

Jihočeská Univerzita v Českých Budějovicích

Fakulta Pedagogická

Ústav romanistiky Filozofické Fakulty JU



Bakalářská práce

**Agroturistika a zážitková turistika v oblasti Rías Baixas**

Autor: Vendula Kratochvílová, SJEMO 3

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Miroslava Aurová, Ph.D.

České Budějovice 2008

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma **Agroturistika a zážitková turistika v oblasti Rías Baixas** vypracovala samostatně s použitím pramenů uvedených v bibliografii.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce v nezkrácené podobě Pedagogickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 20. dubna 2008

.....

## Poděkování

Děkuji vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Miroslavě Aurové, Ph.D. za trpělivé a motivující vedení, cenné rady a podnětné připomínky k jazykové i obsahové stránce textu. Dále děkuji RNDr. Jiřímu Šípovi, Ph.D. z katedry geografie Pedagogické fakulty Jihočeské univerzity za ochotu konzultovat problematická témata vztahující se k zážitkové turistice. Děkuji také Mgr. et Mgr. Ivo Petřů z ústavu romanistiky Filozofické fakulty JU za pomoc při zpracování názvů použitých legislativních pramenů. Nakonec bych ráda poděkovala Bc. Radce Kratochvílové, mojí mamince, za podporu a čas strávený četbou a částečnou korekturou této práce.

## **Anotace**

Tématem bakalářské práce je agroturistika a zážitková turistika v oblasti Rías Baixas. Cílem práce je určit a popsat hlavní typy agroturistiky a zjistit stav zážitkové turistiky v daném regionu. V úvodních kapitolách jsou představeny pojmy zážitková turistika a agroturistika. Následuje kapitola věnovaná úvodu do marketingu, jelikož autorka v této práci analyzuje techniky marketingu na internetu jednotlivých ubytovacích zařízení. Dále je představen region Galicie a oblast Rías Baixas. Jádrem práce je analýza agroturistiky a jejích ubytovacích zařízení v oblasti Rías Baixas a jejich marketing prostřednictvím internetového média.

## **Abstract**

The theme of this bachelor thesis is agrotourism and tourism of events in the region Rías Baixas. The aim of the work is to determine, analyze and describe main types of agrotourism and the status of tourism of events in the region. In the opening chapters there are presented conceptions of agrotourism and tourism of events. Following chapter presents an introduction to marketing itself because the work involves also the analysis of techniques of marketing of particular accommodation facilities on the Internet. Next chapters deal with the region of Galicia and Rías Baixas. The crucial part of the work is the analysis of agrotourism and its accommodation facilities in Rías Baixas as well as its Internet marketing.

# Osnova

<b>ÚVOD .....</b>	<b>1</b>
CÍLE PRÁCE.....	1
METODIKA PRÁCE.....	2
<b>1. ZÁŽITKOVÁ TURISTIKA .....</b>	<b>6</b>
<b>2. VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH.....</b>	<b>7</b>
<b>3. AGROTURISTIKA .....</b>	<b>8</b>
3.1. Charakteristika agroturistiky .....	8
3.2. Vznik a historie agroturistiky .....	9
3.3 Hlavní typy agroturistiky v zahraničí.....	9
<b>4. MARKETING .....</b>	<b>10</b>
4.1. Charakteristiky marketingu .....	10
4.2. Marketingové nástroje v cestovním ruchu a agroturistice.....	11
4.3. Marketing na internetu .....	15
4.3.1. <i>Přímý marketing na webových stránkách</i> .....	15
<b>5. GALICIE .....</b>	<b>17</b>
5.1 Geografie a členění.....	17
5.2 Historie.....	17
5.3 Obyvatelstvo a kultura .....	18
5.4 Ekonomie regionu .....	20
<b>6. OBLAST RÍAS BAIXAS.....</b>	<b>20</b>
6.1. Geografické členění.....	20
6.1.1. <i>Ría de Muros y Noia</i> .....	20
6.1.2. <i>Ría de Arousa</i> .....	21
6.1.3. <i>Ría de Pontevedra</i> .....	21
6.1.4. <i>Ría de Vigo</i> .....	21
6.2 Administrativní členění oblasti .....	22
6.3. Rías Baixas jako turistický cíl.....	24
<b>7. VENKOVSKÁ TURISTIKA V OBLASTI RÍAS BAIXAS .....</b>	<b>27</b>
7.1. Venkovská turistika.....	27
7.2. Sdružení venkovského cestovního ruchu .....	27
7.3. Ubytování.....	28
7.3.1 <i>Klasifikace a způsoby využití venkovských zařízení</i> .....	29
7.4. Cenová politika .....	30
<b>8. AGROTURISTIKA V OBLASTI RÍAS BAIXAS .....</b>	<b>31</b>

