de consultas de casas en venta con jardín en los sitios web de las agencias inmobiliarias. Lo mismo ocurrió con las empresas de alquiler de furgonetas y camper, que han visto llegar nuevos clientes tras el confinamiento de marzo de 2020.

La época de ganar tiempo parece haber terminado. Como explica Benoît Branchu, la tendencia actual consiste en dejar momentáneamente las autopistas para aventurarse por las carreteras secundarias, tomarse tiempo para sí mismo y para impregnarse de los lugares. Carl Honoré, periodista quebequense y autor de *Eloge de la lenteur*, da algunas recomendaciones a través de su obra: "Nuestro amor por la velocidad se ha convertido en dependencia. Ya no sabemos cómo levantar el pie del acelerador, cambiar el ritmo. La solución es encontrar un mejor equilibrio entre actividad y descanso, trabajo y tiempo libre". Encontrar el ritmo correcto: esta es seguramente la clave del éxito según este periodista.

Aplicado al viaje, el movimiento lento recomienda no encerrarse en un programa demasiado apretado, sino permitirse días enteros para no visitar nada. Se opta entonces por un turismo más sostenible y se privilegia la calidad en lugar de la cantidad para sumergirse en la vida local de la región visitada (SNCB International, 2020).

A diferencia de los circuitos organizados acompañados de una multitud de turistas, el *slow travel* favorece los transportes más lentos, paradas más cortas y tiempos de visita más largos, que permiten a las personas establecer vínculos. En resumen, este turismo de improvisación requiere tiempo para impregnarse del ritmo local y aceptar los imprevistos.

El blog de SNCB International ha escrito un artículo con consejos para practicar el turismo lento (2020):

- Favorecer los medios de transporte que dan la oportunidad de ver el paisaje y de conocer a otros viajeros o locales: a pie, en tren, en barco, etc. Además, la huella ecológica de estos medios de transporte es relativamente baja, lo que se inscribe en la filosofía del turismo lento.
- Organizar el viaje uno mismo, dejando cierto margen para la improvisación. También es aconsejable comprar una guía de viajes e intercambiar con los locales.
- Conocer gente nueva. El viaje lento ofrece la oportunidad de ir a conocer a los locales para compartir momentos especiales.
- Consumir local alojándose en un albergue, pasear por los mercados para conocer a los artesanos locales o comer en el restaurante al final de la calle. Estas diferentes acciones contribuyen a la economía local.

Para practicar el turismo lento, viajar en furgoneta es perfecto porque permite descubrir el entorno dejándose guiar por sus antojos y tomándose el tiempo necesario para descubrir los paisajes.

3.3 Turismo experiencial

Como muy bien explica Theresa Rappensperger en su artículo sobre el auge del turismo experiencial y lo que significa para la industria del ocio, el trabajo en el sector de los viajes ha cambiado (2022). Ayudar a los clientes a viajar a un destino lejano y llevarlos a casa ya no es suficiente. Ahora, ofrecer una experiencia que mejore la calidad de vida, conocida como turismo experiencial o turismo de emociones, se ha vuelto indispensable para distinguirse de los competidores. Los consumidores lo llaman "compra experiencial".

Según el artículo titulado «The Journal of Psychology» redactado por Rebecca Thomas y Murray Millar, esta compra tendría un efecto beneficioso: las compras experienciales sirven para adquirir una experiencia de vida mientras que las compras de material sirven para adquirir un objeto.

La investigación ha demostrado que las compras experienciales se asocian con más felicidad que las compras de materiales (2013).

Sobre todo después de la pandemia, la gente quiere salir y «hacer algo», como se puede leer en el artículo publicado por la Agencia Universitaria DQ (2022).

Para muchos, parece que no ha habido muchas oportunidades de vivir en los últimos dos años. Por lo tanto, la búsqueda de aventuras para crear recuerdos y vivir realmente se ha convertido en algo imprescindible. Ir a un destino nuevo y realizar actividades únicas, conocer gente que viven ahí, probar comida local... De eso se trata el turismo experiencial.

El artículo sobre el turismo experiencial redactado en 2020 por Guillaume, redactor para la agencia de viajes belga "Little Guest", nos permitirá aprender más cosas sobre este concepto.

El turismo experiencial, nacido de la fusión del turismo cultural y el turismo de aprendizaje, permite descubrir una región desde dentro, sumergiéndose plenamente en la vida cotidiana de la población local.

Por ello, se invita al viajero a iniciarse en las costumbres de los habitantes, a descubrir más sobre la gastronomía de la región o a participar en talleres de artesanía. El turismo experiencial se articula en torno a 4 grandes ideas:

- **El encuentro con los autóctonos.** La mejor manera de abrirse a una nueva cultura y comprender todas sus especificidades, es ir al encuentro de los habitantes locales. Esto permite enriquecerse mutuamente y volver completamente transformado de su viaje (Sebastiao, 2020).
- **La adquisición de nuevos conocimientos** mediante la inmersión en la cultura local. Por ejemplo, la participación en talleres de artesanía o clases de cocina con la población local permite descubrir nuevas técnicas y conocimientos.
- **Estimulación de los sentidos.** El turismo experiencial se aplica a todo tipo de viajes, ya sean urbanos o rurales. Por lo tanto, las posibilidades de actividades diferentes entre sí son infinitas. Por ejemplo, es posible participar en actividades rurales como la recogida de uvas y el descubrimiento del oficio de viticultor o participar en actividades urbanas como los espectáculos callejeros.
- **La voluntad de ser actor de su propio viaje.** El turismo experiencial nos permite volver a centrarnos en lo que realmente nos interesa y contribuir a la economía local. Los aficionados a la geología, por ejemplo, pueden participar en una

excursión de senderismo organizada, mientras que los amantes del arte optarán por un curso de alfarería local.



Figura nº11 : Turismo experiencial
Fuente : Diario de Almería, 2019

El turismo experiencial presenta también ventajas para los territorios y su economía local (Racine, 2013):

- Contribuye a la diversidad de las ofertas turísticas de las regiones y a su desarrollo económico.
- Hace que los territorios sean más atractivos al poner en valor su patrimonio, así como las empresas y los trabajadores locales procedentes de diferentes sectores de actividad que a veces hacen la fama de estas regiones.
- Algunos negocios, que antes no eran turísticos, aprovechan esta tendencia para acoger a viajeros. Esto les permite diversificar sus ingresos, integrarse mejor en su comunidad o incluso responder a una misión social.

En conclusión, el turismo experiencial ofrece una experiencia única a sus adeptos, sumergiéndoles en la cultura local y poniendo a las personas conocidas, los lugares visitados y las actividades practicadas en el corazón de la experiencia del viaje. Como dice Amélie Racine en su artículo para *Veille Tourisme*: « A diferencia de un producto que se compra, la experiencia se vive, permanece impregnada en quién la realiza y constituye a menudo los recuerdos más bellos de los viajeros ». No es de extrañar que el turismo experiencial atraiga cada vez a más gente.

En España, y más concretamente en Andalucía, también es posible realizar muchas actividades relacionadas con el turismo experiencial. Por ejemplo, la Web Oficial de Turismo de Andalucía propone más de 300 lugares abiertos al público que permiten participar en experiencias culinarias increíbles.

Durante estas visitas, es posible descubrir los entresijos de creación de los productos gastronómicos, así como los secretos de su saber hacer "made in Andalucía". Entre las numerosas empresas, se encuentran muchas bodegas, queserías, destilerías y almazaras donde se procesa el aceite de oliva.



Figura nº12: Destilería Museo de Anís Machaquito
Fuente: Web Oficial de Turismo de Andalucía, 2019

3.4 Movimiento Vanlife

Impulsado como la estrella del verano por las redes sociales, la "Vanlife" está actualmente en auge. Aunque durante mucho tiempo ha estado marginado, esta tendencia está seduciendo a una nueva clase de edad y al mismo tiempo encaja en las tendencias fuertes de la sociedad mencionadas anteriormente, como la *slowlife*, el turismo de proximidad y el turismo experiencial. De hecho, viajar en furgoneta habilitada permite descubrir su entorno local de una manera inusual, experimentándolo de forma diferente y tomándose el tiempo para visitar y pararse (Domínguez C., 2022).

Definición

¿Pero en qué consiste exactamente la "Vanlife"? Esto es lo que Pierre Rouxel, cofundador del blog «The Road Trippers», intentó aclarar con su definición y sus explicaciones.

Presente en las redes sociales, y más concretamente en Instagram, el hashtag Vanlife (o #Vanlife) ha sido utilizado millones de veces en los 4 rincones del mundo. Vanlife se compone de dos palabras: "Van", y por tanto un vehículo de cuatro ruedas como una furgoneta o un utilitario, y "life". La traducción literaria es: "vida en van".

Así que, por definición, Vanlife es el hecho de vivir y alojarse (a corto o largo plazo) en un vehículo habilitado.

Sin embargo, hay que saber que esta palabra anglófona abarca todo un universo y una filosofía que va más allá de una definición. Según Pierre Rouxel, sería imposible hablar de vanlife sin abordar el sentimiento de libertad que lo acompaña: ser libre de moverse según sus deseos, ser libre de despertar a la orilla del mar, ser libre de salir de una rutina sedentaria en la que uno no se siente plenamente satisfecho...

Es un verdadero estilo de vida que preconiza un retorno a lo esencial y una reconexión con la naturaleza. La filosofía de este fenómeno se basa en algunos valores como la autenticidad, el compartir y la vuelta a la lentitud (Blanc, 21 de enero de 2020).

Pero, ¿cuál es la diferencia entre un camper van, una furgoneta y una autocaravana? Esto es lo que la agencia de alquiler de furgonetas, Van-Away, ha intentado aclarar a través de su página web (2018):

- Para poder utilizar el término camper van, el vehículo debe ser compacto, medir menos de 2 metros de altura y contar con un techo elevable.
- La furgoneta corresponde al gálibo por encima, en longitud y altura. Suele tener entre 2,40 y 2,80 m de altura y unos 6 m de longitud. Al igual que el camper van, es un vehículo utilitario que debe convertirse en un vehículo de ocio.
- La autocaravana suele ser más cómoda que un campervan, pero también costará mucho más. Suele estar equipada con un aseo, una ducha y una televisión. Se trata de una verdadera casa sobre 4 ruedas que se dirige generalmente a una categoría de personas más acomodada (Rouxel P., 2019).



Figura nº13: Camper van, furgoneta, autocaravana : ¿de que se trata ?

Fuente : Van-Away SARL, 2018

Aquí podemos ver un resumen de las ventajas y desventajas del camper van y la autocaravana, mencionadas en la guía "Rutas en autocaravana por España" publicada por el grupo editorial Anaya (Beltrán, 2021):

	Campervan	Autocaravana
Ventajas	<ul style="list-style-type: none"> - Discreto y compacto - Fácil de manejar - Económico - Más barato que una autocaravana - Puede aparcarse en plazas de aparcamiento estándar - Puede utilizarse en la vida cotidiana o como vehículo de vacaciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Lujo y confort - Más espacio para vivir - Sensación de tener un "hogar sobre 4 ruedas" - Adecuado para viajes en grupo o en familia
Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> - Poco espacio - Por lo general, no dispone de aseo ni de ducha - Aislamiento térmico de bajo rendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Pesado e imponente - No siempre es fácil aparcar - Acceso limitado a algunos aparcamientos, carreteras y túneles

Además de la diferencia de tamaño, cada vehículo tiene su propia filosofía. Como destaca Caroline Matchard, subdirectora de la Federación Francesa de Campistas, Caravaneros y Autocaravanistas (FFCC), a los autocaravanistas les suele gustar la gastronomía, visitar lugares turísticos o viajar con varias tripulaciones, mientras que los "vanlifers" son más bien personas en movimiento, que trabajan en su campervan, disfrutan de las actividades locales, consumen comida local... (Le Vif Weekend, 2019).

Sin embargo, a pesar de sus diferencias, la autocaravana y el campervan también comparten similitudes. Estos vehículos permiten viajar y descubrir nuevos lugares con la sensación de estar en casa. También permiten ahorrar dinero en alojamiento sin tener que preocuparse de reservar una noche en un hotel o un camping. Pero el mayor punto en común entre los autocaravanistas y vanlifers es, sobre todo, el amor por la libertad, los grandes espacios y el descubrimiento del mundo de una manera diferente (Rouxel, P., 2019).

Origen

La cultura hippie nacida a principios de los años 60 en Estados Unidos ha dejado su huella en nuestra sociedad actual y la "Vanlife" constituye una de ellas. Así lo explica Laurent Zilli en uno de sus artículos para la revista Lifestyle "So Soir".

Originalmente, la «Vanlife» nació en Estados Unidos, donde la cultura de la furgoneta está muy inculcada. En un país tan extenso, ponerse al volante para viajar unos días a cientos o miles de kilómetros siempre ha formado parte de la mentalidad de los estadounidenses.

Y para realizar este tipo de viajes, siempre han privilegiado el campervan, considerado como una forma cómoda y barata de viajar.

El movimiento hippie de los años 60, que rechazaba el capitalismo y la burguesía, también contribuyó al éxito de los campers gracias a su van florido.

Además, a diferencia de la mayoría de los países europeos donde la acampada está regulada de forma muy estricta, la legislación estadounidense permite parar en casi cualquier lugar para pasar la noche e improvisar una fogata. Los parques nacionales también tienen sus propias zonas de acampada autorizada. Esto explica por qué los "Vanlifers", o los que practican la "Vanlife", son tan numerosos en Estados Unidos desde hace décadas.

Hoy en día, estos nuevos tipos de nómadas no rechazan la sociedad ni la modernidad. Por el contrario, están firmemente anclados en el tercer milenio: smartphone, ordenador portátil y cámara siempre hacen parte del viaje, sin olvidar la buena conexión Wi-Fi o cobertura para compartir sus experiencias en Instagram o blogs.

Regulación en Andalucía

Antes de nada, gracias al artículo redactado por Pilar y publicado en su blog, vamos a diferenciar los conceptos de acampar y pernoctar, que son elementos clave en el mundo "caravanning" en España (21 de junio de 2021).

Se habla de **acampar** cuando:

- Se desplieguen elementos de acampada como toldos, mesas o sillas al exterior,
- Se abren ventanas abatibles o se ponen patas estabilizadoras (excediendo el perímetro del aparcamiento),
- Se emiten excesivos ruidos (música, radio...) o se vierten al exterior fluidos.

