

## **TERRA DE TRIVES, EXPERIENCIA DE TURISMO EN UNA COMARCA DE MONTAÑA**

**Rosario Álvarez Cao (\*)**  
**Concepción Otero García (\*)**  
**Pilar Patiño Portas (\*)**  
**José Vicente Cid Borrajo (\*\*)**

(\*)Sociedade para o Desenvolvemento Comarcal de Galicia. Xunta de Galicia

(\*\*) Fundación Comarcal Terra de Trives

### **1. EL TERRITORIO.**

Al sur del río Sil, en el interfluvio del Sil y el Bibei, se extiende la comarca TERRA DE TRIVES compuesta por los municipios de A Pobra de Trives, San Xoán de Río, Chandrexa de Queixa y Manzaneda. Sus 431,7 Km<sup>2</sup> de extensión territorial acogen a 5.963 habitantes repartidos en 142 núcleos de población.

Enmarcada dentro del Macizo central ourensano, su relieve se organiza en torno a la Serra de Queixa, que tiene su máxima altitud en Cabeza Grande de Manzaneda que se acerca a los 1800 m, donde se ubica la única estación invernal de esquí de la comunidad autónoma gallega. Su elevada altitud condiciona el clima dando lugar a una gradación desde las zonas más altas, en las que domina un clima oceánico de montaña, hasta el fondo de valle de sus ríos donde las temperaturas se dulcifican y se reducen las precipitaciones, quedando el resto del territorio afectado por un clima de transición.

La vegetación está asimismo condicionada por esta diversidad climática; en el valle aparecen bosques de encinas y jara, en la media montaña (400-600 m.), carballeiras y soutos de castaños, en las zonas de alta montaña aparecen bosques de coníferas, abedules y sotobosque.

La población de la comarca se encuentra en una posición regresiva, con un acusado despoblamiento que determina un decrecimiento, en el último decenio del siglo XX, superior al 10%. Es especialmente bajo el grupo de jóvenes, que sería además el más susceptible de ser movilizad o en beneficio del proceso innovador que conlleva el desarrollo. La población aparece especialmente concentrada en las capitales municipales y concretamente en A Pobra de Trives, que se muestra como el núcleo más dinámico, agrupando más del 50% de la población municipal y el 27% de la comarcal.

Si analizamos la estructura productiva de la comarca, desde los años ochenta se constata una reestructuración sectorial muy importante con una intensa terciarización que, con intensidad diferente, registran todos los municipios, acompañada por una reducción muy considerable del empleo agrario. Uno de los pilares de este cambio es el turismo, tanto por su propio crecimiento como por su capacidad inductora sobre otras actividades económicas, de tal manera que el turismo se posiciona como actividad cualificada en los procesos de desarrollo. En este sentido siguiendo a Calatrava (1992) se puede afirmar que el turismo en el espacio rural debe entenderse como una estrategia de aprovechamiento de los recursos disponibles en el marco de una política de desarrollo que asegure el crecimiento o –incluso- el desarrollo sin crecimiento.

## **2. INSTRUMENTOS DE DESARROLLO.**

Apoyándose en las políticas de desarrollo y planificación llevadas a cabo desde la Xunta de Galicia y como un instrumento estratégico para aplicar medidas correctoras de desequilibrios territoriales, se elaboró a partir de 1991 un modelo de planificación territorial que se denominó P.D.C. (Plan de Desenvolvemento Comarcal de Galicia) diseñado por el Secretario Xeral Andrés Precado Ledo y coordinado desde la Secretaría Xeral de Planificación y Desenvolvemento Comarcal, que él preside.

Se trata de diseñar un modelo de desarrollo que se adecúe la realidad propia de cada comarca, y en el caso que se expone, a la comarca Terra de Trives. Este proceso de planificación territorial integral se inicia realizando un estudio pormenorizado del territorio comarcal, desde el punto de vista físico y socioeconómico, que permite establecer un diagnóstico territorial, en el que se ponen de manifiesto las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades con las que cuenta la comarca.

