Foro económico de Galicia

Turismo Rural: diagnose e propostas

Documento 24 / 2018

Miguel Rodríguez e Elisa Alén (coords.)

Andrade, M.J Maestro, J.L., Santos, X. M.;
Pardellas, X., Pardal, C. e Seara, A..

www.foroeconomicodegalicia.es

Turismo Rural: diagnose e propostas

Coordinadores:

Miguel Rodríguez
Profesor de Economía Aplicada da Universidade de Vigo

Elisa Alén
Profesora de Organización de Empresas e Marketing da Universidade de Vigo

ÍNDICE

Resumo executivo

1. Introdución

2. Diagnose

3. Propostas

4. Referencias

RESUMO EXECUTIVO

O turismo rural en Galicia tivo moitos efectos positivos aínda que naceu tamén con certos problemas. De tal xeito que algúns se foron resolvendo co tempo mentres outros foron agraváronse. Dá a impresión que nos últimos anos houbo un menor pulo desta tipoloxía baixo a crenza que xa hai aloxamentos abondo e que ao seu carón foron multiplicándose as empresas de servizos. Ao amparo de foros como este cómpre seguir evidenciando que o turismo rural continúa a ser unha oportunidade pero que aínda hai demasiadas eivas que impiden o seu correcto desenvolvemento. Xa que logo, é preciso facer unha diagnose da situación actual, definir os principais retos e estratexias a implementar e priorizar.

Entre as valoracións que se fan sobre o sector compre destacar, entre outros, o marco legal restritivo da primeira lexislación, a baixa ocupación, a pouca rendibilidade económica e a falta de produción de produtos turísticos rurais integrados que combatan adecuadamente a estacionalidade, fixen poboación e dinamicen as economías rurais.

Posteriomente, as axudas públicas supuxeron un pulo para a revitalización das áreas rurais mediante a restauración e apertura de establecementos de aloxamento en edificacións rústicas, e que chegaron mesmo a saturar a oferta en destinos que non contaban con demanda suficiente. Atopámonos na actualidade nunha fase selectiva na que só pasarán a consolidarse aqueles que teñan unha idea de negocio propiamente dita e saiban comunicala. Por elo, identifícanse dúas posibles opcións para seguir adiante, aínda que con resultados esperados moi diferentes: (i) competir en prezo ou (ii) ofertar un produto integral e serio.

O turismo rural galego tamén precisa do pulo do receptivo como elemento desestacionalizador, desenvolvendo experiencias turísticas centradas na valorización dos nosos recursos naturais, patrimoniais, culturais, gastronómicos ou termais, e creando produtos e paquetes turísticos para as catro estacións do ano aproveitando os nosos recursos diferenciadores. Neste senso, sería interesante un proxecto institucional que os coordinase en torno a itinerarios temáticos, así como a creación de Centros de Interpretación da cultura rural, cos seus matices de diversidade ao longo da xeografía galega. Cremos, xa que logo, que habería que ir cara a unha especialización de tipo comarcal. A existencia dos xeodestinos é unha oportunidade para esa segmentación territorial. Esta proposta é absolutamente contraria á politica de dispersión dos aloxamentos rurais por todos os concellos.

Do sinalado no parágrafo anterior poderíamos deducir que o máis fácil sería ir cara a unha especialización dos establecementos. Esta especialización precisa de oferta complementaria o que representa oportunidades de creación de ofertas de turismo activo, tanto por eles mesmos, como por outras empresas locais, dando lugar a novos empregos. Simultáneamente, deberíase poñer

en valor aqueles negocios que traballan de maneira máis profesionalizada: cursos de formación aos empresarios para mellorar o seu coñecemento sobre a contorna divulgación de sistemas de xestión adaptados á realidade e ás tendencias de consumo actuais novos modelos, como o agroturismo, a oferta gastronómica ou a reconversión de negocios. Asi como a creación dunha marca propia de turismo rural.

A conclusión principal é que non se pode ver de xeito illado o turismo rural. Ten que ser inserido de novo nas políticas de desenvolvemento rural. No nivel máis particular é preciso asumir unha reordenación do turismo rural que inclúa unha especialización territorial e outra temática e que estea en consonancia coa propia base produtiva de cada comarca. Os xeodestinos, cunha axeitada mudanza, poderían servir para enfrontar estes desafíos. Por último tamén é necesario ter unha visión global do sector turístico de tal xeito que as distintas tipoloxías e as comarcas non se fagan competencia entre elas, senón todo o contrario, que cren sinerxias. Inclúese a mellora da clasificación existente das casas basicamente porque é confusa e selectiva.

1. Introdución

O estudo do mundo rural conduce á afirmación de que este medio está sufrindo unha forte crise que presenta, de modo esquemático, unha tripla perspectiva (García Docampo, 2003): demográfica (perda de peso demográfico); económica (perda de peso produtivo); e cultural (imposición dos valores das sociedades urbanas). Deste xeito, nas últimas décadas atopámonos ante un crecente interese polo futuro dos espazos rurais, sometidos a profundos cambios e que están recibindo diferentes iniciativas que tratan de paliar os efectos derivados da súa desarticulación territorial e socioeconómica. O contexto global presiona, polo tanto, para instaurar novos modos de aproveitamento do espazo rural (González Fernández, 1999). Este enfoque da nova ruralidade deu conta da necesidade de recoñecer a multifuncionalidade dos ámbitos rurais e as súas oportunidades para o desenvolvemento desde as diferentes dimensións que se interrelacionan de forma transversal no territorio (Calatrava Requena, 1999): a ambiental, económica, cultural, política, institucional e social, entre outras.

As diferentes dimensións enumeradas anteriormente deben integrarse nas dinámicas dos novos procesos produtivos, entre os que atoparemos actividades lucrativas vinculadas con usos non produtivos do chan agrícola como o turismo (González Fernández, 2002). O turismo rural podería definirse, sinxelamente e sen penetrar nas múltiples definicións, como aquel tipo de turismo que se practica no medio rural. Nesta orde de ideas, viuse o turismo rural como unha actividade que presenta atraentes potencialidades para o desenvolvemento rural. O cal persegue obxectivos económicos, sociais e medioambientais que, na actualidade, parece que non poden ser alcanzados unicamente por medio da actividade agraria, sendo necesaria a ampliación da actividade económica nestes espazos (Ivars Baidal, 1997).