Hablamos de **pernoctar/aparcar** cuando:

- El vehículo está correctamente estacionado,
- No se han sacado elementos al exterior que excedan del perímetro del aparcamiento.

En términos generales, en España, pero también en Andalucía, la regulación es muy restrictiva en lo que se refiere a la acampada libre. El artículo 1 del Decreto 26/2018 prohíbe con carácter general la acampada con fines vacacionales o de ocio fuera de las áreas turísticas.

La acampada solo está permitida en lugares habilitados para ello, tales como zonas de acampada, camping de cualquier categoría y áreas privadas.

Según la Dirección General de Tráfico, y el texto de su instrucción, si se estaciona correctamente (sin estar acampado), no debería haber problema para pasar la noche. Sin embargo, cada Ayuntamiento tiene sus propias ordenanzas y por lo tanto, podría tener una multa aún no estando acampado. También es diferente la legislación en cuanto a estacionar y acampar en zonas de costas, parques y parajes protegidos. A falta de claridad, siempre es mejor contactar de antemano con la policía local o guardia civil de los lugares donde se desea pasar la noche. Otra buena opción podría ser consultar la normativa municipal, consultar la web del ayuntamiento en cuestión o llamar por teléfono al consistorio (Pilar, 2021).

Las áreas para autocaravanas y campers en Andalucía pueden ser públicas o privadas, mientras que algunas son gratuitas y otras de pago. Proporcionan los servicios mínimos para repostar y continuar el viaje con tranquilidad. Sin embargo, en la mayoría de las áreas, está prohibida la acampada, por lo que no se puede desplegar el toldo ni hacer uso de ningún elemento en el exterior del vehículo (Beltrán, 2021).

Los servicios generalmente ofrecidos en estas áreas de pernocta son:

- Una recepción
- Un grifo de rosca para el suministro de agua potable
- Un punto de vaciado y llenado de agua
- Punto de electricidad

Para mayor comodidad, los campings son una buena opción ya que ofrecen parcelas para autocaravanas y campers con duchas e instalaciones sanitarias, conexión a Internet o incluso infraestructuras de ocio como una piscina. En ellos, se puede acampar, desplegar el toldo y sacar mesas y sillas al exterior.



Figura nº14: Area de servicios para autocaravanas
Fuente: AutoC, 2019

4. Van Break

4.1 Presentación

Van Break es una empresa que ofrece un servicio de alquiler de campervans y furgonetas modernas en Málaga desde 2016. Con sede en Alhaurín de la Torre, a 10 minutos del aeropuerto internacional de Málaga, goza de una ubicación estratégica ideal para empezar un roadtrip en Andalucía. La empresa, fundada por los franceses Aurélien y Olivier, hoy en día cuenta con dos empleados y 15 vehículos nuevos.

Esta empresa colabora con otras empresas como Van Azur, agencia de alquiler de furgonetas en Francia, pero también de algunas situadas en Andalucía que ofrecen servicio de alquiler de bicicletas (BTT), clases de surf, etc. Todas aparecen en el sitio web de Van Break y los clientes pueden disfrutar de esta red de socios ubicados en Málaga, Tarifa, El Palmar, Cádiz, entre otras.

Por el momento, la empresa pone a disposición 6 modelos de furgonetas habilitadas:

California OCEAN	Marco Polo	California BEACH	CADDY	GRAND California	SUNLIGHT Cliff
COMODA A partir de 85€/día	LUJO A partir de 90€/día	CLÁSICA A partir de 75€/día	ECONOMICA A partir de 65€/día	PREMIUM + A partir de 105€/día	PREMIUM A partir de 95€/día
4 asientos 4 plazas para dormir	4 asientos 4 plazas para dormir	5 asientos 4 plazas adultos + 1 niño	2 asientos 2 adultos	4 asientos 4 plazas para dormir	4 asientos 4 plazas para dormir
Diesel, 150cv, transmisión automática	Diesel, 190cv, transmisión automática, 4x4	Diesel, 150cv, transmisión automática	Diesel, 130cv, transmisión automática	Diesel, 177cv, transmisión automática	Diesel, 130cv, transmisión automática

Figura nº15: Modelos de camper Van Break
Fuente: Van Break, 2016

Todas las furgonetas son camperizadas, incluyen equipamiento como: camas de 2 a 5 personas con sábanas y almohadas incluidas, utensilios de cocina, nevera, ducha, calefacción, aire acondicionado, botella de gas, mesa de camping exterior + 2 sillas y enchufe 12V.

Las furgonetas California Ocean, Marco Polo, California Beach y Caddy tienen un tamaño normal como un coche clásico, por lo que las convierten en los vehículos más cómodos y convenientes para viajar y aparcar. En cuanto a las furgonetas Grand California y Sunlight Cliff, tienen un tamaño más amplio y por lo tanto es más complicado aparcar en las ciudades en una plaza de aparcamiento para un vehículo estándar o un aparcamiento privado. Estos vehículos deben encontrar aparcamientos especiales para autocaravanas.

Descubrí la empresa Van Break después del roadtrip de un influencer que había compartido su experiencia en Instagram. Había recibido una multa por la policía por dormir en su camper cerca de un parque natural. Denunció la falta de indicación y de claridad en cuanto a la regulación sobre los viajes en furgoneta en Andalucía. La idea de colaborar surge de mi interés por el concepto y la necesidad de esta empresa de contar con material ilustrativo de circuitos que pueden realizar sus clientes, junto con recomendaciones de sitios donde pasar la noche en total tranquilidad. Ya que al mirar su sitio web me di cuenta que había muy pocas sugerencias de lugares para aparcar y pernoctar sin problema en Andalucía.

Tras una entrevista con Aurélien, fundador de Van Break, pude conocer más sobre la historia y las ambiciones de esta empresa emergente (ver el anexo 1).

Su trayectoria como empresario comenzó en España, en Tarifa. Durante un fin de semana de kitesurf en Tarifa, con su socio Olivier, se dio cuenta de la cantidad de campervans en mal estado que circulaban por allí. Durante la entrevista que tuve con él, me confió que se le ocurrió la idea de lanzar un servicio de alta gama de alquiler de furgonetas después de haber visto tantas campervans en circulación en malas condiciones.

En cuanto al nombre de su empresa, Aurélien quiso apostar por la comprensión de un amplio público a través del inglés: « Van Break es un nombre internacional y fácil de recordar, que se orienta hacia una clientela extranjera ». El público objetivo de Van Break es, pues, las parejas y familias de clase media alta, de nacionalidad francesa, española o internacional. Aurélien también destacó que desde el inicio de la crisis sanitaria, tiene cada vez más clientes españoles.

Entre los principales obstáculos a los que tuvo que hacer frente el fundador durante la creación de Van Break, se encuentra la obtención de los seguros que requirió varios

meses de lucha y negociación. Como se ha visto en capítulos anteriores, el Covid-19 también ha tenido un impacto positivo en su empresa: « No hubo actividad durante el confinamiento de marzo 2020 porque no había vuelos ni posibilidad de viajar. Tuvimos que buscar una nueva financiación. Sin embargo, cuando volvimos a la normalidad, experimentamos un aumento en las reservas de nuestras furgonetas. Aunque ya era muy popular antes, la pandemia sirvió literalmente como propulsor para el movimiento de la vanlife ».

Con 4 personas trabajando para Van Break y una flota de 15 furgonetas, Aurélien no piensa detenerse ahí: « En el futuro, queremos crear nuestra propia marca de ropa y disponer de un campervan VW T1 que alquilemos para eventos ».



Figura n°16: Furgoneta VW California Ocean T6

Fuente: Foto personal Aurélien

4.2 Estrategia de marketing

En una segunda entrevista, tuve la oportunidad de conocer mejor la estrategia de marketing de la empresa Van Break.

Desde el lanzamiento de Van Break en 2016, Aurélien ha aplicado una estrategia de diferenciación.

Como lo explica el artículo escrito por Carlos Quintana en 2022, una de las mejores maneras de conseguir una buena posición en el mercado, es aplicar una estrategia de diferenciación que permita añadir valor a su oferta y sobresalir por encima de los competidores.

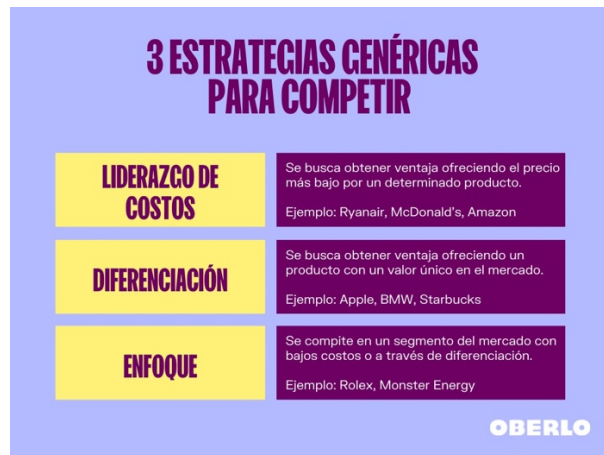


Figura nº17: 3 estrategias genéricas para competir
Fuente: Oberlo, 2022

Con el fin de diferenciarse de la competencia, Aurélien decidió apostar por furgonetas de 'alta gama' y lujosas. Además, presta especial atención al buen estado de sus vehículos y también a la seguridad y la comodidad de sus viajeros para garantizar un viaje de calidad por España. Todas sus furgonetas transformadas están equipadas para dormir cómodamente y disponen de calefacción, aire acondicionado, todo lo que se necesita para cocinar y para ducharse.

También tienen colaboraciones con empresas andaluzas de surf, kayak, entre otras. Así, los clientes pueden disfrutar de descuentos con estas empresas. Además, Aurélien es el único que ofrece el modelo Caddie habilitado y disponible para alquilar. Es algo que tiene en exclusiva y que lo diferencia de los competidores, ya que no existe este modelo en el mercado.

Se diferencia también en cuanto a sus precios. Son asequibles y están alineados con los del mercado, aunque proponga un servicio premium. El precio incluye un seguro contra todos los riesgos, kilometraje ilimitado, limpieza del vehículo, ropa de cama y almohadas, así como asesoramiento de viaje y un servicio de asistencia telefónica personal. El servicio al cliente que brinda Van Break así como la flexibilidad de su política de reembolsos (ningún gasto hasta 48 horas antes del viaje) le añade mucho valor también.

En el esquema del sitio web *Economía Simple*, Van Break se encuentra en la fase de crecimiento. Después de 6 años en el mercado, los beneficios comienzan a ser favorables, los costes comienzan a estabilizarse. La empresa sigue usando la publicidad a través de las redes sociales para captar más clientes. Las perspectivas de futuro son positivas y nuevos proyectos se están desarrollando. Las reservas aumentan y se observa la valoración e interés del cliente en la experiencia (Economía simple, 2016).

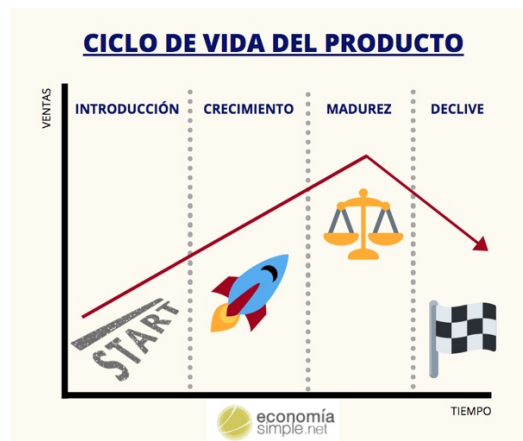


Figura nº18: Ciclo de vida del producto
Fuente: Economía simple, 2016

Durante nuestra entrevista, Aurélien también me comentó que estaba aplicando una estrategia orientada al cliente.

Como se muestra en la figura de abajo *Business to Customer*, para aplicar una estrategia orientada al cliente, hay que respetar cada criterio mencionado. Aurélien conoce perfectamente a su público objetivo; se trata de parejas y familias de clase media alta, de nacionalidad francés, española, pero también clientela internacional. Son gente aventurera, que buscan nuevas experiencias. Desde el inicio de la crisis sanitaria, tiene cada vez más clientes españoles.

Luego ofrece un servicio de calidad al alquilar seis modelos diferentes de furgonetas en buen estado y revisadas cada año.

Con el fin de diferenciarse de la competencia, la estrategia de Van Break es tender hacia la alta gama y proponer un servicio premium. También es la única empresa que ofrece el modelo Caddie habilitado y disponible para alquilar. Es algo que tiene en exclusiva y que lo diferencia de los competidores, ya que no existe este modelo en el mercado. Por lo tanto, el servicio ofrecido es personalizado.

La reducción de costes es también un criterio respetado porque, como se ha explicado anteriormente, Van Break propone precios asequibles y muy parecidos a los de la competencia, aunque proponga un servicio de alta calidad.

Por último, el objetivo de Van Break es hacer que todo el proceso de alquiler de furgonetas sea lo más agradable y asequible posible, gracias a una sencilla herramienta de reserva directamente a través de su sitio web. Luego, la furgoneta está lista para recoger a partir de las 10:30 los lunes y las 9:00 de la mañana de martes a sábado en el almacén situado en Alhaurín de la Torre.

En cuanto a la fidelización de los clientes, Aurélien no ve la necesidad de fidelizarlos por el momento, ya que tiene muchas reservas para sus campers. Sin embargo, en el futuro no descarta la posibilidad de introducir un sistema de códigos de descuento para animar a sus clientes a probar la aventura por segunda vez.

En resumen, la empresa Van Break respeta todos los criterios de la estrategia de orientación al cliente, excepto la fidelización de clientes, que pretende desarrollar en el futuro.

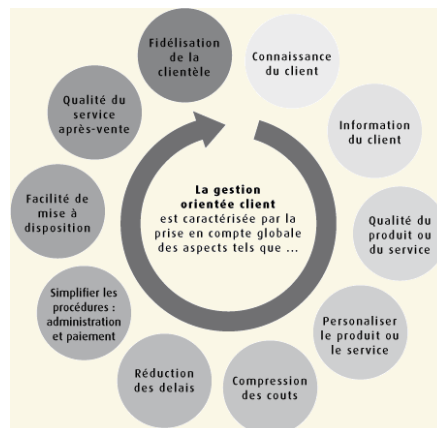


Figura nº19: Business to Customer (B to C)
Fuente: Satrabel, 2022

4.3 Redes sociales

Van Break es una empresa muy activa en redes sociales, sobre todo en Facebook e Instagram, en esta ultima cuenta con mucha popularidad gracias a su publicidad mediante la colaboración con influencers franceses y españoles.