En el año 1993, la Comarca Terra de Trives es declarada comarca piloto para la puesta en marcha del Plan de Desenvolvemento Comarcal de la Xunta de Galicia, quedando patentes, en su diagnóstico, las ventajas comparativas de que dispone:

Una gran riqueza monumental, paisajística y gastronómica. Arquitectura popular, (pazos, casas de labranza), patrimonio civil y religioso (vía romana, restos medievales, monasterios, iglesias), se unen a una gran diversidad de áreas naturales.

Múltiples recursos que permitirían organizar una amplia oferta de actividades de naturaleza a través de hermosos espacios naturales, (cañón del río Bibei, “fraga” de San Xoán de Río), bosque autóctono de gran valor o embalses.

Estación plurifuncional de montaña en Cabeza de Manzaneda, como foco receptor y canalizador de turistas, que ejerce una función importante dentro de la comarca. Esta es su gran ventaja competitiva y diferencial con respecto a otros centros turísticos de montaña, ya que es la única estación de esquí existente en la Comunidad Autónoma Gallega.

Tanto la elaboración del estudio comarcal como el diagnóstico, fueron resultado de un intenso trabajo de campo. Instituciones y población, a nivel individual y a través del entramado asociativo, estuvieron presentes y fueron partícipes para establecer las principales líneas de desarrollo y de actuación en la comarca. Evidentemente, todo proceso de desarrollo que pretenda ser eficaz, requiere que esta participación civil e institucional disponga de unos canales adecuados para materializarse. Por ello, y siguiendo los principios que rigen el propio P.D.C. (voluntariedad, participación, coordinación, subsidiaridad, complementariedad) se crea, en 1994, la Fundación comarcal Terra de Trives, como instrumento de cooperación público-privado y que integra en el mismo proceso de desarrollo, a ambos sectores. Su objetivo es, por lo tanto, el desarrollo de la comarca de Terra de Trives, poniendo en marcha las acciones enunciadas en Plan Estratégico Comarcal, diseñando programas, incentivando a la población, promoviendo iniciativas para la dinamización de los recursos humanos y de la base productiva de la comarca. La Fundación Comarcal inició su andadura con este ambicioso objetivo, partiendo de una labor de sensibilización de la población a través de la cual pretendía lograr que los agentes socioeconómicos comarcales fuesen conscientes de las potencialidades de su territorio y, de este modo, incidir sobre la tendencia “pesimista” y regresiva que dominaba la población y su territorio.

En virtud de esta dinámica y ante la evidencia de que el sector turístico es una de las fuentes de generación de riqueza en la comarca Terra de Trives y puede contribuir a su revitalización desde el punto de vista social y económico, surge la iniciativa de crear un Patronato Comarcal de Turismo cuyos Estatutos fueron aprobados el 27 de marzo de 1996, y a él se incorporaron agentes públicos y privados trabajando codo a codo en la promoción del turismo comarcal. Esta era la estructura específica que iba a permitir potenciar el turismo y afianzarlo como motor del desarrollo. Esta línea de trabajo ha sido, y continúa siendo, de gran peso en la actuación de la Fundación Comarcal, y, aunque no es la única, en ella se centra el contenido de la presente comunicación.

En un paso posterior, el Patronato Comarcal se integra en el Patronato Provincial de Ourense para establecer acciones conjuntas de colaboración y coordinar actuaciones. La declaración de principios con la que nace el Patronato de Turismo es esclarecedora de lo que se pretende:

“El Patronato Comarcal de Turismo Terra de Trives, pretende unir fuerzas y esfuerzos, poner las bases que permitan crear un espacio en el que se intercambien las ideas y las experiencias y la unión de recursos para conseguir resultados que redunden en la mejora sustancial de la calidad de vida de los ciudadanos de la comarca, dentro del respeto a la naturaleza y la propia cultura.

El Patronato deberá servir también para efectuar una modernización del sector turístico, nuevos alojamientos, casas de turismo rural, mejora de los servicios de hostelería, creación de actividades de ocio y formación de los recursos humanos destinados a participar en ellas, aulas de naturaleza y cualquier actividad relacionada con el tiempo libre”.

