











































Me gusta hablar sobre el sector con personas fuera de él	4,55	4,50
Realmente siento como si los problemas del sector turístico fueran míos	2,92	4,30
Creo que podría estar tan apegado a otro sector como a este	3,33	4,80
En este momento, estar en el sector turístico es más una necesidad que un deseo	4,25	2,40
Una de las principales razones por las que sigo trabajando en este sector es que dejarlo supondría un sacrificio personal	2,75	2,00
Siento que tengo muy pocas opciones para considerar abandonar este sector	2,58	1,88
Una de las pocas consecuencias negativas de abandonar este sector sería la escasez de alternativas disponibles	2,50	2,38
Sería muy difícil para mí abandonar el sector turístico en este momento, incluso si quisiera	2,08	1,75
Demasiada parte de mi vida se vería afectada si decidiera que quería abandonar el sector ahora	2,58	1,75
No sería demasiado costoso para mí abandonar el sector en el futuro cercano	4,00	3,88
No tengo miedo de lo que podría suceder si dejo el sector turístico	4,42	5,75

*Fuente: Elaboración propia*

#### 4. Conclusiones

Las conclusiones y datos principales del estudio se exponen a continuación:

- La mitad de las empresas de la muestra han desarrollado un producto turístico propio.
- El 62,5% de las queserías vende el 100% de su producción a través de los canales cortos de comercialización.
- Sólo el 8,3% de las queserías vende el 2% de su producción en el ámbito internacional.
- Sólo en el 4,2% de las empresas alcanza el 15% de sus ingresos procedentes del turismo.
- El 50% de las queserías turísticas recibe anualmente un volumen de turistas igual o inferior a 200. Sólo el 10% recibe 1500 turistas anualmente.
- El 57% de las empresas queseras tiene intención de mejorar o expandir sus actividades turísticas.
- La mayoría están de acuerdo en que, aunque el turismo no es su actividad principal, cobra cada vez una mayor importancia
- El 61% de las queserías afirma que la falta de habilidades lingüísticas y de recursos económicos son los principales obstáculos para poder formar parte de este sector.

La mitad de las queserías ya está inmersa en el desarrollo del producto turístico. Sin embargo, esta presencia es aún pequeña y difusa, representando el turismo un porcentaje menor de su facturación.

- Las empresas, dadas sus características (pequeño tamaño, limitaciones presupuestarias y de capacidades, infraestructuras y servicios no adecuados, formación, etc.), presentan importantes limitaciones para su diversificación hacia el sector turístico.
- Las empresas que han desarrollado producto turístico, las que presentan un perfil más innovador, abierto y diversificado.
- Las limitaciones en cuanto a capacidades comerciales y de marketing, la transformación digital, y el desarrollo de experiencias y generación de productos, se presentan como grandes barreras iniciales a superar, existiendo una adecuada actitud y predisposición por parte de las empresas.

**Agradecimientos:**

Este trabajo ha sido financiado por el proyecto *Diagnóstico de la situación actual de las empresas queseras en el sector turístico*.