Os factores que contribúen a explicar esta nova contorna son de diversa índole: os cambios da demanda turística, o novo contexto económico e a crecente sensibilización política e social cara aos valores que atesoura o mundo rural (González Fernández, 2002). Neste contexto, o Plan Integral de Turismo Rural para España (Turespaña, 2014) establece como obxectivos básicos: (i) xerar riqueza e dinamizar áreas xeográficas con menor fluxo turístico ou económico, (ii) distribuír os fluxos de demanda ao longo de todo o ano ao realizárense as viaxes fundamentalmente en fins de semana ou en pequenas estadías para o turismo internacional, (iii) diversificar as actividades económicas de determinadas zonas e preservar as tradicións do territorio sobre o que se fundamentan, (iv) adaptar a oferta turística ás esixencias da actual contorna turística internacional que demanda produtos turísticos con novas experiencias .

Eses obxectivos coinciden tamén, de forma xenérica, coas accións que xa apoiaba na década dos noventa o programa europeo Leader (xestión do territorio sobre a base da colaboración entre a administración e os axentes sociais e económicos locais) e máis tarde o FEADER no marco financeiro 2007-2013, con tres

eixos temáticos de actuación: aumento da competitividade na agricultura, protección do ambiente e a paisaxe rural e mellora da calidade de vida nas áreas rurais coa diversificación das actividades económicas (Plaza, 2006). En definitiva, as múltiples iniciativas neste sector responden ás políticas de diversificación da oferta turística galega, sendo utilizado como elemento dinamizador da economía rural, afectada por procesos de reconversión agraria (Besteiro Rodríguez, 2006).

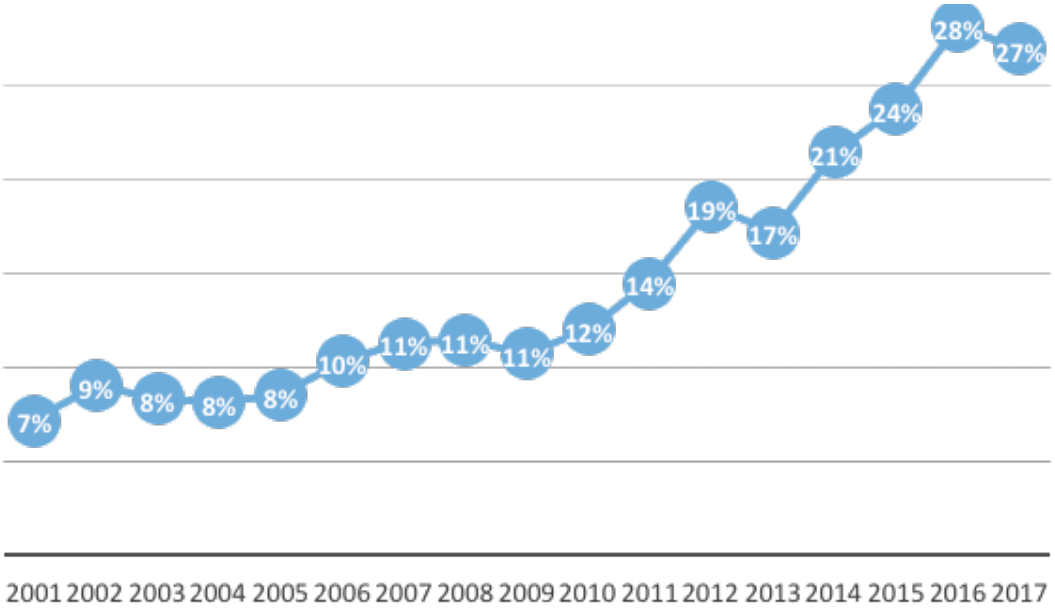
Con todo, os enunciados conceptuais máis recentes (Reis, 2012; Pereiro, 2013; Nunes Viveiros, 2017) aínda recollendo definicións clásicas do turista rural como un segmento interesado pola arquitectura tradicional, a cultura, a gastronomía, as festas e máis a artesanía local, establecen un matiz moi importante. A crecente necesidade de involucrar á poboación residente no conxunto das actividades relacionadas co turismo, como ineludible requisito para contribuíren ó desenvolvemento local. Un concepto afín, moi usado polos investigadores portugueses, é o de "animación sociocultural", como proceso para conseguir a participación activa de grupos de persoas en proxectos culturais, orientados a incrementar as relacións sociais no ámbito local. Seguindo este enfoque, a animación sociocultural sería o instrumento básico para ligar o turismo rural coa poboación residente (Almeida, 2017).

Se botamos unha ollada ó desenvolvemento do turismo rural en Galicia dende o comezo dos anos noventa, podemos afirmar que o turismo no espazo rural (TER) semellaba converterse nunha boa oportunidade para o desenvolvemento de territorios de interior e con baixa densidade de poboación. Pois eran quen de xerar dinámicas de crecemento, ó abeiro dos cambios na evolución das motivacións dos turistas, nos que aumentaba o interese pola natureza, o rexeitamento da masificación nos destinos de praia e máis o valor das culturas locais (Pardellas, 2008).

Como resultado, o turismo rural en Galicia ten experimentado un crecemento moi importante na súa oferta nas últimas décadas. Segundo os datos do INE para o ano 2016, Galicia tiña 496 aloxamentos rurais (3.1% de España) e 6.259 prazas estimadas (4.2% de España). Isto coloca a nosa comunidade autónoma como a número 11ª en termos de establecementos e a 9ª no relativo a prazas. Esta posición tan discreta acompáñase dun lixeiro devalo nos últimos anos, de tal xeito que entre os anos 2011 e 2012 acádanse as cifras máis altas, con algo máis de 570 casas e case 7.200 prazas. Dende o punto de vista da demanda, tamén se observan cambios nos últimos 15 anos. Pasouse das algo máis de 225 mil pernoitas de 2001 ás 300 mil de 2016, cun pico máximo no ano santo de 2010 cando case se acadan as 400 mil.