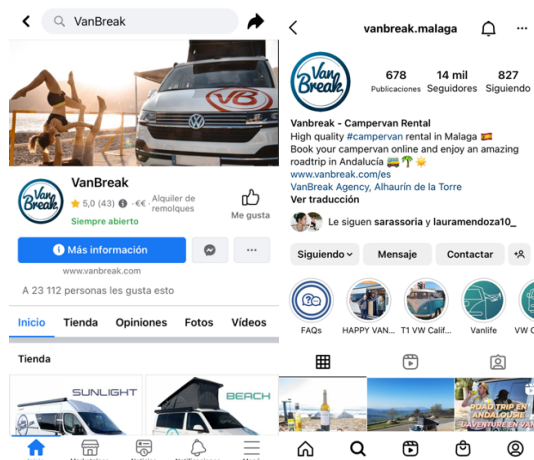


Figura nº20: Facebook/Instagram

También tiene su propia página web: www.vanbreak.com/es/

Las reservas se realizan a través del sitio web, donde es posible ver las tarifas que varían en función del modelo de furgoneta y de las estaciones del año así como las opciones extra disponibles para hacer el roadtrip aún más agradable.

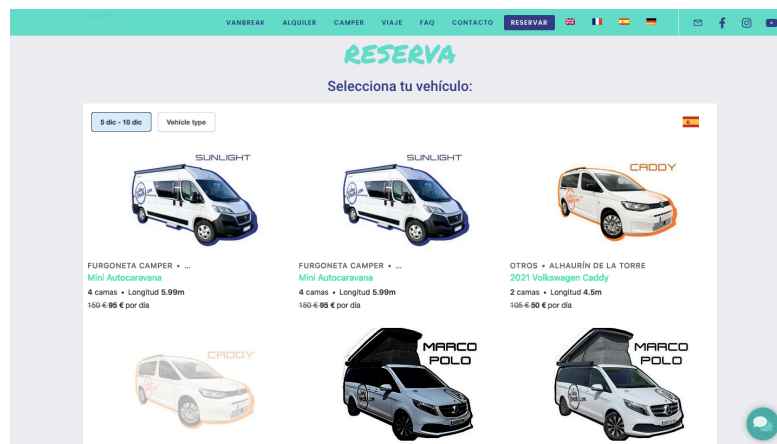


Figura nº21: Tarifas reservación Van Break
Fuente: Van Break, 2016

Además, el sitio web contiene una gran cantidad de videos y tutoriales específicos para cada furgoneta que explican los equipamientos disponibles, así como las cosas importantes a saber como encender el gas, vaciar aguas sucias, sacar el toldo, etc.

4.4 Análisis del sector

Aunque ya era muy popular antes de la crisis sanitaria, el sector de las autocaravanas, furgonetas y campers ha tenido mucho éxito desde el confinamiento de marzo de 2020.

Según los datos que recoge la plataforma de alquiler de van "Indie Campers", respecto al verano de 2020, las reservas realizadas por españoles para desplazarse por España aumentaron un 200% con respecto al mismo periodo de 2019.

Hugo Oliveira, consejero delegado de esa misma empresa, destaca que « el aumento de la demanda de autocaravanas muestra que muchos viajeros han optado por una de las alternativas de movilidad más seguras a la hora de reducir las posibilidades de contagios, pues permiten viajar en pequeños grupos de forma aislada, autónoma y flexible » (El Motor, 14 de agosto de 2020).

Hoy en día esta tendencia sigue creciendo. Como lo destaca Enrique Fernández en su artículo para la revista *Capital*, el número de vehículos "caravanning" matriculados se ha disparado en los últimos dos años (19 de febrero de 2022).

Según datos de la Asociación Española de la Industria y Comercio del Caravaning (ASEICAR), se alcanzaron las 10.683 matriculaciones de autocaravanas, campers y caravanas en 2021. Unas cifras que muestran el crecimiento que está experimentando este tipo de vehículos, con un aumento del 7,03% respecto al 2020.

También podemos ver que, al cierre de 2021, España contaba con 311.000 vehículos caravaning matriculados (231.000 caravanas, 67.000 autocaravanas y 13.000 campers).

Eso la convierte en el tercer país europeo con más número de vehículos caravaning y confirma el entusiasmo de los españoles por esta moda vacacional que se está consolidando.

De todas las matriculaciones que se producen en España, **Cataluña y Andalucía** son las Comunidades Autónomas "reinas" en ventas, superando el millar de matriculaciones anuales y alcanzando el 39% de la cuota de mercado nacional (Fernández E., 19 de febrero de 2022).

El incremento de la fiebre por esta tendencia turística se puede explicar por la aparición de la Covid-19, junto con las limitaciones económicas a las que se enfrentan cada vez más familias y la concienciación social sobre el medio ambiente. Todo esto ha provocado un cambio radical con respecto a los modelos de vacaciones. Cada vez son más las personas que quieren evitar las aglomeraciones de gente para favorecer espacios naturales abiertos. Además, los campervans son percibidos como algo más que un medio de transporte, ya que permiten viajar a destinos cercanos sin tener que reservar y con libertad de movimientos. Una forma de viajar diferente al turismo de masas.

Este fenómeno alcanza su nivel máximo en verano, con 150.000 movimientos de vehículos entre los meses de julio y septiembre (50.000 españoles y 100.000 extranjeros). En términos económicos, estas vacaciones sobre ruedas se traducen en más de 385 millones de euros (con un gasto medio de 150 euros/día con un itinerario medio de 17 días).

Actualmente, España cuenta con más o menos 1.000 áreas reservadas para autocaravanas. En comparación con las 180 zonas disponibles en 2010, se ha producido un aumento de más del 500% en 10 años. Sin embargo, estas cifras siguen siendo insuficientes para satisfacer la demanda actual. Según estima ASEICAR, se necesitarían entre 2.000 y 2.500 áreas para poder dar servicio al autocaravanista español y al resto procedente de Europa (Fernández E., 19 de febrero de 2022).

Marco práctico

5. Metodología

5.1 Metodología general

Como se explicó anteriormente, la crisis sanitaria ha hecho que mucha gente busque alternativas a los tradicionales formatos de vacaciones. A lo largo de los veranos que siguieron al confinamiento de marzo de 2020, se observó un entusiasmo muy importante por el turismo local, el turismo lento y la reconexión a la naturaleza. Esto permitió poner de relieve las prácticas que se adhieren a estas tendencias como la *vanlife*.

Después del viaje por carretera de un influencer que había compartido su experiencia en Instagram, descubrí la empresa Van Break. Este cliente había recibido una multa por la policía por dormir en su camper cerca de un parque natural. Navegando por la página web de Van Break, noté que había muy pocas recomendaciones de lugares para aparcar y pernoctar sin problema en Andalucía. Además, había algunas sugerencias de lugares imprescindibles en Andalucía, pero no había ninguna ruta turística temática.

Pensándolo bien, tuve la idea de crear circuitos turísticos originales y fuera de lo común. Luego me puse en contacto con el fundador de Van Break por correo electrónico para ver si existiría la posibilidad de realizar una colaboración. En esta primera toma de contacto, le presenté la idea general de mi TFM, que consistía en la creación de un folleto con circuitos turísticos temáticos que acompañaría a los clientes en las furgonetas habilitadas durante su viaje.

Muy interesado, me respondió diciéndome que su público español era cada vez más importante y que un folleto en español sería muy útil. También me dijo que era una buena idea proponer lugares seguros para dormir por la noche, puesto que muchos clientes ya habían tenido problemas.

Después de recibir esa respuesta positiva, me informé sobre lo que Andalucía tenía que ofrecer para realizar un roadtrip en camper.

He consultado numerosos sitios web y libros que me han inspirado enormemente, como el escrito por Loli Beltrán y Conrado Rodríguez titulado « Rutas en Autocaravana por España » y editado por el grupo editorial Anaya.

Luego tuve la oportunidad de entrevistar a Aurélien, uno de los dos fundadores de Van Break, para conocer más sobre su empresa y su trayectoria profesional (ver el anexo 1).

Tan pronto como supe cuál era el público objetivo de la empresa, elaboré una encuesta en Google Forms, en español e inglés, para ver qué tipos de circuitos turísticos en Andalucía suscitarían el mayor interés entre la gente internacional y española (ver el anexo 2).

Tras recibir los resultados de la encuesta, empecé a diseñar mi folleto (ver el anexo 3) inspirándome en los diseños de Canva e investigando sobre muchos temas: reglamentación en vigor en Andalucía, campings y áreas para autocaravanas, restaurantes que proponen platos típicos, actividades a realizar en las distintas regiones... La Web Oficial de Turismo de Andalucía y sus numerosos artículos, como " Sabores de Andalucía" publicado en 2019, me dieron muchas ideas.

A lo largo del desarrollo de mi folleto, también pude aprovechar las recomendaciones y consejos de Aurélien. Por ejemplo, me recomendó usar la aplicación Park4night para encontrar áreas y lugares en plena naturaleza para pasar la noche en camper van.

5.2 Metodología teórica

Después de terminar mi folleto, me centré en la parte teórica de este trabajo de fin de máster.

En primer lugar, diseñé un índice provisional con los puntos importantes que se habían hablado con mi tutor. Esto me permitió tener una idea global de la investigación que tendría que realizar.

Luego reuní la mayor cantidad de información posible que tenía un vínculo potencial con las grandes líneas de mi TFM. La mayoría de mis fuentes teóricas provienen de Internet, pero también de libros y guías turísticas sobre Andalucía muy interesantes.

Tuve la suerte de encontrar muchos sitios web relevantes, artículos de prensa, revistas y blogs utilizando palabras clave en el motor de búsqueda de Google. Estas fuentes me ayudaron a comprender plenamente los temas tratados en este TFM y a comprobar la veracidad de la información comparándolas entre sí.

Por último, el resto de mi metodología se centró principalmente en la compilación de las fuentes pertinentes y su utilización para la redacción de este trabajo, incorporándolas gradualmente a la bibliografía.

5.3 Encuesta y resultados

Con el fin de encuestar a la población internacional y española y ver qué tipos de circuitos turísticos tendrían más éxito, decidí utilizar Google Forms para crear mi cuestionario. Es una herramienta fácil de usar que genera automáticamente gráficos en cuanto se envían nuevas respuestas.

Al elaborar mi cuestionario, me he basado en criterios como el sexo, la edad, la condición social y el país de origen de los participantes. Esto me permitiría posteriormente evaluar la pertinencia de las respuestas recibidas. También he incluido la pregunta «¿Te interesaría hacer un road trip en camper van en Andalucía?» para ver si la demanda era fuerte. De las 72 respuestas a esta pregunta, 67 personas respondieron «Sí». La demanda es, pues, importante y representa 93,1% de las respuestas. También pregunté a los participantes sobre la duración ideal de un viaje por carretera según ellos, para que me sirviera de inspiración a la hora de crear mis rutas turísticas.

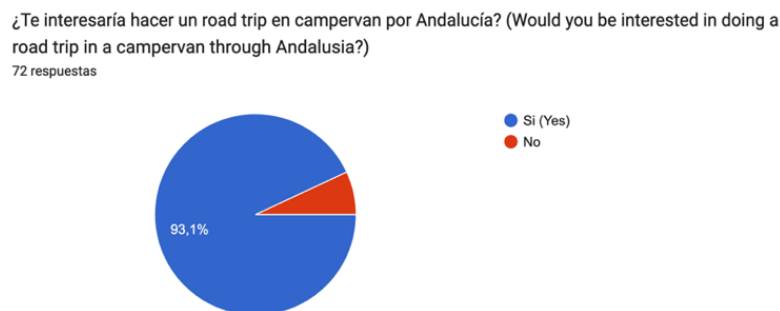


Figura nº22: Encuesta Road trip en campervan

Fuente: Encuesta personal creada con Google Forms (Ver anexo 2)

Pasemos a la relevancia de los resultados de la encuesta. Al publicar mi cuestionario en Facebook, así como en grupos privados de empleos y trabajadores en Málaga, mi deseo era llegar a captar al mayor número posible de parejas y familias de clase media alta internacional y española. En cuanto a las nacionalidades, he logrado conseguir las respuestas de 38 personas españolas. Con las nacionalidades de las 62 personas restantes, pude reunir a 20 países diferentes del mundo. Así que logré captar a mucha gente internacional, pero también española. De los 100 participantes, 55 son estudiantes, 41 trabajan, y los 4 restantes están desempleados o jubilados. En cuanto a la edad, 68 de los 100 participantes tienen entre 18 y 25 años. En resumen, se puede decir que la mayoría de los encuestados son estudiantes españoles e internacionales de entre 18 y 25 años.

En cuanto al hecho de ser de clase media alta, es complicado saberlo, aunque se supone que los trabajadores tienen más presupuestos que los estudiantes. Aún así, decidí tener en cuenta los resultados de esta encuesta porque conseguí tener participantes de España y del mundo entero, que ya han experimentado la *vanlife* o muy interesados en probar la experiencia en el futuro.

De hecho, los resultados de esta encuesta son representativos de la realidad. Ante la pregunta "¿Qué tipo de rutas preferirías hacer en furgoneta camper por Andalucía?", 68 personas respondieron «Ruta con las Playas más bonitas de Andalucía». Encontramos el circuito naturaleza y aventura (Torcal de Antequera, Caminito del Rey...) en segunda posición con 61 respuestas. Luego viene la ruta de las ciudades famosas con 35 votos y por último, la ruta gastronómica con 26 votos.