Para conseguir estos objetivos se actúa en tres líneas principales:

**IMAGEN:** Se crea una imagen-logotipo que representa una hoja de castaño (árbol muy abundante en el territorio). El eje central de la hoja simboliza la propuesta planteada por el Patronato para el desarrollo del turismo en la comarca, y sus nervios, la participación de todos los agentes y actores locales en dicha propuesta. Se lanza un folleto promocional en el que, por primera vez, aparece agrupada la oferta turística de los municipios que forman parte de este organismo.

**PROMOCIÓN:** La primera gran actuación promocional consiste en la organización de los primeros premios de Turismo, como modo de dar a conocer, en el exterior, los recursos turísticos y para reconocer la labor de personas o instituciones que hayan trabajado en la promoción de Terra de Trives.

**IMPLICACIÓN:** Toda planificación adecuada requiere la implicación de los principales actores del territorio, tanto públicos como privados. El consenso y la adhesión de la población son fundamentales; por ello, las primeras acciones llevadas a cabo desde el Patronato tienen por objeto el dar a conocer su misma existencia en primer lugar a los habitantes de la comarca, ya que ellos van a ser los primeros beneficiarios y los principales actores del desarrollo económico de estas tierras.

En el año 1996, al inicio de todo este proceso de desarrollo, desde el punto de vista socioeconómico, la comarca estaba en una situación regresiva, con una población envejecida, la juventud desmotivada, los empresarios carecían de ilusión y de iniciativas, las pocas asociaciones existentes se encontraban en estado latente y los ayuntamientos se agrupaban en una Mancomunidad embrionaria. La oferta de establecimientos hoteleros en aquellos momentos se podía considerar media con 331 plazas turísticas repartidas en

hoteles, hostales, campings y casas de turismo rural; su estructura era fundamentalmente familiar pero su capacidad media era también susceptible de ampliarse de manera global. Por ello, a esta vocación turística embrionaria, había que incorporar iniciativas y voluntad de desarrollo para conseguir una concertación y solidaridad en el ámbito comarcal y, así, avanzar en la inclusión del turismo como factor dinamizador del desarrollo rural. Había que impulsar objetivos, posicionamientos y acciones que mejoraran su oferta. Todo ello exigía la colaboración y consenso de varios agentes privados e instituciones para definir objetivos, coordinar iniciativas y rentabilizar inversiones. En este sentido, la existencia de agrupaciones (Mancomunidades) y de asociaciones (culturales, deportivas...) era una garantía para la aplicación de una estrategia de desarrollo turístico, pues facilitaba la integración de todas las iniciativas como condición previa para lograr más apoyos públicos, mientras que las iniciativas individuales y aisladas planteaban un mayor riesgo económico en cuanto a su viabilidad.

Partiendo de esta premisa se trató de conseguir la movilización de los recursos humanos con acciones de formación, pues la capacitación y formación de las personas se entendía como una tarea prioritaria para ofrecer un producto de calidad. Se fomentó el asociacionismo, impulsando la creación de una Federación de Asociaciones que reúne en la actualidad y en un espacio común, a todas las pequeñas asociaciones presentes en la comarca. Siguiendo esta línea, se constituyó en San Xoán de Río una asociación de mujeres (Anel) que con el paso del tiempo iba a tener una influencia decisiva en la dinamización de toda la comarca. Todos los implicados en el sector tanto instituciones públicas, como agentes privados y organizaciones que alientan el desarrollo, reflexionan sobre lo fundamental que resulta unir fuerzas para conseguir objetivos comunes dirigidos a la promoción del turismo en todas sus vertientes, cultural, deportivo, de naturaleza o de aventura.

Esta forma de trabajo propicia la aparición de emprendedores que se integran al proyecto común; se consiguió un núcleo vertebrado de actores públicos y privados que trabajan de manera sinérgica: los actores locales aprenden juntos y se comunican entre ellos, produciéndose una retroalimentación que potencia el proceso. Esta interrelación se irradia hacia las autoridades locales. En esta red participan todos y se benefician todos y lo más importante es que esta concentración estratégica se produce de modo natural.