Se ben as cifras foron irregulares ó longo deste período, moi afectadas pola crise económica, observa-se na Gráfica 1 unha crecente participación do mercado internacional: de apenas o 8% ao principio do século XXI, foi avanzando até achegarse ó 25% no ano 2016. O grao de ocupación das casas foi tamén mudando, dende case o 20% a finais da anterior centuria a pouco máis do 10% nos anos posteriores ó Xacobeo 2010, se ben foise achegando de novo ó 20% no último ano.

Gráfico 1: Porcentaxe de estranxeiros en relación ao total de visitantes



Fonte: Elaboración propia a partir da Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural do INE

En resumo, podemos dicir que o turismo rural en Galicia ten coñecido importantes oscilacións nas dúas últimas décadas. Cómpre destacar que os niveis de ocupación nunca foron moi elevados o que permite afirmar que a rendibilidade empresarial baséase na complementariedade de rendas e no traballo familiar, nomeadamente da muller. Os mellores graos de ocupación dos últimos anos débense probablemente a unha conxuntura económica algo máis favorable pero tamén a unha diminución da oferta. Salientamos igualmente un certo retardo na crise do 2008 debido ó impacto do Xacobeo 2010 que fixo que, polo menos diante das estatísticas, os peores anos fosen 2012 e 2013. Xa que logo, nos últimos tres anos asistimos a unha recuperación das cifras do turismo, incluído o turismo rural (ocupación, número de turistas, estancia media, etc.), pero esta situación non debe ocultar a necesidade de levar a cabo reformas no sector.

En todo caso, e mais aló do propio comportamento do mercado, a dinámica do turismo rural galego semella moi marcada polas políticas públicas, que apostaron máis pola cantidade que pola calidade, confiando nas bondades da actividade turística como solución para moitos dos problemas do mundo rural, sen ningún dato nin estudio que o demostrase. A consecuencia hoxe desa visión institucional é un sector con trazos irregulares e rumbo incerto, falto dun planeamento estratéxico, vinculando axeitadamente a interrelación entre recursos e ofertas coas características da demanda, e mais a necesaria coordinación entre os axentes sociais e económicos en cada espazo local (Sparrer, 2007).

2. Diagnose

O turismo rural medrou inicialmente pola necesidade de buscar actividades alternativas para a poboación residente no medio rural. Apoiada por fortes investimentos, Galicia estaba experimentando unha transformación da súa economía onde o peso do sector primario dos 80 era insostible no marco de España e do continente europeo. O turismo rural é por tanto un instrumento da reconversión do rural que en Galicia ten especial intensidade polo peso e vinculación da poboación co medio rural.

Por unha banda, o turismo rural ten un efecto moi positivo ao imprimir valor á cultura do rural e á recuperación do patrimonio arquitectónico, efecto que non tivo o impacto suficiente para atallar o fenómeno do feismo, pero corrixiu certamente unha tendencia desculturizadora. Por outra banda, os turistas e as empresas turísticas sempre están ávidas por atopar novas propostas, de tal xeito que o fenómeno turístico non deixa de medrar e semella que o seguirá facendo acadando cifras descoñecidas.

Nesta sección analizaremos os elementos mais relevantes para facer unha diagnose da situación actual do turismo rural en Galicia, destacando aqueles elementos mais salientables que deberían permitirnos facer as propostas que consideramos necesarias para que o turismo rural poida desenvolver todo o seu potencial para favorecer o crecemento socioeconómico do rural galego.

As motivacións para iniciar un negocio de turismo rural son singularmente diversas para cada lugar (Saez Cala, 2008) pois dependen de informacións fixas como as axudas públicas, ou variables como as oportunidades de combinar o mantemento dun estilo de vida con ingresos adicionais. Sen embargo, noutros casos os propietarios carecen de motivacións estritamente económicas, sendo as principais de tipo ideolóxico ou cultural, orientando a súa oferta ao turismo activo.

Non debe sorprendernos polo tanto que un estudio realizado para a provincia da Coruña mostre que moi poucos empresarios de turismo rural teñen unha formación adecuada para esta profesión e apenas coñecen aspectos básicos do funcionamento do sector (Sparrer, 2007). Recentemente, o Observatorio de Turismo Rural (2017) volveu a destacar no seu informe anual a falta de profesionalización do sector, resaltando aspectos como os baixos coñecementos existentes sobre internet e idiomas. Pero sen lugar a dúbidas o dato más preocupante é que os propietarios ou xestores adican menos de 3 horas diarias ao seu negocio. Ademais o 18% dos propietarios que contestaron ao cuestionario preferiron non contestar a esta pregunta o non saben canto tempo adican ao seu negocio. Este aspecto tamén é sintomático dun sector onde aínda nos atopamos máis propietarios que empresarios. En consecuencia, non se esforzan en ofrecer actividades complementarias aos turistas, limitándose a un aloxamento de temporada.

A investigación desenvolta por Sparrer (2007) descúbrenos tamén que, aínda que o Camiño de Santiago é un factor de atracción importante para a demanda, non é menos certo que para máis da metade dos entrevistados a casa de turismo rural só ten unha función de "dormitorio", pa-

sando menos de tres horas nela, fora do tempo de durmir. Para máis dun 70%, a actividade fundamental son as excursións (decididas e organizadas sen ningún apoio do propietario da casa) e esa mesma porcentaxe nin come, nin cea na casa (que por outra parte, tampouco entran na súa oferta). Para as preguntas combinadas sobre os factores de elección do turismo rural e o grao de satisfacción, os resultados son por esa orde, a tranquilidade, a natureza e o trato familiar dos propietarios. Os aspectos negativos máis comentados son os problemas de accesibilidade, os equipamentos e a falta de información sobre o patrimonio en xeral. Este feito pode ser o resultado de que moitos empresarios non valoran o patrimonio da súa contorna, e en consecuencia non se preocupan por coñecer a historia, a etnografía ou os lugares de relevancia natural, polo que non poden dar unha información sobre eles.

Noutros casos, a demanda de turismo rural fai que algúns urbanitas compren casas para unha oferta turística con características que non se corresponden coa autenticidade rural, nin tampouco teñan relación cos residentes, o que pode dar lugar a "ghettos" de luxo. Igualmente, os enquisados por Sparrer (2007) destacan a sensación de considerárense intrusos na vida da poboación local, o que semella mostrar que esta actividade turística non está asumida nin aceptada polos residentes.