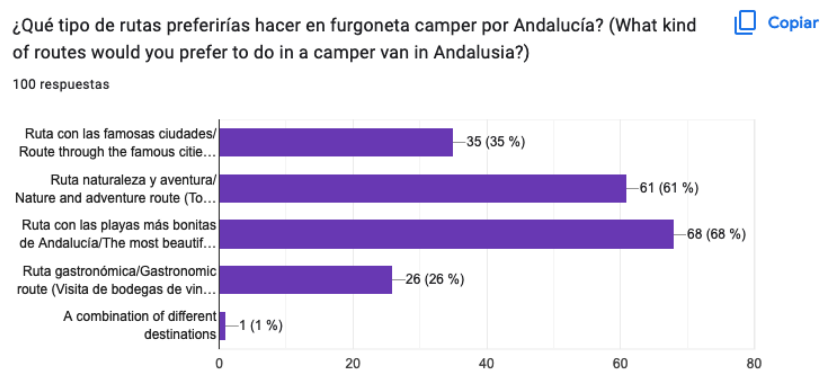


Figura nº23: Encuesta Roadtrip en campervan

Fuente: Encuesta personal creada con Google Forms (Ver anexo 2)

Mi objetivo era crear circuitos turísticos inusuales en un entorno natural y alejado de las aglomeraciones, así que opté por las rutas temáticas de playa, naturaleza y gastronomía. El último se ha traducido en la elaboración de una ruta perfecta para descubrir el saber hacer de los productores locales de Andalucía.

En cuanto a la pregunta sobre las principales motivaciones por las que se haría un road trip en camper, los resultados son claros: los participantes buscan aventura, libertad y reconexión con la naturaleza. Esto se inscribe bien en las tendencias actuales de reconexión a la naturaleza y de turismo lento, como se explicó durante este trabajo de fin de máster.

6. Propuesta de producto

6.1 Objetivos

Como se explica en la parte 'metodología general', he creado un folleto (ver el anexo 3) que incluye 3 circuitos turísticos temáticos para realizar en furgoneta habilitada en Andalucía.

Como colaboradora de la empresa Van Break, mi objetivo consistía en responder a una demanda creando un folleto en español con recomendaciones de lugares donde se puede pasar la noche en furgoneta. Esto se debe como resultado de la necesidad del fundador de la empresa de contar con un folleto en español que acompañaría a su clientela española, cada vez más importante. También consideraba interesante ofrecer lugares seguros para dormir por la noche, ya que muchos clientes habían tenido problemas con la policía.

Este folleto estará disponible en los quince campers habilitados de la empresa y los clientes tendrán la posibilidad de seguir una de las rutas propuestas o de hacer su viaje por carretera libremente. Para cada etapa de los circuitos turísticos, encontramos una breve descripción del lugar, una sugerencia de camping, una idea de lugar seguro donde pasar la noche, restaurantes que ofrecen platos con productos locales, así como actividades interesantes que hacer en la zona. Cabe destacar también que cada ruta comienza en Alhaurín de la Torre, lugar donde se encuentran las furgonetas habilitadas.

El primer circuito es un circuito sobre el tema de la naturaleza en 10 etapas. Pasa por el Pantano del Chorro, el Torcal de Antequera, Sierra de la Almijara, Sierra Nevada, el desierto de Gorafe, Sierra de Cazorla, el Parque Natural de Hornachuelos, Río Tinto, el Parque nacional de Doñana y para terminar, el Parque Natural Sierra de Grazalema. La distancia de la ruta es de 1267 km y se aconseja 15 días para realizarla en su totalidad. Su coste de combustible se estima en 260 euros. Cada sugerencia de actividad en la zona se realiza al aire libre e incluye numerosos paseos a caballo, senderismo, actividades deportivas...

En cuanto al segundo circuito turístico, se trata de un recorrido gastronómico de 10 etapas articulado en torno al descubrimiento del saber hacer andaluz y de sus especialidades locales. La mayoría de los lugares seleccionados permiten la visita de las instalaciones seguida de una degustación de los productos fabricados.

Esta ruta pasa por la bodega Quitapenas en Guadalmar, la chocolatería La Virgitana en Berja, el museo de los Jamones Vallejo en Trevélez, la quesería Cortijo el Aserradero en Alhama de Granada, la destilería Anís Machaquito en Córdoba, el Molino Juan Colín en Montilla, el museo del Mantecado La Estepeña en Estepa, la Hacienda Guzmán en Sevilla, las Bodegas Fundador en Jerez y por último, la Finca Las Hazuelas.

La distancia de la ruta es de 857 km y la duración recomendada es de 14 días. El coste de combustible se estima en unos 170 euros. La mayoría de las actividades adicionales sugeridas tienen que ver con la experiencia gastronómica: visita de una quesería artesanal ganadora de una medalla de «súper oro» en los “World Cheese Awards”, visita guiada de Clisol conocido como la huerta de Europa, descubrimiento del Museo del Chocolate en Estepa, etc. Además, en la página 27, figura una lista con las direcciones de correo electrónico y los números de teléfono de todos los lugares propuestos, para que los clientes puedan reservar fácilmente sus visitas.

Por último, la última ruta es una ruta costera que reúne las playas más bonitas de Andalucía. Su distancia es de 1115 km y se puede realizar en 16 días. El coste estimado del combustible es de unos 200 euros. Pasa por 12 playas diferentes: Playa de la Rijana en Granada, Playa de Mónsul en Almería, Playa de Maro en Nerja, Playa de Pedregalejo en Málaga, Playa de Cabopino en Marbella, Playa de Valdevaqueros en Tarifa, Playa de Bolonia en Cádiz, Playa del Palmar en Vejer de la Frontera, Playa de Sancti Petri en Chiclana de la Frontera, Playa de Cuesta Maneli en Huelva, Playa El Portil en Huelva y por fin, Playa Islantilla en Huelva.

Además, se sugieren numerosas actividades a lo largo de la costa: deportes acuáticos como el surf, kayak, buceo, paseo por las dunas, senderismo, etc.

En cuanto al aspecto técnico de mi folleto, lo diseñé con la plataforma de diseño gráfico *Canva*. Después de analizar varios folletos y revistas de viajes, quería crear uno claro y agradable de leer. Así que opté por un diseño sencillo con grandes ilustraciones. Su tamaño especial (26,5 x 20,5 cm) se inspira en la revista turística *Escapade en Wallonie* edición 2021, redactada por la Autoridad de Promoción Turística de Bélgica. Estas dimensiones me parecían ideales para un folleto turístico. En cuanto a las fotos elegidas para cada destino, todas provienen de sitios web.

En el futuro, para satisfacer también a los clientes franceses e internacionales, mi folleto podría traducirse al francés y al inglés. Siendo multilingüe, yo misma podría encargarme de la traducción a los idiomas mencionados anteriormente. Además, Aurélien quedó encantado con el resultado final de la revista.

6.2 Camping y áreas propuestos

Aunque el principio de la *vanlife* es viajar sin tener que preocuparse de reservar un alojamiento para pasar la noche, seleccioné un área o un camping con parcelas para furgoneta en casi todas las paradas. Esto me parecía importante para evitar cualquier problema con las autoridades y hacer más fácil el road trip de los clientes.

También es interesante en caso de que los clientes quisieran ducharse, beneficiarse de una conexión eléctrica, agua potable o una conexión wifi.

Los criterios que me han llevado a elegir los campings o áreas propuestos en mi folleto son:

- La presencia de parcelas para furgoneta
- Proximidad al lugar de interés
- La ubicación ideal en un espacio natural y tranquilo
- La posibilidad de realizar actividades deportivas, paseos en bicicleta o senderismo en los alrededores
- Opiniones mayoritariamente positivas en Google
- La calidad de las instalaciones

6.3 Análisis y trabajos futuros

En primer lugar, en el futuro, me gustaría visitar todos los lugares que recomiendo en mi folleto y así poder probar los diferentes restaurantes, campings y actividades sugeridas. La falta de tiempo y de dinero no me han permitido visitar todos los lugares presentados en mi folleto. Visitar y descubrir cada destino de mi folleto me permitiría estar segura de que cada lugar ofrece un servicio y una experiencia de calidad y realizar modificaciones, en caso contrario.

En segundo lugar, siendo apasionada de la fotografía, lo ideal sería tomar mis propias fotos para cada destino y usarlas en mi folleto. Esto evitaría cualquier problema de derechos de imagen, aunque mencioné los créditos fotográficos para cada ilustración.

Por último, como ya se ha mencionado antes, la traducción del folleto es también un aspecto a tener en cuenta en el futuro. Esta idea satisfaría tanto a los clientes franceses como a los internacionales. Además, los locales de Van Break se encuentran en Alhaurín de la Torre, a 10 minutos del Aeropuerto Internacional de Málaga, lo que ayudará a atraer cada vez más turistas nacionales e internacionales en el futuro.

Conclusiones

Conclusiones

El objetivo de este trabajo era responder a una demanda creando un folleto turístico que acompañara a los clientes de Van Break en su aventura. Creo que he superado el reto al proponer rutas atípicas que permiten vivir una experiencia auténtica y original en español. Gracias a muchas fuentes relevantes, pude diseñar mi folleto y escribir esta tesis tal y como los había imaginado. Este trabajo también me ha demostrado que es posible crear un producto turístico con valentía, perseverancia y abnegación.

A nivel personal, he aprendido mucho y he desarrollado muchas habilidades durante este trabajo. Me ha sorprendido gratamente descubrir tantos bellos lugares naturales y culinarios en Andalucía, de los que en su mayor parte ignoraba la existencia.

Como dijo la escritora Margaret Lee Runbeck: “La felicidad no es un destino al que se llega sino una manera de viajar”. Y creo que esta cita ilustra perfectamente el principio de la *vanlife*. Esta forma diferente de viajar permite volver a centrarse en los valores simples de la vida, como el sentimiento de libertad y de conexión con la naturaleza, y esta filosofía me ha conquistado por completo. Esta tesis me permitió descubrir esta práctica en todos sus detalles y colaborar así con una empresa malagueña. Esta colaboración también fue muy enriquecedora porque me permitió poner un pie en el mundo profesional.

El futuro del sector

Si lo pensamos bien, viajar en furgoneta camper durante miles y miles de kilómetros contamina y a veces es difícil admitirlo.

En una época en la que el calentamiento global está en el centro de las preocupaciones, ¿no sería hora de empezar a convertir las furgonetas camper en modelos híbrido?

Según el artículo del periódico *RTBF* publicado el 12 de mayo de 2021, las furgonetas camper eléctricas llegan y el futuro es prometedor. De hecho, la sociedad inglesa «eDub» ya se ha lanzado en la conversión eléctrica del icónico Combi Volkswagen. Según Kit Lacey, fundador de esta empresa, los Combis siempre han sido manipulados, transformados. Entonces se le ocurrió la idea de ponerlos un motor eléctrico. Así nació “Indie”, el primero de estos Combis eléctricos disponible para

alquilar y realizar escapadas en el campo inglés. Otros tres fueron vendidos, uno con baterías de Tesla y una autonomía máxima de casi 400 kilómetros. A pesar de unos comienzos técnicamente complicados, el fundador de *eDub* domina ahora el sistema y considera que estos vehículos históricos merecen ser transformados en lugar de enviarlos al desguace.

Volkswagen parece haber sido inspirado por este ejemplo ya que ha lanzado la versión eléctrica de su Combi. Llamada "ID Buzz", esta versión ultramoderna, cuya llegada a España se anuncia para principios de 2023, dispone de una autonomía de 418 kilómetros y un sistema de conducción autónomo. Su velocidad máxima está limitada electrónicamente a 145 km/h para permitir conservar la batería y favorecer la autonomía eléctrica del vehículo (Lifona, 7 de septiembre de 2022).

Hay otras marcas de coche que han decidido lanzarse en la electrificación de sus furgonetas también. Mercedes es una de ellas con su camper 'EQV Marco Polo', 100% eléctrica con 363 kilómetros de Autonomía (Gómara, 2022). Así pues, parece que el sector de las furgonetas habilitadas va por buen camino hacia una tendencia más ecológica y respetuosa del medio ambiente en el futuro.

En el futuro, dado que tenemos cada vez más exigencias en materia de viajes y que cada vez somos más conscientes de nuestra huella de carbono, creo que esta forma de viajar va a ganar aún más popularidad, pero con un mayor cambio hacia vehículos limpios. El fundador de Van Break podría seguir el ejemplo de *eDub* y empezar a convertir sus furgonetas en eléctricas. Si es así, estaré encantada de replantear mi folleto y recomendar lugares con estaciones de carga rápida. Para continuar...

Anexos

ANEXO 1: TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA CON AURELIEN

Sonia : ¿En qué consiste su empresa y en qué año nació?

Aurélien : Van Break es una empresa que ofrece un servicio de alquiler de campervans y furgonetas modernas en Málaga desde 2016.

S : ¿Cómo surgió la idea de crear Van Break?

A : La idea se nos ocurrió durante un fin de semana de kitesurf en Tarifa observando la cantidad de furgonetas en circulación allí que estaban en malas condiciones. Fue entonces cuando tuvimos la idea de lanzar un servicio de alta gama con Olivier, mi socio.

S : ¿Puede hablarnos de su trayectoria?

A : He trabajado 10 años en XP como comercial en editoriales de tecnología de la información en París, Dublín y Málaga. Luego puse en marcha VanBreak junto con mi trabajo en 2016.

S : ¿Por qué eligió el nombre Van Break?

A : Es un nombre internacional y fácil de recordar que se orienta hacia una clientela extranjera.

S : ¿Cuál es su público objetivo?

A : Mi público objetivo son los franceses y los francófonos, pero también la clientela internacional. Son sobre todo parejas y familias de clase media alta, un poco aventurero, que buscan nuevas experiencias. Desde el inicio de la crisis sanitaria, también tengo cada vez más clientes españoles, que se están convirtiendo en una parte importante de mi público.

S : ¿Cuántos empleados trabajan para Van Break?

A : En este momento somos cuatro personas, dos fundadores y dos empleados.

S : ¿Qué medios ha establecido para darse a conocer?

A : Hemos utilizado Google Ad words, Facebook, la herramienta de optimización en los motores de búsqueda a través de palabras clave en artículos y videos de YouTube. También recurrimos a influencers en las redes sociales.

S : ¿Quiénes son sus competidores y en qué se diferencian de ellos?

A : Roadsurfer es nuestro competidor principal. Nos diferenciamos de ellos gracias a nuestro enfoque personalizado, a nuestra disponibilidad en cualquier momento para el cliente. Nuestro servicio también es completo, todo está incluido en el precio.

S : ¿Cuáles fueron los principales obstáculos a los que se enfrentó al crear Van Break?

A : Sin duda la validación de la financiación, así como la obtención de los seguros.