8.1. Labužnická turistika v Rías Baixas .....	31
8.1.1. Ruta do Viño Rías Baixas .....	31
8.1.1.1. Systém připojení podniků ke stezce vína .....	33
8.1.2. Gastronomické a tradiční slavnosti .....	33
8.2. Agroturistika s poskytováním přístřeší.....	35
8.2.1. Casas de labranza: vzhled .....	36
<b>9. CASAS DE LABRANZA V OBLASTI RÍAS BAIXAS .....</b>	<b>37</b>
9.1. Popis domů z hlediska lokalizace.....	37
9.2. Analýza domů z hlediska vybavení a cen .....	39
9.3 Casas de labranza oblasti Rías Baixas a jejich marketing na internetu.....	40
9.4 Zprostředkovaný marketing casas de labranza.....	45
<b>10. ZÁŽITKOVÁ TURISTIKA V OBLASTI RÍAS BAIXAS .....</b>	<b>46</b>
10.1 Adrenalinové sporty .....	46
10.2 Seznam aktivit a podniků .....	47
<b>11. FINANČNÍ PODPORY Z PROSTŘEDKŮ EU PRO VENKOVSKÝ CESTOVNÍ RUCH .....</b>	<b>48</b>
<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>51</b>

## Úvod

Cestovní ruch se stává stále rozmanitějším. V dnešní době není jediným lákadlem poznávání nových míst a exotických krajů. Nynější cestovní ruch se zaměřuje na poznávání odlišných stylů života a získávání nových zážitků a zkušeností. Toto by se dalo shrnout pojmem zážitková turistika, ačkoliv definice tohoto pojmu se dodnes ještě zcela nevyrýsovala. Lidé v dnešní době disponují větším fondem volného času. Zvyšuje se i finanční částka, kterou jsou ochotni do nového zážitku vložit. Zároveň však požadují alternativu, která by co nejlépe odbourala stres nashromážděný během pracovního procesu. Pro jedny může být takovou alternativou pobyt ve venkovském prostředí na typické farmě, tedy tzv. agroturistika. Spolužití s farmářskou rodinou, proniknutí do venkovského života, dokonce i malá výpomoc v zemědělství je zajisté antistresovou terapií vyhledávanou především lidmi z velkoměst. Jiní se stresu zbavují naprosto odlišným způsobem, tedy aktivní turistikou, do které spadají i adrenalinové sporty. Tato práce se věnuje právě těmto formám cestovního ruchu v jenom konkrétním regionu, a sice v oblasti jižní Galicie zvané Rías Baixas.

Výběr tématu má původ v mém ročním studijním pobytu právě ve zmíněné oblasti. Pro tento region, který je součástí tzv. „zeleného Španělska“<sup>1</sup>, jsou charakteristické rozlehlé lesy, hory a zátoky. Českého návštěvníka musí ovšem zaujmout místní venkovský styl života: typičtí drobní zemědělci obdělávající svá políčka, ženy žnoucí trávu srpem a osamocené kamenné domky uprostřed lesa či tabákových plantáží. Dostat se do kontaktu se zarputile působícími venkovany či dokonce strávit čas v jejich obydlí představuje skutečný zážitek.

## Cíle práce

Cílem této bakalářské práce je zjistit stav agroturistiky v oblasti Rías Baixas. Jaké jsou perspektivy agroturistiky v daném regionu a zda jsou náležitosti spojené s agroturistikou ošetřeny zákonem. Dále se pokusíme zjistit, jaké typy agroturistiky jsou v oblasti Rías Baixas zastoupeny.