Entroncando coa ultima dás afirmacións extraídas do traballo de Sparrer (2007), paga a pena analizar o imaxinario social non que se basea o turismo non espazo rural. Como consecuencia do rescate dos valores rurais, o rural pasa a ser así obxecto de consumo e se fragua na imaxinación dos consumidores turísticos a creación dun ambiente idílico nestes espazos-destinos. Este redescubrimento e reconversión do espazo rural vén acompañado, entre outros aspectos, da revalorización de aspectos tales como a autenticidade, a identidade cultural dos lugares, a revalorización das raíces e unha concienciación medioambiental das sociedades urbanas (Cánoves, Herrera & Villarino, 2005). Esta representación do espazo-destino rural constrúese, por unha banda, coa concorrencia de estereotipos con moito de "carga" histórica-cultural, coa exaltación da natureza que reproducen as súas imaxes e, doutra banda, coa intervención de intencións claramente finalistas de fondo político-económico (Barrado & Castiñeira, 1998).

Como consecuencia, a percepción a priori do turismo rural en Galicia móstrase moi influenciada pola variable "idealización do medio rural". Considérase o turismo no medio rural como unha representación "avantaxada" da esencia da natureza e, por iso, o seu consumo implica unha "volta ás orixes", un "reencontro co auténtico". Destacase así unha imaxe de independencia, natureza, saúde, tranquilidade e conservación do patrimonio cultural enfrontada case dicotómicamente aos problemas que a vida urbana carrexa. Neste sentido, para gran parte dos habitantes das cidades, a publicidade turística converteuse nunha das principais fontes de información e glorificación do campo, o que obviamente ofrece un importante sesgo na construción dunha imaxe idílica que non se corresponde coa situación real (Barrado & Castiñeira, 1998: 38).

Pódese afirmar que a imaxe do mundo rural para o turista urbano é aínda moi pexorativa e os residentes non sempre se

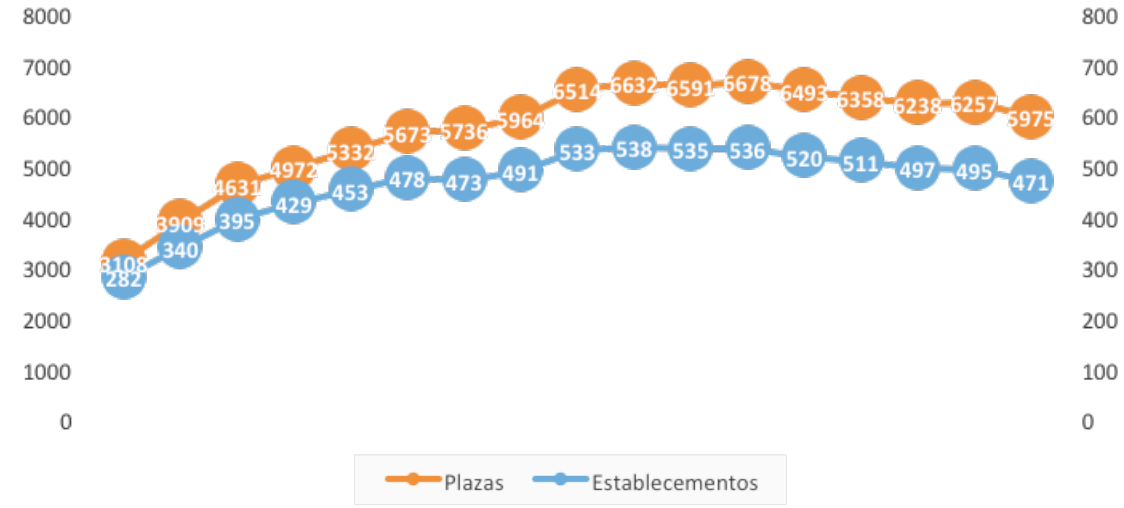
senten cómodos cos turistas, polo que ámbolos dous se consideran alleos. No mundo rural aínda persiste un sentimento de inferioridade cultural, polo que en moitos casos a tendencia nas ofertas de turismo é achegarse á cultura superior, baixo o risco de deformar ou perder as tradicións. Tamén acontece o caso contrario: pensando que a atracción para o turista é todo o que consideran enxebre (muros internos de pedra, mobles antigos de madeira, vigas ao aire, trebellos agrícolas e de cociña colgados nas paredes) poden ofertar casas sobrecargadas, que tampouco son auténticas.

Baixo estas reflexións, evidenciase que a participación dos diversos actores no desenvolvemento do turismo rural é de suma importancia pois a coordinación, empatía e disposición existente pode contribuír a desenvolver o turismo de forma integrada. Dita satisfacción será posible se a comunidade receptora mostra o seu apoio e ten unha actitude favorable, xa que unha comunidade residente desgustada, apática ou desconfiada acabará por transmitir estes sentimentos aos turistas (Royo Vea e Ruíz Molina, 2009).

No entanto, o desenvolvemento do turismo rural levouse a cabo xeralmente como un proceso espontáneo, non planificado, desde estratexias consensuadas e compartidas entre axentes, incentivado e fomentado polos equipos técnicos que traballan en desenvolvemento rural e polas políticas públicas finalistas de subvención á creación de oferta. Un bo exemplo é que apesares da existencia de normas moi estritas de rehabilitación, non é raro atopar agregados ás casas ou alpendres veciños incompatibles coa arquitectura tradicional. En ocasións, cunha planificación escasa e case nula participación dos seus pretendidos beneficiarios, noutras con moi boas intencións e sen experiencia, e, nas menos, con estudos, experiencia e garantías de éxito, se insta ás poboacións a manter os seus estilos de vida "tradicionais", a súa "identidade" e o seu espírito "auténtico", para obter o beneplácito dunha clientela supostamente ávida polo contacto con outras culturas e modos de vida (Santana, 2002).