S : ¿Cuál ha sido el impacto de la pandemia de la COVID-19 en su empresa?

A : No hubo actividad durante el confinamiento de marzo 2020 porque no había vuelos ni posibilidad de viajar. Tuvimos que buscar una nueva financiación. Sin embargo, cuando volvimos a la normalidad, experimentamos un aumento en las reservas de nuestras furgonetas. Aunque ya era muy popular antes, la pandemia sirvió como propulsor para el movimiento de la vanlife.

S : ¿Cuáles son sus ambiciones/proyectos futuros?

A : En el futuro, queremos crear nuestra propia marca de ropa y disponer de un campervan VW T1 que alquilemos para eventos.

ANEXO 2: ENCUESTA - CUESTIONARIO EN BLANCO

Sección 1 de 4

Roadtrip en campervan

¡Hola!

Soy alumna del máster de Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Málaga. Como parte de mi Trabajo Fin de Máster, me gustaría crear rutas turísticas temáticas, para recorrer Andalucía en campervan. Se trata de una furgoneta equipada con cama doble, una pequeña cocina y una ducha exterior.

Para llevar a cabo este proyecto, estoy realizando esta pequeña encuesta para hacerme una idea del tipo de rutas que podría suscitar un mayor interés.

Gracias de antemano por su ayuda 😊


Hello!

I am studying a master's degree in Tourism Management at the University of Malaga. As part of my Master's Thesis, I would like to create thematic routes to travel through Andalusia in a campervan. It is a van equipped with a double bed, a small kitchen and an outside shower.

To carry out this project I am conducting this small survey to get an idea of the type of routes that could arouse more interest.

Thanks in advance for your help 😊

Título de la imagen



Sexo (Gender) *

Hombre (Male)

Mujer (Female)

Prefiero no decirlo (Prefer not to answer)

Edad (Age) *

Menor de 18 años (Under 18)

18 - 25

26 - 35

36 - 55

Mayor de 55 años (Over 55 years old)

Ocupación (Employment status) *

Estudiante (Student)

Trabajador/a (Employed)

Jubilado/a (Retired)

Desempleado/a (Unemployed)

Otra...

País de origen (Native country) *

- España
- France
- Portugal
- Italia
- Belgium
- Germany
- The Netherlands
- United Kingdom
- Otra...

¿Alguna vez has hecho un viaje por carretera en furgoneta? (Have you ever done a road trip in a van?) *

- Si (Yes)
- No

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección ▾

Sección 2 de 4

Roadtrip en campervan × ⋮
Descripción (opcional)

¿Te interesaría hacer un road trip en campervan por Andalucía? (Would you be interested in doing a road trip in a campervan through Andalusia?) *

- Si (Yes)
- No

Después de la sección 2 Ir a la sección 4 (Roadtrip en campervan) ▾

Sección 3 de 4

Roadtrip en campervan ^ ⋮
Descripción (opcional)

⋮
¿En qué país? (In what country?) *

Texto de respuesta corta

Después de la sección 3 Ir a la siguiente sección ▾

Sección 4 de 4

Roadtrip en campervan × ⋮
Descripción (opcional)

¿Con quién te irías de viaje en campervan? (Who would you go on a campervan trip with?) *

- Amigo/a (Friends)
- Pareja (Couple)
- Familia (Family)
- Niño/a (Child)
- Compañero de trabajo (Colleague)
- Solo/a (Alone)
- Otra...

La duración de un road trip ideal sería... (The duration of an ideal road trip would be...) *

- 2-3 días (2-3 days)
- 4-5 días (4-5 days)
- 1 semana (1 week)
- 10 días (10 days)
- Otra...

¿En qué época del año te gustaría hacer un viaje por carretera? (What time of year would you like to take a road trip?) *

- Verano (Summer)
- Primavera (Spring)
- Otoño (Autumn)
- Invierno (Winter)
- Otra...

¿Cuáles son las principales motivaciones por las que harías un roadtrip en furgoneta? (What are the main reasons you would take a roadtrip in campervan?) *

- Libertad (Freedom)
- Aventura (Adventure)
- Reconectar con la naturaleza (Reconnect with nature)
- Estilo de vida minimalista (Minimalist lifestyle)
- Manera barata de viajar (Cheap way to travel)
- Otra...

Indique el grado de importancia con respecto a la presencia de servicios dentro del van (Indicate the degree of importance regarding the presence of services inside the van) *

	Sin importancia (Unimp...	Importante	Muy importante (Very i...
Cocina (Kitchen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ducha (Shower)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calefacción y aire acon...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indique el grado de importancia con respecto al material disponible dentro del van (Indicate the degree of importance regarding the material available within the van) *

	Sin importancia (Unimp...)	Importante	Muy importante (Very i...
Nevera (Fridge)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesa (Table)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sillas (Chairs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Armarios (Closet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utensilios de cocina (Co...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tipo de rutas preferirías hacer en furgoneta camper por Andalucía? (What kind of routes would you prefer to do in a camper van in Andalusia?) *

Ruta con las famosas ciudades/Route through the famous cities (Granada, Málaga, Córdoba, Sevilla...)

Ruta naturaleza y aventura/Nature and adventure route (Torcal de Antequera, Caminito del Rey, Sierra Ne ...)

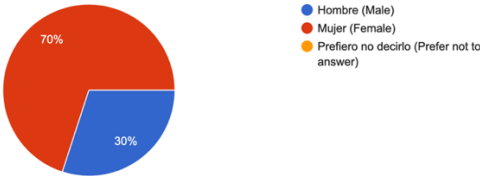
Ruta con las playas más bonitas de Andalucía/The most beautiful beaches in Andalusia (Playa Bolonia, ...)

Ruta gastronómica/Gastronomic route (Visita de bodegas de vino, de olivares y almazaras, quesería, cult...)

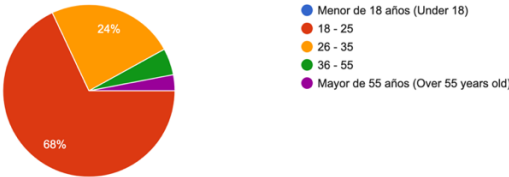
Otra...

ANEXO 2 (CONTINUACIÓN): ENCUESTA - RESPUESTAS

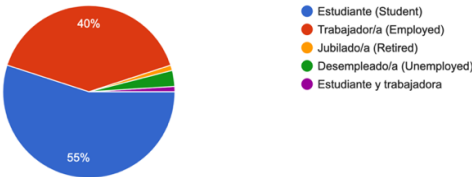
Sexo (Gender)
100 respuestas



Edad (Age)
100 respuestas

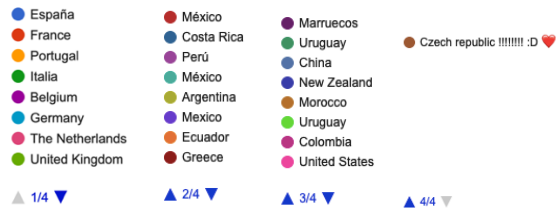
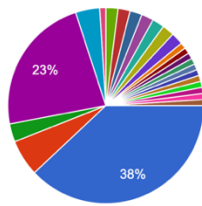


Ocupación (Employment status)
100 respuestas



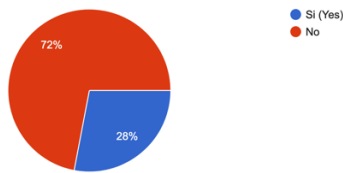
País de origen (Native country)

100 respuestas



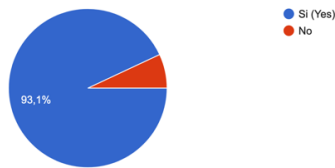
¿Alguna vez has hecho un viaje por carretera en furgoneta? (Have you ever done a road trip in a van?)

100 respuestas



¿Te interesaría hacer un road trip en campervan por Andalucía? (Would you be interested in doing a road trip in a campervan through Andalusia?)

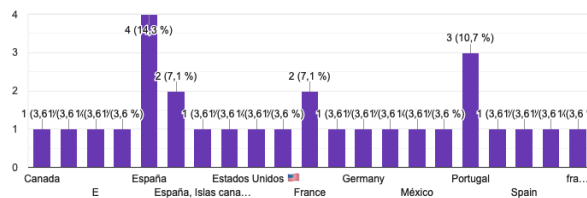
72 respuestas



¿En qué país? (In what country?)

28 respuestas

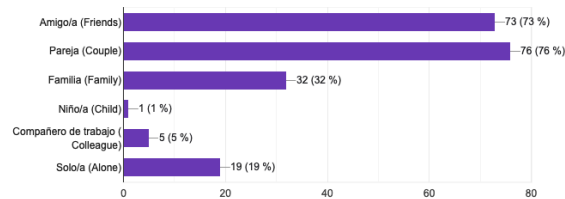
[Copiar](#)



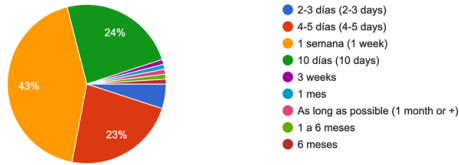
¿Con quién te irías de viaje en campervan? (Who would you go on a campervan trip with?)

100 respuestas

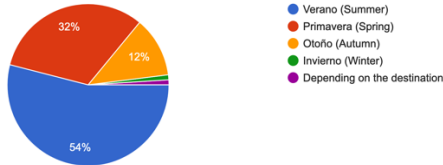
[Copiar](#)



La duración de un road trip ideal sería... (The duration of an ideal road trip would be...)
100 respuestas



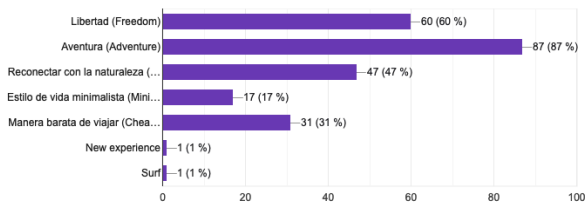
¿En qué época del año te gustaría hacer un viaje por carretera? (What time of year would you like to take a road trip?)
100 respuestas



¿Cuáles son las principales motivaciones por las que harías un roadtrip en furgoneta? (What are the main reasons you would take a roadtrip in campervan?)

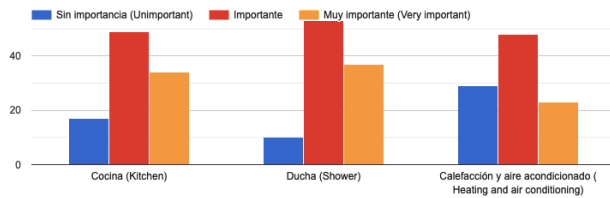
[Copiar](#)

100 respuestas



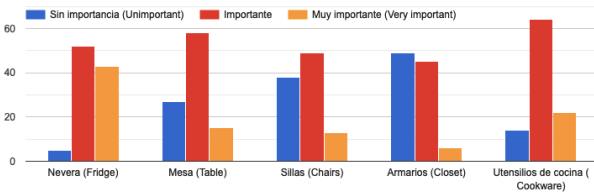
Indique el grado de importancia con respecto a la presencia de servicios dentro del van (Indicate the degree of importance regarding the presence of services inside the van)

[Copiar](#)



Indique el grado de importancia con respecto al material disponible dentro del van (Indicate the degree of importance regarding the material available within the van)

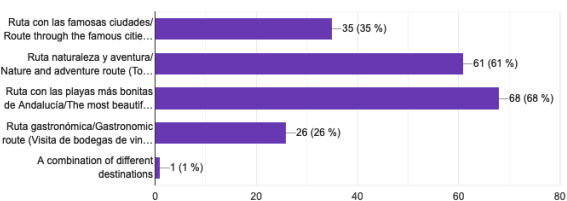
[Copiar](#)



¿Qué tipo de rutas preferirías hacer en furgoneta camper por Andalucía? (What kind of routes would you prefer to do in a camper van in Andalusia?)

[Copiar](#)

100 respuestas



Van Break

RUTAS TURÍSTICAS EN CAMPERVAN

REVISTA DE VIAJES

N° 1 // SEPTIEMBRE 2022





"La felicidad no es un destino al que se llega sino una manera de viajar"

MARGARET LEE RUNBECK



CONTENIDO

- 04 **NOTA DE LA EDITORA**
- 05 **CONSEJOS DE SUPERVIVENCIA**
- 07 **RUTA NATURALEZA**
- 17 **RUTA GASTRONÓMICA**
- 28 **RUTA COSTERA**



© Van Break

nota de la editora



Como alumna del Máster en Dirección y Planificación del Turismo en Málaga, esta revista ha sido diseñada como parte de mi trabajo de fin de máster titulado "Creación de un producto turístico: Roadtrip en furgoneta adaptada por Andalucía" en colaboración con la empresa Van Break.

En un momento en el que estamos saliendo poco a poco de una pandemia sin precedentes, he querido realizar este proyecto sobre algunas tendencias actuales: el "staycation", el consumo local y el turismo lento. La crisis del Covid-19 ha contribuido a la aparición de un nuevo enfoque de los viajes basado en la proximidad, y mi proyecto debía adherirse a este movimiento.

Tras haber oído hablar mucho del concepto de la "van life" durante los veranos posteriores al confinamiento de marzo de 2020, es bastante natural que me haya dirigido hacia este tema. Viajar en camper permite descubrir los destinos cercanos a su ritmo y sin tener que preocuparse de reservar un alojamiento. Así que no es de extrañar que la empresa Van Break haya sido un auténtico éxito desde su lanzamiento en 2016.

A través de esta revista, mi objetivo es hacer descubrir lugares fuera de lo común y mostrar las riquezas naturales, culturales y culinarias excepcionales que tiene Andalucía. Espero que disfrutéis de estos circuitos en campervan tanto como yo los disfruté al crearlos.

Sonia Fernández



© Van Break

Consejos de supervivencia para un roadtrip en Andalucía

SONIA FERNÁNDEZ

¿Estas a punto de irte a visitar Andalucía en campervan? ¡Eso es una buena noticia! Esta revista te acompañará en tu viaje e incluso te sugerirá 3 ideas de rutas temáticas a recorrer por Andalucía. En fin, ¿estás preparado para la aventura?

