



RURAL PROOFING

- MECANISMO RURAL DE GARANTÍA -



Impulsa:

elhueco
@coworking_soria

Colaboran:

 Gobierno de Navarra
Nafarroako Gobernua
Departamento de Cohesión Territorial
Lurralde Kohesiorako Departamentua

 FEMP
FEDERACION ESPAÑOLA DE
MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

RESUMEN EJECUTIVO GRUPO DE TURISMO Y COMERCIO

El sector turístico, representa el 12% del PIB, de España. El turismo rural, está sufriendo un enorme cambio/oportunidad por culpa de la pandemia, por lo que debemos plantearnos nuevos paradigmas y buscar soluciones a los problemas que bloquean su desarrollo.

1. **El sector del comercio de cercanía**, el autoconsumo, los productos propios, la artesanía, necesitan un marco legal, que ya existe en otros países europeos. Que sea más flexible; está desarrollado en algunas comunidades y en otras aún está sin legislar.
2. **La clasificación de alojamientos y negocios hosteleros**, la enorme variedad de tipologías, de edificios y entornos diferentes. Adaptar las tipologías de registro y clasificación al entorno es vital, aportando valores sostenibles y tradicionales, que pongan en valor la diferencia.
3. **La gestión de recursos turísticos**, monumentales, naturales e inmateriales, necesita una continuidad para ser viable. Las distintas instituciones de ámbito superior al entorno rural no dedican esa atención y, lo que es peor, marginan o consideran inviable apoyarse en el entorno rural para su gestión.
4. **La gestión de flujos de visitantes**, en el espacio y la estacionalidad de los mismos, de cara a evitar saturar y deteriorar espacios y a su vez atraer visitantes a nuevos destinos, cómo gestionar destinos que se abren con las nuevas tecnologías, y como beneficiar a la comunidad local. Evitar las molestias que generan la llegada de visitantes a entornos que no están preparados para ello.
5. **Una tasa turística** que de apoyo económico al entorno rural, poco poblado, que sufre de manera estacional y puntual una presión de población para la que no está dimensionado, a esta exigencia de recursos en momentos críticos. Su buena gestión ha de ser equilibrada entre las necesidades de la comunidad acogedora y los servicios a los visitantes.

1. Caso paradigmático: la gestión del comercio local.

María, es una pequeña elaboradora de productos de alimentación, que animada con su éxito en la comarca llega a un acuerdo con un artesano local que le ayuda con los envases. Ahora está viendo cómo puede desarrollar su distribución en mercados más alejados de su entorno, y cómo no en internet. No es su actividad principal y no sabe cómo hacerlo.

Problemas

Tendrá problemas con la trazabilidad de sus productos; las normativas de elaboración y alimentación la obligaran a hacer unas fuertes inversiones para ser considerado producto ecológico, y tiene que formarse en técnicas nuevas. Además, necesita una gestoría y mucho tiempo sólo para hacer frente al papeleo y cumplir con todas las instituciones. Su amigo artesano le dice que su poco volumen encarecerá su producto y no será competitivo; los mercados locales se solapan todos en la misma temporada de verano y no puede asistir a todos, y en internet su producto no alcanza a competir por su falta de promoción y conocimientos de marketing digital.

Soluciones

Una normativa de productos locales que ayude en la promoción, y una red de comercio comarcal que haga que su producto esté presente en todos los negocios locales.

Técnicos de la administración que limiten su papeleo, al tener una producción reducida. Talleres sobre estrategias de comercialización en redes que le den ideas, y poder mejorar su paketing (españolismo de **packaging**).

Un calendario de temporada que le ayude a organizar los mercados a los que asistirá y agrupará a distintos artesanos. Esto facilitará la venta de sus productos en otros entornos agrupados en una marca de producto local de prestigio.

2. Caso paradigmático. La clasificación de alojamientos y negocios hosteleros

Josu, ha heredado de sus padres una propiedad en el pueblo, y junto a sus hermanos han decidido arreglar el antiguo molino, y hacer una casa rural con una pequeña taberna con venta de productos locales.