Despois dun crecemento case ininterrompido das casas de turismo rural nas dúas ultimas décadas, desde 2010 ata hoxe observamos unha redución próxima ao 12% como mostra a Gráfica 2 (situación que non ten acontencido nas casas rurais vinculadas ó Camiño de Santiago), o que semella indicar unha escasa viabilidade económica de moitas empresas. O certo é que a localización das casas de turismo rural non segue ningunha estratexia de itinerarios temáticos, o que dificulta as sinerxías no uso dos recursos e a complementariedade con outras actividades, dificultade acentuada pola falta dunha cultura de cooperación horizontal entre empresas. Ademais, tódolos datos apuntan a unha falta xeneralizada de interrelación entre as casas de turismo rural e o resto das actividades económicas locais, o que implica a súa irrelevancia como factor de desenvolvemento local; o feito de que unha maioría de turistas só usan as casas de turismo rural para durmir reducen o seu pretendido gasto local. De tal xeito que o éxito empresarial dalgunhas casas de turismo rural e a falta de interrelación coa economía local incrementa as desigualdades internas de renda, dando lugar a un rexeitamento maior dos turistas por parte dos residentes.

Gráfico 2: Evolución no número de establecementos e prazas ofertadas



Fonte: Elaboración propia a partir da Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural do INE

En síntese, tal e como sinala Pereiro (2015), o turismo rural é un produto con posibilidades de desenvolvemento, aínda que son moitas as accións que é preciso levar a cabo para corrixir os déficits estruturais que condicionan o futuro desta actividade. Teñen sido numerosas as críticas realizadas ás políticas de desenvolvemento do turismo rural en Galicia (Pardellas, 1996; Valcárcel Ribeiro e Santos Solla, 1999; Prado Conde e Pereiro, 2012; Pereiro, 2012), pero unha constante nestas valoracións negativas sinala, entre outros, o marco legal restritivo da primeira lexislación, a baixa ocupación, a pouca rendibilidade económica e a falta de produción de produtos turísticos rurais integrados que combatan realmente a estacionalidade, fixen poboación e dinamicen as economías rurais.

As anteriores conclusións son probablemente resultado de que unha parte importante das proposta no turismo rural non deixaban de ofrecer simplemente unha estancia, a poder ser con oferta de restauración, no medio rural. A oferta de poder participar nas actividade agrícolas, que deu sentido nun principio a este tipo de iniciativas, non deixou de ser meramente testemuñal, non aparecendo practicamente nunca como un atractivo que funcionase como elemento tractor. Neste sentido podemos atopar un proceso similar no turismo mariñeiro.

Outro elemento que precisa atención é o sistema de subvencións que trasladou á cidadanía a idea de que a administración "facilitaba" os cartos para restaurar calquera casa que estivera situada no rural, case con independencia do seu uso. Pos-

teriormente, a picaresca e a esaxeración fixeron que se percibira dun modo negativo. O resultado foi que o sector inclúe diferentes tipos de empresarios turísticos. Un grupo profesionalizado e activo que inclúe casos de éxito notorio. Outro grupo menos activo pero con intención de adicarse de maneira profesional e que precisa formación. E un último grupo formado por aqueles que desfrutaron de axudas públicas e manteñen a actividade para xustificar o período de apertura legal; grupo no que tamén se inclúe aqueles que ofertan aloxamento rural como unha actividade complementaria a outra principal e que non teñen intención de levar a cabo unha profesionalización no turismo rural.

Como xa anunciábamos na introdución a este documento, nos últimos tres anos asistimos a unha recuperación das cifras do turismo incluído o turismo rural (ocupación, número de turistas, estancia media, etc.), pero esta situación non debe ocultar a necesidade de levar a cabo reformas no sector. Estamos a vivir un momento de criba no turismo rural. Despois do pulo que supuxeron as axudas públicas para a revitalización das áreas rurais mediante a restauración e apertura de establecementos de aloxamento en edificacións rústicas (e que chegaron a saturar a oferta en destinos que non contaban con demanda suficiente) atopámonos nunha fase selectiva na que só pasarán a consolidarse aqueles que teñan unha idea de negocio propiamente dita e saiban comunicala. Vencido o prazo de apertura mínimo que establecían as bases das subvencións para o fomento do turismo rural, desaparecen aqueles establecementos nos que o único interese era conseguir os fondos necesarios para arranxar unha casa herdada que, pasados entre dez ou quince anos, será dedicada á vivenda privada. O resto de establecementos que quedan no mercado teñen dúas opcións para seguir adiante: (i) competir en prezo ou (ii) ofertar un produto integral e serio.

Competir en prezo é posible se o destino turístico ten capacidade de atraer a un perfil acorde a esta estratexia empresarial. Son aqueles negocios que entenden que a súa actividade consiste simplemente en ofertar unha cama nun entorno rural. Neste caso a calidade do que entendemos por "turismo rural" verase minorada. Cando falamos deste concepto tendemos a identificalo cun ambiente acolledor, no que se coida moito a decoración e as calidades, no que está presente a artesanía do lugar, no que somos capaces de amosar un xeito de vida, no que xestores e clientes son quen de interactuar, no que se amosa unha cultura diferencial baseada en actividades e nunha coidada gastronomía con pratos elaborados a base de produtos da terra e de produción ecolóxica. Pois ben, quen opte por esa vía estarase afastando do mercado que ocupa este debate e é probable que non teña grandes posibilidades a longo prazo, pois non poderán competir só cun baixo prezo nun mercado de hoteis de baixas categorías, pensións, hostais, ... en aspectos coma os de accesibilidade (en termos de infraestruturas viarias e comunicacións).

A segunda das opcións é ofertar un produto integral e serio. Son os negocios que entenden que camas coma as súas existen moitas, mellores e mellor comunicadas. A súa visión de negocio é unha extensión da súa vida cotiá, propia do en-

torno no que habitan e fan fincapé en sorprender ós seus clientes con algo máis que unha habitación. A extensión desa vida cotiá podería verse reflectida no feito de almorzar co pan cocido (no entorno rural ou incluso polos propios clientes) nun forno de leña a primeira hora da mañá. Para sorprendelos podemos mergullalos nunha vendima en escarpadas ladeiras ou suxerirlles un concerto nun miradoiro sobe os Canóns do Sil.

Da diagnose anterior podemos tirar a conclusión de que o turismo rural en Galicia presenta importantes debilidades que é necesario enfrontar. Inicialmente, un dos motivos máis recorrentes para explicar esta situación tan delicada era a falta de produto. Porén, chama a atención o feito de que non é frecuente a correcta conciencia ambiental nos propietarios de casas de turismo rural. A natureza existe fora e non se considera necesario coidala. Ás veces acontece que moitas casas están en áreas protexidas, pero os propietarios nin o saben, nin lles interesa. Obviamente, non informan dilo. En bastantes casos, os empresarios informan de rotas e lugares para visitar lonxe da súa casa, por ignorancia ou por non dar valor á súa aldea e contorna.