Conocida por su patrimonio cultural, sus parajes naturales, sus costas únicas y su rica gastronomía, Andalucía tiene mucho que ofrecer. Por lo tanto, viajar por Andalucía en campervan es una excelente idea, ya que te permite



descubrir la región a tu ritmo, con total seguridad en tu propia burbuja y sin tener que preocuparte por encontrar un alojamiento para pasar la noche.

No obstante, hemos seleccionado para ti los mejores campings de la región con parcelas para autocaravanas en caso de que quieras disfrutar de una conexión eléctrica, agua potable o una conexión wifi.

Así que no olvides llamar al número indicado para asegurarte de que hay una parcela disponible...

5



Cada destino facilitado en esta revista es fácilmente accesible mediante aplicaciones GPS como Waze, Google Maps... También es posible evitar las autopistas y tomar rutas más tranquilas a través de las aplicaciones Google Maps o Calimoto. Disfruta del paisaje y déjate guiar...



© Van Break

"El mundo es un libro y aquellos que no viajan sólo leen una página"

SAN AGUSTÍN DE HIPONA



En España, la acampada solo está permitida en lugares habilitados para ello, tales como zonas de acampada, camping de cualquier categoría y áreas privadas. Acampar se refiere al hecho de desplegar elementos de acampada como toldos, mesas o sillas o emitir excesivos ruidos. El desarrollo de dicha actividad fuera de los lugares mencionados está totalmente prohibido, pudiendo incluso ser sancionados por ello. Para evitar cualquier problema, este folleto te propone zonas de aparcamiento, áreas y campings de la aplicación Park4night, donde podrás pasar la noche sin preocuparte.



Sólo un recordatorio antes de que te quedes sin combustible: todos nuestros modelos de furgonetas camper y autocaravanas funcionan con diésel. En este folleto también encontrarás los costes aproximados de combustible de cada ruta.



Hay muchas actividades y visitas propuestas en cada etapa de las rutas turísticas. Te aconsejamos que compruebes los horarios de apertura de cada atracción turística en Internet o en la oficina de turismo de la provincia correspondiente.



Hemos seleccionado para ti los mejores restaurantes de cada localidad que ofrecen platos típicos basados en productos locales con una excelente relación calidad-precio. ¡Buen provecho!

Ruta naturaleza

Distancia de la ruta : 1267 km

Coste combustible : +-260€

Días recomendados : 15 días



© Jose Ortega



Esta ruta de 10 paradas te sumergirá en el corazón de la naturaleza de Andalucía y te hará descubrir parques naturales, desiertos, montañas y mucho más. ¡Así que respira y disfruta!

Etapa 1 : Pantano del Chorro

Para empezar bien este roadtrip, pon rumbo al encantador Pantano del Chorro para descubrir una de las playas de interior más famosas de la provincia de Málaga.



¿Dónde dormir?

Parking Restaurante El Kiosko
Parque Ardales
Pantano El Chorro
29550 Ardales

Camping Parque Ardales
Carretera de los Embalses
Km. 7, 29550 Ardales
+34951264924



¿Dónde comer?

Restaurante El Mirador Ardales €€
Restaurante El Kiosko €



¿Qué hacer?

Descubrir el Caminito del Rey
Senderismo hasta el Mirador de los Tres Embalses
Practicar hidropedales, paddle surf o kayak

7



© Trip in Wild

Etapa 2 : Torcal de Antequera

Una de las maravillas naturales de Andalucía se encuentra en Antequera. Se trata del Torcal, uno de los ejemplos más significativos de paisaje kárstico en España que cuenta con rocas calizas y numerosos fósiles prehistóricos. Sus formas características y atípicas son tan excepcionales que este paraje natural único ha sido declarado como Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Unesco.



¿Dónde dormir?

Parking camper
Arrabal S.gener.adscritos
a S.u.p, 12
29200 Antequera

Area Autocaravanas Antequera
Av Miguel de Cervantes 43
29200 Antequera



¿Dónde comer?

La Cantina €
Mesón Casa Diego €
Restaurante El Moral €



¿Qué hacer?

Recorrer una de las rutas ofertas
Ver las estrellas desde el Observatorio Astronómico del Torcal

8



© Raptor962

Etapa 3 : Sierra de la Almijara

Las sierras de Alhama, Tejeda y Almijara constituyen un impresionante macizo montañoso que forma una barrera geográfica entre las provincias de Málaga y Granada. Sus ríos y arroyos ofrecen espectaculares saltos y desfiladeros que te reservan fuertes emociones y muchas sorpresas.



¿Dónde dormir?

Área de Autocaravanas
C. Carril de Santana
29755 Canillas de Albaida

Camping Cortijo de San Miguel
N-340 km289 Cortijo San Miguel
29780 Málaga
(+34) 644 053 891



¿Dónde comer?

La Taberna del Sacristán €€
Cafetería Restaurante Axarquía €
Meson Bar Piedra €



¿Qué hacer?

Descubrir la famosa ruta del Río Chillar
Recorrer el sendero Río Verde
Ruta Fábrica de la Luz



© iStock

Etapa 4 : Sierra Nevada

Viajar a Andalucía no es sólo sinónimo de playa, patrimonio y paisajes verdes, la nieve es otro de sus grandes atractivos. Sierra Nevada ofrece impresionantes rutas de senderismo por sus montañas, pero también la posibilidad de esquiar en la estación de esquí más al sur de Europa con más días de sol al año. ¿Te lo vas a perder?



¿Dónde dormir?

Parking Las Sabinas
Calle del Torcal
18196 Monachil
Granada

Camping Las Lomas
Carretera de Güejar Sierra , Km. 6,5
18160 Güejar Sierra (Granada)
+34 958 484 742



¿Dónde comer?

Restaurante El Puntarrón €
Restaurante la Muralla €€
Terraza Tía María €€



¿Qué hacer?

Excursión en los Cahorros
Visitar el Parque Nacional de Sierra Nevada
Esquiar en la estación de esquí de Sierra Nevada

10



© Trip in Wild

Etapa 5 : Desierto de Gorafe

El desierto de Los Coloraos y Gorafe es un increíble lugar situado en la provincia de Granada. En el corazón de un territorio salvaje y poco visitado, este lugar ofrece panoramas que te van a recordar al Gran Cañón. Hablamos de una de las zonas más bellas e impresionantes que te vas a encontrar. ¡Una pasada!



¿Dónde dormir?

Aparcamiento día y noche
Calle la Mina 1
18890 Gorafe

Área de AC gratuita
Calle Alhambra 1
18890 Gorafe



¿Dónde comer?

Meson ilusion €
Ruta termal €
Restaurante El Nautico €



¿Qué hacer?

Excursión en el desierto en 4x4
Visita del Pantano Negratín



© Victor Raul Urbex

Etapa 6 : Sierra de Cazorla

Ubicada en la provincia de Jaén, la Sierra de Cazorla es una de las más visitadas de España. Su riqueza natural se basa en la diversidad biológica y está considerada Reserva de la Biosfera por la Unesco. Su fauna y flora excepcional la convierte en un lugar ideal para los enamorados de la naturaleza.



¿Dónde dormir? Área de Autocaravanas
Avenida del Parque Natural
23470 Cazorla

Camping Puente de las Herrerías
Ctra. Nacimiento Guadalquivir
Km.2 - 23470 Cazorla
953 727 090



¿Dónde comer? Mesón restaurante El Parral €€
Asador La Bolera €€
Restaurante Bar Arroyo Frio €



¿Qué hacer? Hacer el sendero La Cerrada de Elías
Ver la cascada de la Calavera
Visitar el Castillo de la Yedra

12



© Turismo Andaluz, S.A.

Etapa 7 : Parque Natural de Hornachuelos

Con una extensión de más de 60.000 hectáreas, cubiertos en gran parte por bosque mediterráneo y regado por varios ríos, el parque de la Sierra de Hornachuelos es imprescindible si te gusta la naturaleza y el senderismo. Es muy recomendable pasar por el Centro de Visitantes "Huerta del Rey" para conocer el parque antes de adentrarte en él.



¿Dónde dormir? Área de Autocaravanas
Carretera San Calixto 5
14740 Hornachuelos



¿Dónde comer? Restaurante Bembézar €€
Café-bar Los Ángeles €
Casa Alejandro €



¿Qué hacer? Recorrer uno de sus seis senderos señalizados
Experimentar las tirolinas y puentes colgantes del parque
multiaventura Río Secreto
Realizar rutas a caballo o en burro

13



© Ayuntamiento de Minas de Riotinto

Etapa 8 : Río Tinto

Este enclave es único en el mundo, tanto por su belleza como por sus excepcionales condiciones ambientales e históricas. El nombre del río proviene de su color rojizo, que tiene su origen en la meteorización de minerales que contienen sulfuros de metales pesados. En fin, otra maravilla de la naturaleza que tienes que descubrir...



¿Dónde dormir?

Aparcamiento día y noche
Avenida Palos de la Frontera 50
21840 Niebla

Área de Autocaravanas
Avenida de la Zarcilla 98
21700 La Palma del Condado



¿Dónde comer?

Mesón La Alegría €
Restaurante Casa Ramos €
Restaurante Salón de la gamba €



¿Qué hacer?

Visitar el Parque Minero de Riotinto
Descubrir Corta Atalaya, la mina a cielo abierto más grande de Europa



© Bruno Durán

Etapa 9 : Parque nacional de Doñana

El Parque Nacional de Doñana está considerado como una de las zonas naturales protegidas más importantes de Europa y está ubicado entre Cádiz, Sevilla y Huelva. Por su importante flora y fauna, este parque ha sido declarado reserva de la Biosfera y Patrimonio Mundial de la UNESCO. En resumen, es un lugar imprescindible en Andalucía.



¿Dónde dormir? Camping La Aldea
Carretera de El Rocío, km. 25
21750 El Rocío
+34 959 442 677



¿Dónde comer? Mesón El Tamborilero €
Cervecería Los Juncos €
Alberto's restaurante €



¿Qué hacer? Paseo a caballo por Doñana y El Rocío
Sendero Laguna del Jaral
Recorrer la ruta Cerrado Garrido en 4x4

15



© Alamy Stock Photo

Etapa 10 : Parque Natural Sierra de Grazalema

La Sierra de Grazalema, un precioso parque natural situado entre las provincias de Cádiz y Málaga, es el lugar más lluvioso de la Península Ibérica. Eso le confieren singularidad a su clima y vegetación mediterránea. Sus bosques de pinsapos así como sus cuevas, embalses, ríos y vestigios arqueológicos te dejaran sin palabras.



¿Dónde dormir?

Parking Grazalema
Plaza España 1
11610 Grazalema

Camping Tajo Rodillo
Ctra. El Bosque - Grazalema,
km 47 1 1 6, 11610 Grazalema
(+34) 670 407 940



¿Dónde comer?

Mesón La Posadilla €
La Maroma Grazalema €€
Restaurante Cádiz El Chico €



¿Qué hacer?

Montar a caballo con vistas al embalse de Zahara-El Gastor
Senderos : La Garganta Verde y el Río Majaceite
Visitar el pueblo de Grazalema, corazón de la famosa
ruta de los Pueblos Blancos

16

Ruta gastronómica



Distancia de la ruta : 857 km
Coste combustible : +- 170€
Días recomendados : 14 días

© Istock - JurgaR



Este recorrido de 10 paradas te permitirá conocer la gastronomía andaluza. Vino, queso, jamón, anís, aceite de oliva, mantecado, chocolate,... ¡Prepara tus papilas gustativas para pasarlo en grande!

Etapa 1 : Bodega Quitapenas

Para empezar, te proponemos descubrir el arte de elaboración de los vinos de la bodega más antigua de Málaga, situada en la carretera de Guadalmar. Se trata de una visita guiada de la bodega seguida de una degustación de tapeo y picoteo.



¿Dónde dormir? Aparcamiento día y noche
Calle Guadalhorce 50
29004 Málaga



¿Dónde comer? Mesón El Cántaro €
Mesón el pollo del Tío Paco €



¿Qué hacer? Comer en la famosa bodega El Pimpi, donde es posible disfrutar de la gastronomía local y de sus vinos

17



© Clarín.com

Etapa 2 : Chocolates La Virgitana

A través de la visita a esta chocolatería situada en Berja, podrás descubrir los secretos de la producción de este chocolate 100% artesanal con ingredientes 100% naturales. También podrás visitar el obrador artesano y elaborar tu propia tableta de chocolate. ¿Quieres apuntarte?



¿Dónde dormir? Aparcamiento día y noche
Carretera de Adra 25
104760 Berja



¿Dónde comer? Casa Bar Cahete €
Restaurante Villavieja €€
El Gusto es Nuestro €€



¿Qué hacer? Visita guiada de Clisol, donde podrás descubrir las diferentes técnicas de cultivo de la huerta de Europa

18



© Cocina Con Paco

Etapa 3 : Jamones Vallejo

En Trevélez, municipio de más altura de toda España entre los que se dedican a la curación del jamón, se encuentran la tienda y el museo de los Jamones Vallejo. La alta calidad de sus jamones ha sido valorada por el Ministerio de Agricultura con el premio del mejor jamón de España 2018. Sin duda, una experiencia que merece la pena.



¿Dónde dormir?

Aparcamiento día y noche
Calle Pista Barrio Medio 4
18417 Trevélez

Camping Trevélez **
Ctra Trevélez-Orgiva, Km. 32,5
18417 Trevélez (Granada)
(+34) 958 85 87 35



¿Dónde comer?

Asador La Despensa De La Alpujarra €€
Restaurante Piedra Ventana €€
Restaurante La Fragua €€



¿Qué hacer?

Visitar Pampaneira, joya de Alpujarra
Descubrir la Bodega Cuatro Vientos

19



© Quesería Cortijo El Aserradero

Etapa 4 : Quesería Cortijo el Aserradero

Este queso producido en Alhama de Granada es uno de los más antiguos de Andalucía y también uno de los mejores, ya que han recibido varios premios nacionales e internacionales por sus quesos de cabra. La visita consiste en un recorrido por la finca para conocer sus cabras así como una degustación de sus quesos artesanales. Un planazo que no te puedes perder.



¿Dónde dormir? Área de AC gratuita
Carretera Granada Vieja 5
18120 Alhama de Granada



¿Dónde comer? Café Bar El Tigre €
Mesón De Diego €
Restaurante La Placeta €



¿Qué hacer? Ir a la Quesería Artesanal «Las RRR», ganadora de una medalla de «super oro» en los 'World Cheese Awards'

20



© Machaquito

Etapa 5 : Destilería Anís Machaquito

El Anís Machaquito ha sido reconocido como Mejor Espirituoso de España 2019 y es una de las numerosas razones por las que hay que visitar esta destilería. La visita será llevada de la mano de un guía que explicará todo el proceso de destilación del anís, así como de los diferentes licores que producen.