El problema

En su comunidad no existe categoría turística que recoja las particularidades de los molinos históricos. La cuenca hidrográfica le exige mil papeles para que el canal del molino pueda tener agua. Si quiere acogerse a la categoría estipulada para poder acoger clientes, las habitaciones no pueden tener agua corriendo por debajo, y decide no integrarse en ninguna categoría. El restaurante tiene que tener 2 salidas de emergencia, y cámaras de conservación de productos, y no entran en el espacio que tienen disponible.

Su vecino tiene una casa ilegal y la alquila con una plataforma online, no cumpliendo ninguna norma y la tiene llena siempre. La casa es sólo un complemento para los ingresos de la familia y sólo la alquilan los fines de semana, lo que supone mucho trabajo y con esa ocupación no salen las cuentas.

No encuentra personal para trabajar en verano y lo tienen que hacer todo ellos.

Solución

Josu se puso en contacto con un constructor local, formado en la construcción tradicional de su zona, y usando materiales locales consiguió recuperar el edificio original. Sale en las guías como lugar con encanto. El restaurante se abre entre semana como club social del pueblo, y da trabajo a su hermana y su cuñado y la casa da alojamiento a los temporeros y los clientes que vienen a teletrabajar entre semana, con lo que cubren los gastos fijos. Los fines de semana su público es familiar, y él les facilita la información de las actividades que han surgido en la zona y han vuelto a hacer funcionar el molino, que produce electricidad y pan de harina ecológica que vende a nivel local.

3. Caso paradigmático. La gestión de recursos turísticos patrimoniales, naturales e intangibles.

MIREIA tiene una agencia de viajes de turismo de experiencias. Debido a la crisis del sector turístico provocada por la pandemia, a las nuevas limitaciones del tamaño de los grupos, y a lo que parece que van a demandar los turistas en los próximos años, ha decidido especializarse en grupos pequeños y estancias individuales.

Ha realizado una encuesta entre sus clientes y lo que más les interesa es viajar a zonas rurales, poco masificadas, con espacios naturales en los que disfrutar al aire libre, y vivir la experiencia de conocer un pueblo de la mano de la gente local, interactuando, y descubriendo sus tradiciones, entre ellas las culinarias.

El problema

Cuando trabaja con grupos más grandes, suele contratar a un guía oficial para que acompañe al grupo en sus visitas.

Ahora, con grupos pequeños, desde 3 personas, este tema se complica, ya que el coste es demasiado elevado y resulta difícil de comercializar.

Ha hablado con algunos municipios de su interés, en los que quiere montar estos paquetes de turismo experiencial, y a todos les interesa atraer a turistas que pernocten varias noches y dejen economía en el pueblo. Pero la mayoría de los recursos turísticos no cuenta ni con horarios de apertura continuados (tan sólo en fechas específicas) ni con personal disponible con conocimientos para interpretarlos (los que hay trabajan en otros temas y sólo tienen disponibilidad en fechas muy concretas y con mucho preaviso). Por otro lado le gustaría por ejemplo hacer un taller de dulces típicos con señoras del pueblo, y/o artesanos locales, pero le resulta difícil darle una continuidad.

Todo esto dificulta poder crear paquetes interesantes y comercialmente viables, habiendo un interés real por ambas partes (oferta y demanda).

Soluciones

Se propone crear la figura de guías locales de pueblo o cicerones, especializados en la interpretación de los recursos de su pueblo (culturales, naturales, etnográficos), que cuenten con acceso a los recursos y con los que poder trabajar.

La solución pasa por implicar a la población local en la gestión de estos recursos, de manera que se cree una actividad económica que beneficie a gente del pueblo, se genere economía social, y se pueda enseñar y mantener el patrimonio.