¿Como podemos explicar entón o feito de que moitos empresarios non teñen ofertas complementarias fora do aloxamento a pesares de que hai recursos naturais valiosos ao seu dispor? Complementos que representan oportunidades de creación de ofertas de turismo activo, tanto por eles mesmos, como por outras empresas locais, dando lugar a novos empregos. Deste xeito, unha vez cumprida a experiencia do aloxamento as expectativas decaían notablemente debido á ausencia de actividades que enriquecesen a estadía, fóra do que era o sendeirismo ou ás excursións polas vilas e aldeas da contorna dos establecementos.

Afortunadamente, nos últimos anos asistimos á multiplicación de empresas que ofertan numerosos servizos turísticos, dende os deportes de aventura ás excursións guiadas, pasando por outras moitas ofertas de grande interese. Mais, a pesar deste cambio, os resultados continúan a ser moi mediocres polo que as causas que as explican esta situación son con certeza máis profundas.

É certo que as estatísticas só recollen o estado medio do sector. Sabemos que hai un grupo de establecementos que están a ter un éxito notable grazas ao esforzo dos seus xestores, con accións encamiñadas fundamentalmente á especialización. Con todo, tamén se pode dicir que unha proporción significativa das casas non funcionan ou funcionan mal no relativo á captación de clientes.

3. Propostas de actuación

Da diagnose anterior podemos tirar a conclusión que o turismo rural en Galicia presenta importantes debilidades que é necesario enfrontar. Inicialmente un dos motivos máis recorrentes para explicar esta situación tan delicada era a falta de produto. Deste xeito, unha vez cumprida a experiencia do aloxamento as expectativas decaían notablemente debido á ausencia de actividades que enriquecesen a estadía, fóra do que era o sendeirismo ou as excursións polas vilas e aldeas da contorna dos establecementos.

Porén, nos últimos anos asistimos á multiplicación de empresas que ofertan numerosos servizos turísticos que van desde os deportes de aventura ás excursións guiadas pasando por outras moitas ofertas de grande interese. É dicir, o turismo rural galego precisa do pulo do receptivo como elemento desestacionalizador, desenvolvendo experiencias turísticas centradas na valorización dos nosos recursos naturais, patrimoniais, culturais, gastronómicos ou termais, e creando produtos e paquetes turísticos para as catro estacións do ano aproveitando os nosos recursos diferenciadores.

Do sinalado no parágrafo anterior poderíamos deducir que o máis fácil sería ir cara a unha especialización dos establecementos. Esta sería unha primeira proposta. Probablemente un dos erros cos que partiu o turismo rural en Galicia foi a falla dunha visión estratéxica dos negocios. A iniciativa privada solicitaba axudas de diñeiro público sen que fose preciso definir unha orientación e un proxecto de mercado. Eran pois aloxamentos dirixidos a unha clientela moi xeneralista o que impedía unha visibilización selectiva da oferta derivando nunha demanda sen ningún tipo de definición. Isto condicionaba as accións de captación de mercados, xa de por si complicadas para emprendementos con moi pouca capacidade financeira e demasiado pequenos para ofrecer rendabilidade aos touroperadores.

Neste contexto, antóllase clave a redacción do Plan de Turismo Rural de Galicia que emana da recentemente presentada Estratexia do Turismo de Galicia 2020, coa finalidade de facer unha diagnose da situación actual, definir os principais retos e estratexias a implementar e priorizar as accións a executar nos vindeiros anos. Necesitaríase que o plan contemple accións de apoio para a cooperación horizontal de empresas complementarias, incentivando ofertas conxuntas para que o gasto turístico teña unha maior distribución de ingresos aos residentes.

Asemade, a partir diagnose da situación actual por parte do Plan de Turismo Rural de Galicia débese poder inventariar as casas rurais que realmente están activas, facilitando a reestruturación e reordenación do sector e poñendo en valor a aqueles negocios que traballan de maneira máis profesionalizada: abríndolles portas á hora de pedir axudas, outorgándolle presenza en campañas de promoción, etc. É preciso por tanto, definir esquemas orientados a unha maior profesionalización, tendo en conta que en moitos casos os establecementos rurais non son máis que un aporte adicional de recursos á economía familiar. Neste senso, a formación profesional e

os obradoiros de animación sociocultural serían os instrumentos básicos para ligar o turismo rural coa poboación residente, convertendo a esta actividade nun proxecto local común e favorecendo así o achegamento social aos turistas.

Do lado da oferta, cursos de formación aos empresarios para mellorar o seu coñecemento sobre a contorna, contribuirán a dar valor á cultura e máis ao patrimonio local, o que servirá para un intercambio igualitario de culturas cos turistas. Debe traballarse tamén na divulgación de sistemas de xestión adaptados á realidade e ás tendencias de consumo actuais, impulsando aquela formación que poña en valor as empresas turísticas que deixen atrás os vellos modelos de negocio, identificando oportunidades de negocio e modernizando as estruturas profesionais. Precisamente, no tocante á formación, hai que facer especial fincapé na procura dunha cultura empresarial turística que busque unha maior eficiencia e rendibilidade. Os programas formativos deberán ter en conta novos modelos, como o agroturismo, a oferta gastronómica ou a reconversión de negocios. Para unha maior profesionalización de todo o sector é moi importante que esta formación directiva sexa accesible ás pequenas empresas de comarcas pouco desenvolvidas ou con pouca tradición turística.

Por outra banda, o papel das asociacións empresariais debe superar as súas limitacións, pasando dunha simple central de reservas (como sucede en moitos casos), a un cluster e funcionamento en rede, organizando a formación e influíndo nas actuacións estratéxicas da administración.

Tampouco debemos desbotar a posibilidade da creación dunha marca propia de turismo rural, artellada arredor dos elementos diferenciadores de Galicia, previa definición dos requisitos de adhesión á mesma. Unha condición indispensable e transversal debe ser a oferta medioambientalmente sostible e respectuosa coa natureza como parte da marca, e que poderían engadir outros atributos como a responsabilidade social.