Las condiciones que imperan en el mercado en estos momentos, intervienen también de un modo positivo en el desarrollo del subsector turístico. La variedad de recursos y la diversidad presente en el territorio comarcal, permite responder a las nuevas demandas y tendencias turísticas que se orientan hacia una mayor heterogeneidad en el consumo de productos turísticos. El entramado de agentes locales que trabajan unidos favorece la preparación y posterior desarrollo de un proyecto en el marco del Leader II, cofinanciado por la UE, y que va a permitir el acceso a nuevas fuentes de financiación para los empresarios de la comarca que, con gran ilusión, se vuelcan en la presentación de proyectos de turismo rural, pequeñas empresas, artesanía, comercio, hoteles. El Leader II se llevó a cabo entre los años 1996-2001.

Un paso más en este escenario de consenso entre agentes económicos en el ámbito comarcal para la conservación y desarrollo del sector turístico es el acceso de la comarca al **Plan de Dinamización Turística**, que se convierte en una pieza clave y en una herramienta excelente para trabajar en el sector turístico, siguiendo una estrategia coherente para conseguir su implantación y desarrollo. La base del turismo interior es el

patrimonio, ya sea, natural, cultural o gastronómico, sin olvidar la artesanía en sus diversas manifestaciones. Todo ello se integra en una estrategia de futuro donde se contemplan esos recursos como una alternativa para un nuevo modelo de desarrollo local.

En España el diseño de los planes globales de dinamización turística registró un cambio metodológico muy importante, pues mientras que hasta la primera mitad de la década de los 90 se trata de convertir el turismo en el motor económico y social que muchas zonas necesitan, en la segunda década el turismo de interior se convierte en un sector económico estratégico. Con este espíritu nacen los primeros planes de dinamización. Se implantan en espacios que cuentan con cierta experiencia en el sector turístico (el primero se pone en marcha en el año 1997 en Cuéllar-Segovia) y con un mínimo de infraestructuras que permitan su puesta en marcha. Con su aplicación se busca dotar a la comarca de medios complementarios que permitan mejorar su gestión en el sector turístico, pequeñas infraestructuras, señalización, mejoras en la comercialización, aulas de naturaleza, formación turística...

Este planteamiento supone un cambio radical en la concepción del turismo de interior, como dinamizador económico y social y haciéndolo, al mismo tiempo existe un cambio fundamental en el concepto. Antes era la planificación “para” la población, ahora se plantea una planificación “con” la población. Esto requiere una metodología de trabajo capaz de implicar a buena parte de la población o, por lo menos, en una primera etapa, a todos aquellos que tienen capacidad para influir en la población, (líderes sociales, políticos, propietarios del patrimonio, profesionales...); ellos constituyen los recursos humanos locales y su influencia es decisiva en la buena marcha del plan. Debe existir un completo convencimiento de las potencialidades turísticas que encierra el territorio comarcal y las posibilidades que encierra la aplicación de este Plan, tanto por parte de las instituciones, como por parte de los agentes y de los propios residentes locales.

El Plan de Dinamización Turística de Trives, pionero en Galicia, es un plan de ámbito comarcal que afecta a varios municipios rurales de la montaña interior de Ourense; un plan que requería un gran esfuerzo para conseguir el consenso en la aplicación de las diversas acciones a poner en marcha. Supuso la inversión de 270 millones de pesetas, entre 1999-2001, mediante la elaboración de tres protocolos de inversión, que se pueden definir como planes anuales. El Plan se basaba en la interpretación innovadora de los recursos comarcales previamente asumidos así por los habitantes.

En la comarca de Terra de Trives, desde la administración se ponía la primera piedra, pero el resto del edificio había de construirse entre todos. El conjunto de la población debía movilizarse para explotar sus recursos, aunque eso no significaría el abandono de otros sectores, ya que se plantea la coexistencia y complementariedad del turismo con otros usos de los recursos existentes. Simplemente va a pretenderse colocar el turismo en el lugar que le corresponde.

### **3. RESULTADOS DEL PROCESO DE DESARROLLO.**

¿Qué pasa en un territorio cuando se dan las condiciones que confluyeron en la comarca Terra de Trives?, Pues, de alguna manera, se da una “revolución” en la que, en virtud del propio proceso, los cambios se producen de una manera acelerada. La

población es la que hace que proyectos de desarrollo teóricamente iguales sean diferentes, propios y únicos, transformándolos en algo vivo; frecuentemente, desde dentro, no se es consciente de las posibilidades y valores que encierra el propio territorio y la población misma de ese territorio es la más detractora de sus propios recursos. Se tiene que tener el convencimiento de que el proyecto que se está construyendo es sólido y ofrece perspectivas de futuro. Como se reitera a lo largo de esta exposición, la voluntad de la población constituye el motor fundamental, y su adhesión, una condición previa para su desarrollo.