Další část práce bude věnována průzkumu ubytovacích zařízení využívaných pro agroturistiku. Cílem je zmapovat, v jakých místech regionu se tato zařízení nacházejí,

---

<sup>1</sup> Jako „zelené Španělsko“ bývá označována severní část Španělska, konkrétně Galicie, Asturias, Kantabrie a Baskicko. Je charakteristická vyšším úhrnem srážek a bujnou vegetací v porovnání se zbytkem Pyrenejského poloostrova.



popřípadě vyhledat či vytvořit přehlednou mapu těchto zařízení. Dále se pokusíme zjistit, zda jsou tato zařízení nějakým způsobem odlišena od ostatních ubytovacích zařízení cestovního ruchu, jakou mají podobu a v jakých cenových relacích se pohybují.

Vzhledem k modernitě dnešní doby se pokusíme zjistit, zda tato zařízení provozují marketing prostřednictvím internetu. V případě, že tomu tak bude, je jako další cíl stanovena analýza internetových stránek jednotlivých zařízení z hlediska principů správného marketingu na internetu. Mezi hodnocenými položkami by měla být atraktivita stránek, přehlednost, grafické provedení a stylizace stránek (venkovské motivy) atp.

Dalším cílem, týkajícím se ubytovacích zařízení pro agroturistiku, bude získání informací o cílové skupině lidí, na kterou se agroturistika zaměřuje.

V závěrečných kapitolách si práce klade za cíl zjistit stav aktivního cestovního ruchu a zaměřit se především na extrémní zážitkovou turistiku, tedy na adrenalinové sporty v oblasti Rías Baixas. Pokusíme se sestavit seznam nabízených aktivit a firem, které tyto aktivity zprostředkovávají.

Poslední část této bakalářské práce má za cíl zjistit, zda existují finanční dotace poskytované Evropskou Unií na rozvoj agroturistiky, popřípadě venkovského cestovního ruchu jako takového v daném regionu. V případě, že se podobné podpory udělují, bude třeba zmínit podmínky jejich udělování a v jaké finanční výši jsou poskytovány.

## **Metodika práce**

Práce je založena na pojmech zážitková turistika, venkovská turistika a agroturistika. Pro objasnění těchto pojmů jim věnuji první kapitoly práce. Jak již zmiňuji v úvodu, pojem zážitková turistika prozatím není ještě zcela definovaný, jelikož proniká napříč všemi disciplínami cestovního ruchu. Kvůli nedostatku informací jsem se obrátila na odborníka přes cestovní ruch, RNDr, Jiřího Šípa, Ph.D, aby objasnil a shrnul podstatu zážitkové turistiky.

Následuje úvod do problematiky marketingu a marketingu na internetu, ze kterého bude posléze vycházet analýza webových stránek venkovských domů určených pro agroturistiku. Další kapitoly se již věnují sledovanému regionu. Nejprve je popsána Autonomní oblast Galicie, ve které se sledovaný region nachází. Vzhledem k velmi redukovaným informacím o tomto regionu jsem byla nucena používat zahraniční, především internetové zdroje. V podkapitole o obyvatelstvu a kultuře jsem využila vlastní

poznatky a zkušenosti. Popis oblasti Rías Baixas vychází taktéž hlavně z oficiálních internetových zdrojů (portál Xunty de Galicia). Vzhledem k zaměření práce byla do kapitoly o této oblasti zařazeno i hodnocení regionu jako turistického cíle. Toto hodnocení vychází z oficiální studie centra cestovního ruchu *Turismo Rías Baixas*.

Kapitola sedm se věnuje venkovskému cestovnímu ruchu v oblasti Rías Baixas. Jelikož venkovský cestovní ruch je zde velmi rozšířený, nebylo těžké získat potřebné základní informace. Tato kapitola dále vychází z galicijské legislativy, která upravuje podmínky ubytování ve venkovském cestovním ruchu (pouze ve španělštině či galicijštině). Pro napsání podkapitol o ubytování, o dělení venkovských domů a o cenové politice bylo nutné zpracovat zákon zabývající se touto problematikou z roku 1997 a především dekret z roku 2004, který rozděluje venkovská ubytovací zařízení do čtyř kategorií a určuje minimální rozměry jednotlivých zařízení.