A nosa proposta de especialización vai alén do individual. Cremos que habería que ir cara a unha especialización de tipo comarcal. A existencia dos xeodestinos é unha oportunidade para esa segmentación territorial. Esta proposta é absolutamente contraria á politica de dispersión dos aloxamentos rurais por todos os concellos.

Opinamos que hai que ser máis selectivos e definir áreas de interese para o turismo rural e favorecer esa especialización á que estamos a aludir. Por exemplo, apoiar un espazo determinado para crear unha rede de turismo rural especializada en BTT e implicando ao aloxamento e ás empresas a camiñaren nese sentido. A concentración e a especialización é fundamental para creación de sinerxias e para o éxito das pequenas empresas que caracterizan a este sector.

A definición dos xeodestinos debería dar lugar a proxectos de revalorización do patrimonio locais por parte dos concellos, coordinados e unidos á propia oferta turismo rural. Recoñecendo a existencia de varios Museos Etnográficos en aldeas e vilas do interior de Galicia, sería necesario un proxecto institucional que os coordinase en torno a itinerarios temáticos, así como a creación de Centros de Interpretación da cultura rural, cos seus matices

de diversidade ao longo da xeografía galega.

Con carácter xeral, unha das debilidades do turismo rural é que está inserido nun contexto social con excesivos problemas como o envellecemento ou o abandono dos campos de cultivo e do monte. Polo tanto, cómpre ter un campo vivo no que o traballo agro-gandeiro sexa prioritario e que o turismo sexa verdadeiramente un elemento de axuda ás rendas e un xeito de visibilizar o orgullo de vivir no campo e do campo.

Enlazando co anterior, entendemos que o turismo rural ten que recuperar o valor social que tivo nos seus inicios, aquel que o vinculaba coas políticas de desenvolvemento. O turismo rural ten que seguir formando parte das accións prioritarias para o desenvolvemento rural, o que significa un claro apoio institucional. Débese favorecer aos empresarios do rural, establecer vantaxes significativas como posible política de revitalización do rural.

Esta aposta implica que o turismo non se pode ver como unha actividade máis a implantar no territorio se non que debe formar parte dun sistema complexo que ten como obxectivo final reverter a longa situación de declive do rural. A percepción social positiva, un incremento dos ingresos e máis dos equipamentos culturais e de lecer, contribuiría a mellorar a calidade de vida no mundo rural e tendería a fixar poboación xoven na actividade turística

Para finalizar poderíanse ir engadindo outras propostas que redunden na mellora da actual oferta de turismo rural en Galicia. Por exemplo, a clasificación existente das casas é mellorable basicamente porque é confusa e selectiva. Confusa porque non é fácil de entender dende fóra de Galicia. E selectiva porque se basea en gran medida nos valores estéticos e históricos da vivenda mais que nos servizos e na calidade dos mesmos. Os grupos A, B, C e D establecen unha xerarquía inxusta. E, a falta do seu desenvolvemento normativo, os que crea a lei de turismo seguen o mesmo camiño cos grupos I, II, III e IV. Simplemente habería que ir a un sistema internacional de recoñecemento como son as estrelas ou calquera outro símbolo equivalente. Pero, en todo caso, os criterios de clasificación que deberían atender aos equipamentos e servizos prestados.

4. Referencias bibliográficas

Almeida, P (2017) "O desenvolvimento dos espaços rurais através da innovação na Animação Sociocultural" in Castro e Sousa, F et al (coord) Animação Sociocultural. Ed. Intervenção. Chaves

BARRADO TIMÓN, D. & CASTIÑEIRA EZQUERRA, M. (1998): "El turismo: último capítulo de la idealización histórica de la naturaleza y el medio rural", Estudios Agrosociales y Pesqueros, 184: 37-64.

BESTEIRO RODRÍGUEZ, B. (2006): "El turismo rural en Galicia. Análisis de su evolución en la última década", Cuadernos de Turismo, 17: 25-49.

CALATRAVA REQUENA, J. (1999): "El turismo rural como recurso endógeno en el desarrollo local", en CANTO FRESNO, C (Coord.): Desarrollo rural. Ejemplos europeos, Madrid: MAPA, pp. 67-91.

CÁNOVES VALIENTE, G; HERRERA JIMÉNEZ, L. & VILLARINO PÉREZ, M. (2005): "Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones", Cuadernos de Turismo, 15: 63-76.

GARCÍA DOCAMPO, M. (2003): A construcción social do territorio galego, Santiago de Compostela: TresCtres.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M. (1999): "O turismo rural nas novas mitologías de desenvolvemento rural", en CID FERNÁNDEZ, X. M.: Actores sociais e factores de cambio no medio rural, Universidade de Vigo, pp. 135-150.

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M. (2002): Sociología y ruralidades. La construcción del desarrollo rural en el valle de Liébana, Madrid: MAPA.

IVARS BAIDAL, J. A. (1997): "¿Constituye el turismo la mejor apuesta para el desarrollo rural?", en VALENZUELA RUBIO, M.: Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera, Universidad Autónoma de Madrid, pp. 675-683.

Nunes Viveiros, A (2017) "Turismo no espaço rural, animação sociocultural e os locais. Perpectivas e desafíos perante o homo turisticus" in Castro e Sousa, F et al (coord) *Animação Sociocultural*. Ed. Intervenção. Chaves

PARDELLAS, X. (1996): "Turismo rural, turismo de habitação y cooperación transfronteriza: el sur de Galicia e o Minho Portugués". En AA.VV. (coords.) Factores de desarrollo en regiones periféricas. Vigo: Consorcio da Zona Franca, pp. 272-287.

Pardellas, X (2008) "La gestión de los destinos turísticos rurales en un entorno de competitividad" in Pulido, J.I (coord) *El turismo rural.* Ed. Síntesis. Madrid

PEREIRO, X. (2012): "El turismo responsable en Galicia: Ecoagroturismo Arqueixal". En Agustín Santana, Alberto Jonay y Pablo Díaz (eds.) Responsabilidad y Turismo en Iberoamérica. La Laguna: Pasos (e-book en www.pasosonline.org), pp. 95-122.