En estos años de trabajo se ha logrado afianzar una imagen de comarca asumida por los habitantes que toman conciencia de la importancia del espacio geográfico en el que viven y empiezan a valorar los recursos generando todo ello un aumento de la cohesión comarcal.

La coordinación de políticas y estrategias optimiza los recursos y estimula que los beneficios generados por el turismo reviertan en el espacio comarcal. Objetivamente ya existen datos que nos permiten ver los cambios que ha registrado la comarca desde la aplicación de estos planes. Así, gracias a la acción combinada del Leader II, la Fundación para o Desenvolvemento Comarcal de Terra de Trives y los efectos ilusionantes del Plan de Dinamización Turística, la economía local se está revitalizando y no sólo en el sector más relacionado con el turismo, pues un sector directamente estimulado arrastra a otros sectores, generando efectos multiplicadores. El turismo aparece como el gran recurso diferencial que puede "tirar" de todos los demás.

Hay una reactivación evidente en las variables económicas, surgen iniciativas en diversos campos (artesanía, bodega, pequeñas empresas) y unos compromisos de inversión por parte de los empresarios, incluso foráneos, cumpliéndose así un objetivo importante que es estabilizar y crear empleo. A modo de ejemplo puede señalarse la creación en la comarca de la primera bodega bajo la denominación origen Ribeira Sacra, el aumento de servicios de hostelería (restaurantes, hoteles camping), tiendas de artesanía.

Además, algunos jóvenes planifican en Terra de Trives su futuro, algo que hace poco era impensable. Se establecen grupos de trabajo formados por gente joven que accede a nuevos empleos relacionados con la cultura y el turismo (animadores sociales, agentes de empleo, informadores turísticos). Se perciben indicios de recuperación en el sector primario (recuperación de viñedos, mejoras en el sector ganadero, establecimiento de nuevos cultivos) contribuyendo todo ello a un desarrollo económico y social más autosostenido y equilibrado.

El número de visitantes se incrementa en porcentajes importantes, al igual que lo hace el número de alojamientos hoteleros; la comarca cuenta en el 2002 con 511 plazas, lo que representa un crecimiento de más de un 54% con relación a 1996; destacan también los estándares de calidad que se alcanzan, en especial en las casas de turismo rural. Todo ello ha producido una consolidación del empleo familiar y, en temporada alta, una ampliación de la plantilla con la contratación de asalariados.

Entre los proyectos concretos que se han desarrollado cabe citar los siguientes:

**CENTRO COMARCAL EXPO-TRIVES:** Dentro de las acciones acometidas por el Plan de Desarrollo Comarcal de la Xunta de Galicia, en diciembre del año 1998 se inaugura este edificio que forma parte de la Red de Centros Comarcales de Galicia. Es el primero de la provincia de Ourense y en él se muestran de forma innovadora y didáctica

los recursos de la comarca, a la vez que se ofrecen servicios avanzados de alta tecnología a los visitantes y a los empresarios y habitantes de estas tierras.

**AULA DE NATURALEZA:** Ligada a una ruta de senderismo que recorre un bosque autóctono y que valoriza la oferta natural.

**CENTRO DE INTERPRETACION HISTÓRICO-CULTURAL SANTA LEONOR:** Iniciativa que reúne en un edificio, que fue antiguo colegio, y que guarda la memoria colectiva, -pues en él estudiaron muchos habitantes de la comarca-, un museo de la infancia y la escuela, con material del siglo pasado incorporando, de modo simultáneo, las nuevas tecnologías a través de una presentación multimedia en la que podemos pasear por la historia “interpretada”, de nuestra comarca.