¿Dónde dormir? Camping La Isla
Poblado del Pantano s/n
14960 Rute (Cordoba)
+34 616 93 47 02



¿Dónde comer? Restaurante Venegas €€
Bar Restaurante Atalaya €
Restaurante Mesón El Charcón €



¿Qué hacer? Visitar la Casa Museo del Jamón
Pasear por la Presa de Iznájar

21



© Getty images

Etapa 6 : Molino y Museo del Aceite Juan Colín

Bienvenidos al Molino Juan Colín donde podrás conocer el cultivo del olivo desde el origen. Gracias a un recorrido por el Olivar, el Molino actual y el Museo, descubrirás la cultura de uno de los mejores Aceites de Oliva Vírgenes Extra del mundo en plena naturaleza en un entorno privilegiado.



¿Dónde dormir? Área de AC gratuita
Paseo de Cervantes 6
14550 Montilla, Córdoba



¿Dónde comer? Restaurante Don Quijote €€
Bar Carrasquilla €
La Cepa Montillana €€



¿Qué hacer? Visitar las Bodegas La Aurora
Visitar la Almazara Luque Ecológico

22



© Fuerte Group Hotels

Etapa 7 : Museo del Mantecado La Estepaña

En Estepa, en la provincia de Sevilla, se encuentra el Museo del Mantecado. Aquí podrás ver cómo se elaboran los mantecados y polvorones en La Estepaña desde hace generaciones, en una forma gráfica, didáctica y muy simpática. Durante la visita, también descubrirás la Ciudad del Chocolate, construida con 2.000 kg de chocolate puro.



¿Dónde dormir? Aparcamiento día y noche
Calle Almendra 1
41560 Estepa



¿Dónde comer? Restaurante Los Remedios €
Restaurante Homenaje €€
Bar El Hueso €



¿Qué hacer? Visitar Chocomundo, Museo del Chocolate en Estepa
Probar los Mantecados El Santo

23



© Hacienda Guzmán

Etapa 8 : Hacienda Guzmán

Hacienda Guzmán es más que un espacio para la producción de aceite de oliva, es un centro de referencia mundial para el oleoturismo. Su origen se remonta a hace más de cinco siglos, cuando el hijo de Cristóbal Colón exportaba el aceite de oliva producido en la hacienda a las Américas. Durante la visita, podrás descubrir el molino original del siglo XVII, la olivoteca, los tres patios, el museo de carruajes y el jardín andalusí. Es imprescindible reservar la visita a través de su página web o en el número de teléfono indicado en la página 27.



¿Dónde dormir? Área de AC gratuita
Calle Arroyo 14B
41520 El Viso del Alcor, Sevilla



¿Dónde comer? Casa Antonio Moreno €€
Restaurante Hermanos Morales €€
Cervecería La Viña €€



¿Qué hacer? Visitar el Casco Antiguo de Sevilla
Disfrutar de un espectáculo de flamenco en un tablao



© Bodegas Fundador SLU

Etapa 9 : Bodegas Fundador

Aquí podrás descubrir la bodega más antigua de Jerez, fundada en el año 1730. Además de su museo dedicado al brandy y al vino de Jerez y su restaurante dentro de la bodega, es muy recomendable visitar su centro enoturístico para descubrir los secretos que hay detrás del proceso artesanal de elaboración de los vinos. Es obligatorio reservar tu visita en su página web, teniendo en cuenta que cierran los domingos y los lunes.



¿Dónde dormir? Área de autocaravanas La Morada del Sur
Avenida Tío Pepe 33
11407 Jerez de la Frontera



¿Dónde comer? El Rincón del Tragabuche €
Mesón El Rancho €



¿Qué hacer? Visitar las Bodegas Real Tesoro y Valdespino
Visitar el centro Quesos El Bucarito



© Queso Payoyo S.L.

Etapa 10 : Queso Payoyo - Finca Las Hazuelas

En Grazalema está situada la finca de Payoyo Rural, un lugar privilegiado y con vista al valle del río Guadalete. El objeto de estas instalaciones es la divulgación y fomento de la cultura quesera y para ello tienen diseñadas varios tipos de visitas con taller de queso y catas de queso payoyo, dirigida por monitor y con objetivos didácticos. A lo largo de su trayectoria, Queso Payoyo S.L. ha obtenido 226 galardones.



¿Dónde dormir?

Parking día y noche
A-372, 3
11610 Grazalema

Camping Tajo Rodillo
Ctra. El Bosque - Grazalema,
km 47 1 1 6, 11610 Grazalema
(+34) 670 407 940



¿Dónde comer?

Mesón La Posadilla €
La Maroma Grazalema €€
Restaurante Cádiz El Chico €



¿Qué hacer?

Visitar el Parque Natural Sierra de Grazalema
Descubrir el pueblo de Grazalema, corazón de la famosa
ruta de los Pueblos Blancos

			
Etapa 1	Bodegas Quitapenas El Pimpi	ventas@quitapenas.es reservas@elpimpi.com	952 247 595 952 228 990
Etapa 2	Chocolates La Virgitana Clisol - Huerta de Europa	info@lavirgitana.com clisol@clisol.com	950 109 198 620 843 385
Etapa 3	Jamones Vallejo Bodega Cuatro Vientos	pedidos@jamonesvallejo.com bodegacuatrovientos@gmail.com	958 858 535 630 236 244
Etapa 4	Cortijo el Aserradero Quesería «Las RRR»	/ queserialasrrr@hotmail.com	649 498 647 958 404 198
Etapa 5	Anís Machaquito	turismoindustrial@machaquito.com	957 538 040
Etapa 6	Aceite Juan Colín Bodegas La Aurora Almazara Luque Ecológico	aceites@juancolin.com info@bodegaslaaurora.com luque@luque.bio	620 796 647 957 650 362 662 196 290
Etapa 7	Mantecado La Estepeña	info@laestepena.com	955 912 648
Etapa 8	Hacienda Guzmán	/	955 511 777
Etapa 9	Bodegas Fundador Bodegas Real Tesoro Quesos El Bucarito	f.info@bodegasfundador.site visitas@grupoestevez.com quesos@elbucarito.es	956 151 552 956 321 004 956 101 264
Etapa 10	Queso Payoyo	/	956 463 759

Ruta costera



Distancia de la ruta : 1115 km
Coste combustible: +-200€
Días recomendados: 16 días

© Playasde.net



Esta ruta de 12 etapas te llevará a descubrir las playas más bonitas de Andalucía... ¡Es hora de disfrutar de paraísos naturales con un sol que nunca falla!

Etapa 1 : Playa de la Rijana

Para empezar bien este viaje por carretera, rumbo a la costa granadina y sus playas llenas de naturaleza y belleza, que se caracterizan por la transparencia y tranquilidad de sus aguas.



¿Dónde dormir?

Parking con vistas al mar
N-340, 328
18614 Gualchos
Granada

Área Tropic Autocaravanas
Carretera Málaga
18740 Castell de Ferro
(+34) 675 216 464



¿Dónde comer?

Restaurante cafetería Taberna El Ancla €
Chiringuito El Farillo €€



¿Qué hacer?

Disfrutar del snorkel y del buceo
Visita del pueblo Castell de Ferro

28



© Stock Photo

Etapa 2 : Playa de Mónsul

La Playa de Mónsul es quizás el rincón más bonito del Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, declarado Reserva de la Biosfera y situado en Almería. Se trata de una bahía virgen con dunas de arena fina, formaciones rocosas de origen volcánico y aguas cristalinas. Se convirtió en escenario de muchas películas como Indiana Jones y la Última Cruzada (1989) y es sin duda una de las mejores playas de Andalucía.



¿Dónde dormir?

Cabo de Gata Camper Park
Paraje el Nazareno
AL-3108, Km 15.1
04117 Almería
+34 673 821 888

Camping Albergue Tau
Camino Cala Higuera
04118 San José
(+34) 950 380 166



¿Dónde comer?

La Mandragora €
Mirador del Faro €€
Restaurante Botavara San José €€



¿Qué hacer?

Kayak en San José con Happy Kayak
Buceo en San José con Alpha
Visita del pueblo Agua Amarga, joya mediterránea



© Costa del Sol S.L.U.

Etapa 3 : Playa de Maro

Situada en el Paraje Natural Acantilados de Maro-Cerro Gordo, la playa de Maro ofrece algunos de los paisajes más espectaculares de la región. Uno de los principales atractivos de este singular espacio protegido son, sin duda, sus espectaculares playas y calas, desde las que se puede disfrutar de sus cristalinos fondos marinos practicando esnórquel, buceo o kayak.



¿Dónde dormir? Camping Cortijo de San Miguel
N-340 km289 Cortijo San Miguel
29780 Málaga
(+34) 644 053 891



¿Dónde comer? Restaurante Cueva de Nerja €€
Puente Aguila Restaurant Snack Bar €
Restaurante la Puntilla €



¿Qué hacer? Ver la impresionante Cascada de Maro
Descubrir la Cueva de Nerja
Visitar Frigiliana, uno de los pueblos más bonitos de España



© Málaga Explorers

Etapa 4 : Playa de Pedregalejo

Pedregalejo es uno de los barrios más antiguos y populares de Málaga. De tradición pesquera, la Playa de Pedregalejo se ha convertido en el lugar de referencia para los amantes del pescaito frito y los típicos espetos de sardinas de la Costa del Sol. Con su animado paseo marítimo repleto de chiringuitos y sus tranquilas aguas, es imposible irse sin enamorarse de este rincón.



¿Dónde dormir? Aparcamiento con vistas al mar
Paseo Marítimo el Pedregal 104
29017 Málaga



¿Dónde comer? Los Cuñao €
Restaurante Rompeolas €
Restaurante El Merlo la Revuelo €



¿Qué hacer? Descubrir el centro histórico de Málaga Capital
Visitar la Alcazaba y el Castillo de Gibralfaro
Pasear por Muelle Uno



© buyingguidetospain

Etapa 5 : Playa de Cabopino

Esta playa de arena blanca y aguas transparentes es una de las más conocidas de la Costa del Sol. Está situada en Marbella junto a una zona natural protegida, Las Dunas de Artola, un paraje natural en pleno corazón de la Costa del Sol. Su belleza y los servicios que ofrece te harán pasar un día inolvidable.



¿Dónde dormir?

Aparcamiento día y noche
Calle de Las Golondrinas 8
29604 Marbella

Camping Cabopino
Ctra. N-340 km 194,7
29604 Marbella
(+34) 952 834 373



¿Dónde comer?

Chiringuito Triana Marbella €€
Chiringuito Las Dunas €€
Restaurante Simbad Beach €€



¿Qué hacer?

Ruta Sendero Dunas de Artola
Visitar Marbella y el Puerto Banús



© LADUNA Tarifa

Etapa 6 : Playa de Valdevaqueros

Valdevaqueros es una de esas playas que se quedarán grabadas en tu memoria. Con casi 5 km de longitud, tendrás la impresión de tener mar, desierto y montaña al mismo tiempo con vistas a África. Esta playa también es famosa por sus fuertes vientos, lo que la convierte en la mejor playa de Cádiz para practicar deportes acuáticos. Es por eso que una atmósfera bohemia y juvenil prevalece en esta playa. ¡No te la puedes perder!



¿Dónde dormir?

Parking con vistas al mar
Al lado de playa de Branquío
E-5
11380 Tarifa

Camping Valdevaqueros
N-340, Km 75.5
11380 Tarifa
+34 956 68 41 74



¿Dónde comer?

Tumbao €€
Chiringuito Tangana €€
Restaurante El Mirlo €€



¿Qué hacer?

Actividades náuticas: windsurf, kitesurf, surf y buceo
Visitar la impresionante Duna de Valdevaqueros



© Turismo Cádiz

Etapa 7 : Playa de Bolonia

Esta famosa playa gaditana de 4 kilómetros de longitud ha sido proclamada como segunda mejor playa de Europa en el ranking de European Best Destinations y no es de extrañar. Su arena fina, aguas cristalinas y su duna de 30 metros de altura constituyen un entorno de ensueño que no te puedes perder en Andalucía.



¿Dónde dormir?

Aparcamiento día y noche
El Lentiscal 26
11391 Playa de Bolonia

Área de servicio
El Lentiscal 5
11391 Tarifa



¿Dónde comer?

Restaurante Otero Bolonia €€
Restaurante Miramar Bolonia €€
Chiringuito la Duna €



¿Qué hacer?

Visita de las ruinas de la antigua ciudad romana Baelo Claudia
Baño en las piscinas naturales de Bolonia
Ver el atardecer en Playa de los Alemanes

34



© Turismo Cádiz

Etapa 8 : Playa del Palmar

La playa del Palmar es un pequeño paraíso que se encuentra en Vejer de la Frontera y es una de las pocas playas casi vírgenes que quedan por la costa de Cádiz. Además de ofrecer unas condiciones extraordinarias para los deportes acuáticos, este rincón también permite contemplar una de las mejores puestas de sol de la Costa de la Luz mientras disfrutas de música en directo en alguno de los chiringuitos al aire libre. ¡No te puedes perder esto!



¿Dónde dormir?

Aparcamiento día y noche
Camino de Guerrero 323
11159 Vejer de la Frontera

Camping Pinar San José
Lugar Pago Zahora 17
11159 Zahora
+34 956437030



¿Dónde comer?

El Dorado El Palmar €€
Chiringuito Gran Baba €€
Venta Molina €



¿Qué hacer?

Iniciarse en la práctica del surf
Acudir a la playa virgen Zahora
Ir al Mercado de Artesanías Nomada

35



© PlayadelaBarrosa.com

Etapa 9 : Playa de Sancti Petri

Situada en la zona de Chiclana de la Frontera, esta magnífica playa tiene 8 km de largo y cuenta con arena blanca y aguas turquesas. Además de ser una de las playas más bonitas de Cádiz, también es un lugar histórico que dispone de un islote donde se construyó el importante templo romano de Hércules que acabó transformándose en un castillo.



¿Dónde dormir?