Pereiro, X (2013) *Turismo cultural. Uma visão antropológica*. Ed. ISMAI e CEDTUR. Maia

PEREIRO, X. (2015): "Turismo de base local en galicia: ecoagroturismo arqueixal o la excepción cultural como modelo" Revista andaluza de antropología, 8 (45-67).

Plaza, J.I (2006) "Territorio, geografía rural y políticas públicas. Desarrollo y sustentabilidad en las áreas rurales. *Boletín de la AGE*, nº 41, pp 69-95

PRADO CONDE, SANTIAGO Y PEREIRO, XERARDO (2012): "Ecoagroturismo en Galiza: Anális comparada de dous casos de estudo". En Xavier Simón Fernández y Damián Copena Rodríguez (coords.), Iniciativas agroecolóxicas inovadoras para a transformación dos espazos rurais. Actas del IV Congreso Internacional de Agroecología y Agricultura Ecológica. Vigo: Universidade de Vigo – Fundación Juana de Vega, pp. 213-231.

Reis, P (2012) "Desenvolvimento local: o binómio turismo/área rurais nas estratégias de desenvolvimento local. *Exedra* nº 6, pp 155-172

ROYO VELA, M Y RUÍZ MOLINA, E. (2009): "Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural", Cuadernos de Turismo, 23, (217-236).

Saez Cala, A (2008) "El turismo rural como factor de desarrollo local" in Pulido, J.I (coord) *El turismo rural*. Ed. Síntesis. Madrid

SANTANA TALAVERA, A. (2002): "Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social", III Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentable, Universidade de Santa Cruz do Sur, www.antropologiasocial.org

Sparrer, M (2007) *Turismo no espazo rural e desenvolvemento*. Ed. Xunta de Galicia. Santiago

VALCÁRCEL RIVEIRO, C. Y SANTOS SOLLA, X. M. (1999): "Turismo rural, lingua e desenvolvemento local". En María Pilar Torres Luna, Rubén Lois González y Pegerto Saavedra (coords.) Espacios rurais e sociedades campesiñas. Santiago: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 79-106.

Turespaña (2014) *Plan Integral de Turismo Rural para España*. Madrid

Documentos do Foro Económico de Galicia

Un dos obxectivos fundamentais do Foro é poñer á disposición da Sociedade unha colección de documentos onde se conxuga a análise da situación actual con propostas de cambio e mellora. Os documentos pretenden contribuir a enriquecer o debate público en materia económica en Galicia. A responsabilidade de cada documento é das persoas que o asinan. O Foro só asume a responsabilidade sobre os documentos consensuados e asinados polo colectivo. Dende Marzo de 2014 o editor dos documentos é o profesor e membro nato do Foro Albino Prada Blanco.

Documentos publicados

24/2018 -
Turismo Rural: diagnose e propostas
23/2018 -
Diagnóstico actual e propostas de futuro para a dixitalización en Galicia
22/2017 -
Unha estratexia para a Galicia rural do século XXI. Diagnóstico e propostas para o debate
21/2017 -
Unha estratexia industrial para Galicia.
20/2017 -
Desafios dunha sociedade avellentada e en declive: Desequilibrios territoriais e prestacion de servizos.
19/2017 -
Galicia diante da reforma do sistema de financiamento autonómico.
18/2016 -
Novas demandas para o rural galego.
17/2016 -
A I+D+i Empresarial en Galicia: Dez mensaxes e unha proposta.
16/2016 -
Galicia, a perspectiva internacional.
15/2016 -
La formación profesional dual en España.

Documentos publicados

14/2016 -
O capital risco e outras fontes alternativas de financiamento das empresas galegas.
13/2015 -
O Complexo Lácteo Galego nun mercado liberalizado. Extratexias e políticas ante a desaparición do sistema de cotas na UE.
12/2015 -
Sobre o risco de estancamento na economía Europea.
11/2015 -
Os cambios no modelo territorial: o seu impacto fiscal en Galicia.
10/2015 -
O sector forestal en Galicia: problemática actual e perspectivas futuras.
9/2014 -
Desequilibrio exterior, modelo competitivo y recuperación económica.
8/2014 -
Galicia: bases para una estrategia marca-país y líneas de trabajo para su acción exterior.
7/2014 -
¿Qué futuro demográfico nos agarda e como pode incidir no noso benestar?
6/2013 -
Internacionalización, políticas y crecimiento.
5/2013 -
Mejorando la Eficiencia de la Política de infraestructuras.
4/2013 -
O fondo de compensación interterritorial: Unha proposta desde Galicia.
3/2013 -
O sector alimentario en Galicia: desafíos e oportunidades. Cales deben ser as prioridades?.
2/2013 -
Análisis y propuestas para una estrategia de futuro para el sector naval en Galicia.
1/2013 -
Chaves para o aproveitamento marítimo -Portuario- Loxístico de Galicia.

Documentos descargables en:

http://www.foroeconomicodegalicia.es

www.foroeconomicodegalicia.es

O Foro Económico de Galicia é unha plataforma de transferencia de coñecemento en materia económica dende as empresas e universidades galegas á sociedade e aos espazos de decisión pública. O Foro integra a profesores e investigadores, empresarios e directivos representativos dos diferentes sectores e áreas de Galicia, e xornalistas galegos de referencia.

SOCIOS


ABANCA


ASOCIACION GALLEGA
DE LA EMPRESA FAMILIAR


Casal de Armán


civisglobal
construimos entorno


COREN


CRTVG
CORPORACIÓN
RADIO E TELEVISIÓN
DE GALICIA


gasNatural
fenosa


Cuidamos personas en buena compañía
Geriatros - SARquavitae


HIJOS DE RIVERA, S.L.
CORPORACIÓN


Hierros
AÑÓN, S.A.


INVERAVANTE


JEALSA


MAPFRE


Grupo Maviva


Grupo Nogar


PÉREZ RUMBAO


ReVi


Rodiñas


Rodman


ZFV
CONSORCIO ZONA
FRANCA DE VIGO


Grupo de investigación GEN
Universidade Vigo



ABANCA

Foro económico de Galicia

Turismo Rural: diagnose e propostas

Documento 24 / 2018

Miguel Rodríguez e Elisa Alén (coords.)

Andrade, M.J Maestro, J.L., Santos, X. M.;
Pardellas, X., Pardal, C. e Seara, A..

www.foroeconomicodegalicia.es