**RECUPERACION DE LA MURALLA MEDIEVAL DE MANZANEDA.**

**PROYECTO DE DIVERSIFICACION PARA LA ESTACION DE ESQUÍ:** Buscando ampliar la oferta de servicios y contribuir a romper la estacionalidad del turismo se puso en marcha la construcción de una pequeña escuela de hípica.

**CENTRO DA IDENTIDADE GALEGA:** Conversión de un antiguo museo etnográfico en un centro interactivo que permite estudiar la relación del hombre gallego con su medio a través de la historia.

**RECUPERACION DE LA CALZADA ROMANA:** Se trata de la Vía XVIII del Itinerario Antonino que se dirigía desde Braga a Astorga y atraviesa la comarca en un tramo de más de 11 kilómetros. Su recuperación y señalización permitió la creación de una ruta temática ligada al patrimonio romano, muy presente en estas tierras.

Hay una actuación que por su originalidad merece una mención especial. Se ha puesto de manifiesto la importancia de la población local en el proceso de desarrollo sostenible; pero igualmente importante es acudir a nuevas fórmulas de presentación del producto turístico pues patrimonio y naturaleza existen en muchos lugares y es necesario ofertarlos de modo diferente para atraer al visitante y lograr que la duración media de su estancia se incremente. También es importante recuperar la memoria histórica.

El proyecto del que hablamos se denomina **TEATRO EN LOS CAMINOS**. Por el territorio comarcal, a lo largo de los tiempos, pasaron celtas, romanos, franceses... La Vía Nova, importantísimo legado patrimonial romano, parecía totalmente olvidada ante las incontables posibilidades que ofrece.

Las nuevas técnicas de interpretación del patrimonio y la naturaleza por las que diferentes autores comenzaban a apostar, facilitaron hacer realidad la idea de ofrecer representaciones teatrales en diferentes espacios de valor patrimonial. Esta iniciativa, supuso la búsqueda de fórmulas que conjugasen elementos que eran imprescindibles: población local, sostenibilidad, innovación y compatibilidad con los recursos disponibles. Se constata la necesidad de buscar ayuda externa ya que no se contaba con grupos profesionales de teatro, escenografía, dramaturgia, pero también se consideró esencial la implicación en el proyecto de un grupo de personas de la zona que adquiriesen la formación precisa para afrontar el proyecto en el futuro.

En 1999, en un tramo de la Vía Nova (Ponte Návea y Cabalar ), se monta un espectáculo teatral que consigue dotar de vida esos preciosos espacios naturales y culturales. Personajes de la memoria colectiva (El Absolutamente), y de la historia (romanos, emigrantes, franceses, irmandiños, nobles, lacayos, ...), salen al encuentro de los grupos de caminantes que recorren el sendero, les sumergen en un mundo fantástico, y les hablan del pasado y del futuro de esta tierra. En este primer período un grupo

profesional de teatro (SARABELA) realizó los trabajos de dramatización, dirección escénica y de actores etc. Es de resaltar que para este grupo también esta fórmula era totalmente nueva, ya que nunca antes se había hecho TEATRO EN LA NATURALEZA, TEATRO EN LOS CAMINOS. Junto a actores profesionales, trabajaron y aprendieron jóvenes de la Comarca.

Con cursos de formación e interpretación y buscando la implicación de más personas en el proyecto, en el año 2000 continuó el proceso de aprendizaje de los jóvenes actores locales, que en el 2001 y 2002 asumieron la totalidad del trabajo, desde el guión al vestuario, desde el maquillaje a la búsqueda de los lugares más adecuados para la representación. La iniciativa TEATRO NOS CAMIÑOS resulta innovadora y atractiva; los visitantes disfrutan de esta nueva fórmula de exposición de los valores patrimoniales y culturales que mezcla la historia de forma divertida y accesible para todos. Se incorporaron personajes de leyenda y el Bosque Animado sirvió de base a un nuevo espectáculo en el tramo del puente Cabalar (Vía Romana).

Las instituciones se interesaron por esta innovadora iniciativa; la Consellería de Familia, Promoción do Emprego, Muller e Xuventude y la Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo contribuyen al mantenimiento de esta actividad.