Aparcamiento día y noche
Avenida de la Longuera 8
11130 Chiclana de la Frontera

Área de AC privada
Calle Pago del Humo 34
11130 Chiclana de la Frontera
+34684277032



¿Dónde comer?

Alalba Restaurante €
Chiringuito Bongo €
Asociación de Pescadores Caño Chanarro €



¿Qué hacer?

Visitar el Castillo de Sancti Petri en barco o en kayak
Descubrir Chiclana de la Frontera



© Víctor Gómez

Etapa 10 : Playa de Cuesta Maneli

Una de las playas de Andalucía más desconocidas y, al mismo tiempo, más bonitas de Andalucía es la de Cuesta Maneli. Se encuentra en el Parque Nacional de Doñana y solo es accesible por una sinuosa pasarela de madera que atraviesa el sistema de dunas y acantilados que lo protegen. Es perfecta para los amantes de las playas vírgenes.



¿Dónde dormir?

Parking día y noche
Calle Pintor Miguel Ballesta
21130 Palos de la Frontera

Camping Doñana
Ctra. San Juan del Puerto
Matalascañas Km 35.5
21130 Mazagón
(+34) 959 536 281



¿Dónde comer?

Restaurante Torre del Loro Mazagón €€
Restaurante El Choco €€
Chiringuito Las Tres Carabelas €€



¿Qué hacer?

Ver el Monumento Natural Acantilado del Asperillo, una de las formaciones costeras más singulares de España

37



© Skyscanner

Etapa 11 : Playa El Portil

Esta playa de 3600 metros de largo caracterizada por su tranquilidad y serenidad es una de las mejores playas de Huelva. Está rodeada por la Reserva Natural Laguna de El Portil, una reserva natural donde se pueden ver aves migrando de África a la Península Ibérica. Frente a esta costa, también hay que destacar la Flecha del Rompido, una extraordinaria formación arenosa que la protege de la fuerza del Océano Atlántico.



¿Dónde dormir?

Parking día y noche
Al lado del Alma Beach
Playa de la Bota
21100 Huelva

Camping Playa La Bota
Carretera Huelva - Punta Umbría
Desvío El Portil, salida 9
21100 Punta Umbría
+34 959 31 45 37



¿Dónde comer?

Restaurante Calamón €€
Mesón La Tablita €€
Marisquería Cervecería La Colita €



¿Qué hacer?

Excursión en barco a la Flecha del Rompido
Rutas de senderismo de la Laguna de El Portil

38



© Inigo.txg

Etapa 12 : Playa Islantilla

Situada a sólo 20 km de Portugal, esta hermosa playa de fina arena blanca combina a la perfección el desarrollo urbanístico con el respeto medioambiental. Esto sumado a los excelentes servicios que ofrece, la convierten en una de las mejores playas de Huelva. En fin, aquí vivirás un día de playa increíble con una puesta de sol inolvidable.



¿Dónde dormir?

Parking Playa de la Chancla
Solar Sector Litoral Isla Este, 165
21430 Isla Cristina

Camping Luz
Camino de las Colas
21410 Isla Cristina
+34 959 34 11 42



¿Dónde comer?

Restaurante Mirador de la Isla €
Restaurante El Mirador de Puerto Antilla €€
Casa Machaquito €€



¿Qué hacer?

Dar un paseo por el impresionante paseo marítimo
Tiroлина de Islantilla, la más larga a nivel urbano de Europa
Pasear por el Parque "El Camaleón"

39



vanbreak.com



+34 671 769 178

Síguenos en



[vanbreak.malaga](https://www.instagram.com/vanbreak.malaga)



[VanBreak](https://www.facebook.com/VanBreak)

Bibliografía

LIBROS Y FOLLETOS

Beltrán, L., Rodríguez, C. (Ed.). (2021). *Rutas en autocaravana por España*. Editorial Anaya.

Branchu, B. (2020). Slow travel, ou voyager en prenant son temps. *Revista Van Évasion* #4, 22-24. <http://fr.zone-secure.net/126820/1237266/#page=1>

Honoré, C. (2005). *Éloge de la lenteur*. Paris : Marabout.

CURSO

Escudero, C. (2019-2020). *Geografía Turística de Andalucía*. Tema 2. Universidad de Málaga

VIDEOS Y PODCAST

esRadio Málaga. (7 de abril de 2021). *Málaga Empresarial Van Break*. [Podcast]. https://www.ivoox.com/malaga-empresarial-7-04-2021-van-break-audios-mp3_rf_68300035_1.html

ARTÍCULOS PUBLICADOS EN REVISTAS CIENTÍFICAS

Dissart, J-C. (2020). Staycation et locatourisme. *Revue Espaces*, 353, 5-9. <https://www.tourisme-espaces.com/doc/10426.staycation-locatourisme.html>

Thomas, R. & Millar, M. (20 de mayo de 2013). The Effects of Material and Experiential Discretionary Purchases on Consumer Happiness: Moderators and Mediators. *The Journal of Psychology*, 147, 345-356. <https://doi.org/10.1080/00223980.2012.694378>

ARTÍCULOS PUBLICADOS EN PERIÓDICOS

Comunicae. (8 de junio de 2022). Más del 75% de los españoles hará turismo local este verano, según el último estudio de Allianz Partners. *ECD Confidencial Digital*. <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/comunicados/mas-75-espanoles-hara-turismo-local-verano-ultimo-estudio-allianz-partners/20220608114250408787.html>

Domínguez, C. (1 de agosto de 2022). 'Vanlife' o cómo unirse a la forma más viral de viajar este verano. ¡Hola!. <https://www.hola.com/estar-bien/galeria/20220801214500/vanlife-nueva-forma-viajar-vacaciones-cd/1/>

El Confidencial. (19 de junio de 2022). ¿Cuáles son las provincias de Andalucía? *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/espana/andalucia/2022-06-19/estas-son-las-ocho-provincias-de-andalucia_3444099/

El Motor. (14 de agosto de 2020). Las reservas de autocaravanas crecen un 200% este verano. *El País*. <https://motor.elpais.com/actualidad/reservas-de-autocaravanas-crecen-verano/>

Fernández, E. (19 de febrero de 2022). Caravaning, la moda vacacional que se ha consolidado. *Capital*. <https://capital.es/2022/02/19/caravaning-moda-vacacional-consolidado/>

LeVif Weekend. (2 de octubre de 2019). La vanlife, un mode de vie en liberté en plein essor, pour amoureux des grands espaces. *LeVif*. <https://weekend.levif.be/voyage/la-vanlife-un-mode-de-vie-en-liberte-en-plein-essor-pour-amoureux-des-grands-espaces/>

Lifona, D. (7 de septiembre de 2022). Volkswagen ID. Buzz: el eléctrico que soñaban los hippies y disfrutarán los millennials. *Expansión*. <https://www.expansion.com/empresas/motor/2022/09/07/63161fc4e5fdea4c578b45f7.html>

RTBF TENDANCE & AFP. (7 de octubre de 2020). "Flygskam", "Train brag" et "Staycation" : parlez-vous le "slow tourisme" ? *RTBF*. <https://www.rtb.be/article/flygskam-train-brag-et-staycation-parlez-vous-le-slow-tourisme-10602224>

RTBF TENDANCE & AFP. (21 de mayo de 2021). Les camping-cars électriques arrivent. *RTBF*. <https://www.rtb.be/article/les-camping-cars-electriques-arrivent-10764878>

Zilli, L. (5 de abril de 2017). Partir où le van nous mène. *So Soir*. <https://sosoir.lesoir.be/partir-ou-le-van-nous-mene>

PÁGINAS WEB

Agencia Universitaria DQ. (2022). ¿Qué es el Turismo Experiencial o Turismo de Emociones ? <https://cursosdeturismoonline.es/turismo/turismo-experiencial/>

Aurélien. (2016). *Alquiler de camper y autocaravana en Málaga*.

<https://www.vanbreak.com/es/>

Blanc, G. & Paragon, J. (21 de enero de 2020). *VANLIFE, et si on la lâchait tout ?* FORME LAB [Blog]. <https://formelab.com/article/vanlife>

Centro UNESCO Andalucía. (2016). *Patrimonio Mundial de Andalucía*.

<https://unescoandalucia.org/mapa-patrimonio-andalucia>

Economía simple. (27 de septiembre de 2016). *Definición de Ciclo de vida del producto*. <https://www.economiasimple.net/glosario/ciclo-de-vida-del-producto>

Exceltur. (2022). *PIB Turístico Español*. <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>

Fuerte Hoteles. (20 de enero de 2022). *Los 30 pueblos más bonitos de Andalucía*.

<https://blog.fuertehoteles.com/destinos/pueblos-mas-bonitos-de-andalucia/>

Gómara, J. (7 de enero de 2022). *Mercedes EQV Marco Polo, una furgoneta camper eléctrica con 363 kilómetros de autonomía*.

<https://www.hibridosyelectricos.com/articulo/mercado/mercedes-eqv-marco-polo-camper-electrica-premium/20220107122552053092.html>

Guillaume. (30 de junio de 2020). *Tourisme expérientiel : notre dossier complet*.

Little Guest. <https://www.littleguestcollection.com/fr/magazine/tourisme-expérientiel-notre-dossier-complet>

Instituto Nacional de Estadística. (7 de enero de 2022). *Cuenta Satélite del Turismo de España*. https://www.ine.es/prensa/cst_2020.pdf

Junta de Andalucía. (2018). *El agua y los ríos de Andalucía*.

https://www.bibliotecasdeandalucia.es/web/la-biblioteca-responde/preguntas-frecuentes/-/asset_publisher/h5CIUEDs6veO/content/que-rios-andaluces-compartimos-con-otras-comunidades-autonomas-maximized

Junta de Andalucía. (Marzo 2022). *Espacios protegidos*.

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/medio-ambiente/recursos/espacios-protegidos.html>

Junta de Andalucía. (2022). *Patrimonio cultural*.

<https://www.juntadeandalucia.es/temas/cultura-ocio/andalucia/patrimonio.html>

Morales, J. (1 de abril de 2022). *Tendencias en Turismo 2022, ¿recuperación del sector?* <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/tendencias-en-turismo-2022-recuperacion-del-sector/>

Organización Mundial del Turismo. (28 de enero de 2021). *2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales.* <https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales>

Parlamento de Andalucía. (2004). *Geografía de Andalucía.* <https://www.parlamentodeandalucia.es/opencms/export/portal-web-parlamento/elparlamento/historia/andaluciaayeryhoy.htm>

Pilar. (21 de junio de 2021). *Normativas y leyes para furgoneteros y autocaravanistas novatos.* [Blog]. <https://camperpian.com/normativas-y-leyes-a-tener-en-cuenta-si-viajas-en-furgoneta-o-autocaravana#Acampar-versus-Pernoctar>

Pin and Travel. (5 de febrero de 2022). *Staycation: ¿qué es y en qué consiste esta nueva tendencia de turismo?* <https://www.barcelo.com/pinandtravel/es/staycation-vacaciones-en-casa/>

Quintana, C. (24 de febrero de 2022). *Estrategia de diferenciación.* [Blog]. <https://www.oberlo.es/blog/estrategia-de-diferenciacion>

Racine, A. (12 de marzo de 2013). *Le tourisme expérientiel en région.* <https://veilletourisme.ca/2013/03/12/le-tourisme-experientiel-en-region/>

Rappensperger, T. (2022). *L'essor du tourisme expérientiel et ce que cela signifie pour l'industrie du loisir.* <https://pro.regiondo.com/fr/lessor-du-tourisme-experientiel-et-ce-que-cela-signifie-pour-lindustrie-du-loisir/>

Rouxel, P. (2019). *Vanlife, ou « vie en van aménagé » : Définition, Conseils et Faq !* The Road Trippers [Blog]. <https://theroadtrippers.fr/vanlife-vie-en-van/>

Rouxel, P. (2019). *Camping-car ou Van aménagé: Comment faire le bon choix ?* The Road Trippers [Blog]. <https://theroadtrippers.fr/camping-car-ou-van-amenage/>

Sebastiao, M. (24 de marzo de 2020). *Le tourisme expérientiel ou l'envie de voyager autrement.* <https://www.doublesens.fr/blog/post/250-mag-le-tourisme-experientiel-ou-lenvie-de-voyager-autrement>

SNCB International. (2020). *Le 'slow travel', une autre manière de voyager* [Blog]. <https://www.b-europe.com/FR/Blog/Slow-Travel>

Statista. (2022). *Porcentaje del PIB aportado por el sector turístico en España de 2010 a 2021*. <https://es.statista.com/estadisticas/1082929/sector-turistico-porcentaje-del-pib-aportado-espana/>

Van-Away. (19 de noviembre de 2018). *Van, fourgon aménagé ou camping-car : comment choisir?* <https://www.van-away.com/actualites/van-fourgon-camping-car>

Vie Publique. (31 de mayo de 2019). *Le surtourisme : quel impact sur les villes et sur l'environnement?* <https://www.vie-publique.fr/eclairage/24088-le-surtourisme-quel-impact-sur-les-villes-et-sur-lenvironnement>

Web Oficial de Turismo de Andalucía. (2019). *Arte, cultura y tradiciones*. <https://www.andalucia.org/es/conoce-andalucia/arte-cultura-y-tradiciones>

Web Oficial de Turismo de Andalucía. (2019). *Así es Andalucía*. <https://www.andalucia.org/es/conoce-andalucia>

Web Oficial de Turismo de Andalucía. (2019). *Gastronomía*. <https://www.andalucia.org/es/gastronomia>

Web Oficial de Turismo de Andalucía. (2019). *Naturaleza, Clima y Paisajes*. <https://www.andalucia.org/es/conoce-andalucia/naturaleza-clima-y-paisajes>

Web Oficial de Turismo de Andalucía. (2019). *Sabores y Olores de Andalucía*. <https://www.andalucia.org/es/gastronomia/sabores-de-andalucia>

Web Oficial de Turismo de Andalucía. (2019). *Situación geográfica*. <https://www.andalucia.org/es/conoce-andalucia/situacion-geografica>

Wikipedia. (7 de septiembre de 2022). *Andalucía*. <https://es.wikipedia.org/wiki/Andaluc%C3%ADa>



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

| uma.es

FACULTAD DE TURISMO

Facultad de Turismo
Calle León Tolstoi, 4
Campus de Teatinos
29010 – Málaga