4. Caso paradigmático. La gestión de flujos de visitantes

José, tiene una tienda de recuerdos en un pequeño pueblo muy turístico, que los fines de semana se llena durante las horas de mediodía y la tarde, pero en el que el resto de días apenas hay público. En esas hora puntas necesitan ser tres en la tienda, pero el resto del tiempo apenas hay trabajo. Entre semana cierra y se va a vivir a la ciudad. En el mismo pueblo hay 12 tiendas y todas venden los mismos productos.

Problemas

José no consigue vender productos locales de calidad, porque los turistas, aunque son numerosos, vienen sólo de paso y no tienen tiempo para conocer los beneficios y características de esos productos especiales. Los turistas sólo recorren la calle mayor; su tienda es pequeña, y aunque tiene un local más grande no se anima a dar el cambio porque está separado del recorrido turístico. Los vecinos y familiares se quejan de que durante los fines de semana y festivos es imposible aparcar en el pueblo.

Un instagramer ha puesto de moda subirse a los almendros para hacerse fotos, y esto ha provocado la rotura de muchas s ramas y se han perdido muchos árboles por ello.

Solución

El ayuntamiento ha generado varias zonas de parking para visitantes en diferentes zonas del pueblo, en las que además se organizan zonas de mercadillos y actividades culturales, lo que hace posible que los turistas se repartan más. Con el dinero recaudado por el servicio de parking, la asociación de comerciantes organiza un festival de música, fuera de temporada alta, al que acuden grupos más pequeños y parejas, que aprovechan para visitar el pueblo entre semana. Eso permite a los comerciantes vender producto de temporada y estar abiertos entre semana. También se ha regulado el acceso a las plantaciones de almendros y hay una página web que emite en directo la floración.

5. Caso paradigmático. Una tasa turística.

John es inglés, y está haciendo turismo de interior por España. Acaba de llegar con su familia a un pequeño hotel rural, en el que estará alojado una semana, le interesa la gastronomía y busca conocer la cultura local e interactuar con los habitantes del pueblo.

Llegan con un coche que alquilaron en el aeropuerto.

Problemas.

En el hotel le cobran un importe que no esperaba, con el concepto de tasa turística. El dueño, con su bajo nivel de inglés, le intenta explicar que se trata de un impuesto para turistas, que no sabe muy bien en qué lo están gastando los políticos. A John no le convence nada esta explicación y se siente un poco estafado.

Aunque el pueblo les gusta mucho, les resulta difícil interactuar con la población. Hace mucho calor y las calles están vacías.

El hotel no tiene parking, por lo que tienen que aparcar por la calle, teniendo a veces miedo de que le pueda pasar algo al vehículo de alquiler y le suponga un cargo extra.

Han podido visitar gratis el castillo medieval, que han encontrado un poco abandonado, pero la iglesia estaba cerrada y en la bodega les han cobrado sólo por entrar, sin ningún servicio más.

La Solución.

John recibe a su llegada al Hotel un escrito del ayuntamiento del pueblo, en un correcto inglés, en el que le dan la bienvenida, y le explican que en su factura se le cargará el importe de una tasa turística, y le indican que gracias a esa tasa pueden mejorar los servicios que ofrecen a sus visitantes. Podrán acceder y disfrutar de los siguientes servicios sin coste adicional:

- Dos veces por semana se ofrece una visita guiada al castillo medieval, a la iglesia ya la bodega, pudiendo contratar como servicio extra una degustación de productos locales y vinos.
- Servicio de aparcamiento semi-vigilado en una explanada a la entrada del pueblo, que queda cubierto con el pago de la tasa (sí deberán pagarlo los visitantes que no pernoctan).
- Música en vivo en la plaza del pueblo la noche de los sábados, en la que podrán disfrutar y bailar junto a los locales, mientras consumen en las terrazas de los bares.

Aparte le informan de que hay un proyecto de recuperación del castillo medieval, invitándoles a colaborar a modo apadrinamiento, con lo que recibirían una colección de fotos del pueblo.