Como consecuencia de ello, nueve jóvenes trabajan durante el verano en esta iniciativa que despierta un interés progresivo, como lo refleja el número de asistentes y la cobertura informativa que se hace de él. Por otra parte, el grupo de jóvenes actores, que se ha constituido en Asociación, trabajan durante el año colaborando activamente en otras actividades culturales que se promueven en la Comarca. En el presente año 2002, por primera vez las representaciones se han trasladado a otros municipios de la comarca, sin perder nunca de vista la implicación y la participación de la población local.

Este proyecto innovador ha permitido la creación de un producto turístico diferente, novedoso, participativo y abierto, con total apoyo de los jóvenes locales, y ha permitido la dinamización de la población local de la comarca Terra de Trives.

#### **4. A MODO DE CONCLUSIÓN.**

El producto turístico nace de la conjunción del recurso y la visión que del mismo tienen los habitantes de la comarca; ellos han de ser sus mejores vendedores. El patrimonio puede actuar como dinamizador y al mismo tiempo como producto turístico diferenciado; la diferenciación es vital para conseguir establecerse en un mercado competitivo. El producto se comercializa como una imagen que no se puede valorar hasta que se ha consumido-utilizado, por ello es tan importante crear una expectativa en el consumidor, por eso ha de ser objeto, primero, del consumo local.

El producto “TRIVES” está compuesto por la interrelación de dos factores: la estación de esquí-montaña y el turismo natural-cultural y gastronómico. Ambos son complementarios pero independientes y están creciendo y atrayendo públicos diferentes y diversos. Construir un producto turístico de interior como el que se ha intentado en esta comarca, es un proceso complejo puesto que no es la suma de recursos, actividades o iniciativas sino que se acerca más a una operación de conceptualización y síntesis de diversos elementos y recursos. Es necesaria, por tanto, una visión global e integradora, en la que entrará en juego el concepto de interpretación.

Podemos definir el concepto de interpretación como la teatralización de un recurso, hacerlo permeable a los sentimientos del que lo contempla, hacérselo vivir,



sentir, oír, oler, .. implicar a todos los sentidos en la percepción del mismo; se busca emocionar al espectador en la transmisión de lo que queremos que entienda. Lo más importante es conseguir captar la atención del espectador, el resto está hecho; por eso el marketing es fundamental en la puesta en marcha de un plan turístico. No podemos olvidar que estamos en un mercado global, en el que no hay barreras ni fronteras y donde la intangibilidad de un destino turístico hace que la comunicación adquiera una importancia relevante.

Este concepto liga perfectamente con el concepto de innovación, hacer las cosas de manera diferente a como se han hecho hasta ahora, con imaginación, que es el gran sustituto de la falta de dinero, y con la definición de emprendedor, que es ser imaginativo, abierto, comprometido con el mundo del progreso, hacer algo que nadie está haciendo y que marca una diferencia en un mercado donde la competencia es feroz, siendo por ello la diferenciación fundamental. Se debe presentar la oferta de un modo atractivo, diferente e incluso participativo.

En la planificación, además de fijar objetivos, estructurar inversiones y establecer calendarios, es importante planificar los recursos humanos; sólo ellos van a conseguir que el proyecto de desarrollo resulte sostenible. Para lograrlo es importante identificar correctamente estos recursos y en este aspecto, la gestión de los recursos humanos tiene un papel trascendental en la construcción de la industria turística, para generar proyectos que sean financieramente independientes. Hoy, la población de la comarca es consciente de la importancia de su participación en el proceso de desarrollo que es un proceso de cambio, de nuevos enfoques sobre los recursos existentes y de que ella es el actor principal para su propio avance, porque sólo así estará “condenada” al progreso.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- BOTE GÓMEZ, V. 2001. *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía social*. Edit. Popular Editorial. Madrid.
- PRECEDO LEDO, A. 1994. *Desenvolvemento territorial e planificación comarcal. O Plan de Desenvolvemento Comarcal de Galicia*. Colección Monografías nº 2. Edit. Presidencia. Xunta de Galicia. Santiago de Compostela.
- VALENZUELA RUBIO, M (COORD.) 1997: *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*. Edit. Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid.
- Plan Estratégico de la comarca de Terra de Trives. Plan de Desenvolvemento Comarcal de la Xunta de Galicia. Inédito. Santiago, 2001