Agroturistice v oblasti Rías Baixas se věnuje kapitola osmá. Ta je rozdělena do dvou logických celků podle typu agroturistiky: labužnická agroturistika a agroturistika s poskytováním ubytování. Veškeré informace byly získány z internetových zdrojů oficiálních touroperátorů v daném regionu (především *Turismo Rías Baixas*). Jelikož je oblast Rías Baixas vinařským regionem, je část o labužnické agroturistice zaměřena především na „Stezku vína“, která je jasným příkladem labužnické agroturistiky v této oblasti. Vedle této stezky jsou popsány vybrané typické gastronomické a tradiční slavnosti. Informace o těchto slavnostech jsem získala z webu *Turismo Rías Baixas*. Kapitola se dále věnuje agroturistice s poskytováním přístřeší. Tato část srovnává počet ubytovacích zařízení pro agroturistiku v oblasti Rías Baixas s ostatními provinciemi Galicie. Toto srovnání vychází ze zdrojů Xunty de Galicia. Na jejích stránkách bylo třeba najít sekci, která se věnuje cestovnímu ruchu. K vytvoření tabulky byl použit „Adresář podniků a aktivit cestovního ruchu (Ubytování v cestovním ruchu)“ vydaný Xuntou de Galicia. Z tohoto adresáře byly získány i mnohé informace pro kapitolu devátou, která analyzuje venkovské domy určené pro agroturistiku (*casas de labranza* neboli domy skupiny C) v regionu Rías Baixas.

Již zmíněná devátá kapitola je zásadní kapitolou této práce. Jde o originální analýzu ubytovacích zařízení pro agroturistiku. Jelikož podobná analýza nebyla dosud vytvořena, bylo sepsání této kapitoly časově velmi náročné.

Nejprve bylo nutné vytvořit orientační plánec domů skupiny C. Ze získaných informací o jednotlivých domech byla určena jejich poloha na mapě. Následně byly

všechny domy označeny čísly a zaneseny do mapky provincie Pontevedra. Na základě tohoto plánu byla také vypočítána vzdálenost jednotlivých domů od hlavního města provincie. Atraktivitu venkovských domů zvyšuje jejich umístění na „Svatojakubské cestě“ neboli *Camino de Santiago*. Aby mohl být vytvořen seznam domů, které na této cestě leží, bylo třeba zkontrolovat informace z webových stránek TURGALICIA, který poskytuje informace o ubytovacích zařízeních cestovního ruchu formou „oficiálních elektronických brožur“. Bylo třeba vyhledat informační materiály zabývající se venkovským cestovním ruchem, v ní vyhledat část, která se zabývá domy skupiny C v provincii Pontevedra. Poté bylo třeba projít informace o jednotlivých domech a zaznamenat, které z nich mají označení „lastury“, což je znak „Svatojakubské cesty“. Stejným postupem byly zpracovány informace o vzhledu jednotlivých domů a cenách za ubytování.

Další podkapitolou je hodnocení *casas de labranza* z hlediska jejich marketingu na internetu. Podle vytvořeného seznamu domů byly vyhledávány jejich webové stránky, na kterých propagují své služby. Bylo vytvořeno procentuální srovnání domů, které provozují přímý marketing na internetu a domů, které používají jiné formy marketingu. Vlastní webové stránky domů byly následně srovnávány a hodnoceny. Na všech stránkách bylo nutné vyzkoušet jejich funkčnost a zhodnotit je z hlediska vizuální atraktivity. Dále byla hodnocena přítomnost venkovských motivů, vzhledem k zaměření domů.

Dále byl vybrán vzorek šesti domů s vlastními webovými stránkami. Na těchto stránkách byla hodnocena přítomnost základních orientačních prvků v podobě interaktivních odkazů. V případě, že stránky obsahovaly interaktivní odkazy, musela být vyzkoušena jejich funkčnost. Následovalo zhodnocení daných webových stránek z jazykového hlediska. Některé ze stránek měly uvedeny odkazy na cizojazyčné verze. Ty ovšem nefungovaly.

Předposlední část kapitoly číslo devět je věnována cílové skupině obyvatel, na kterou jsou venkovské domy skupiny C s přímým marketingem na internetu zaměřeny. Bohužel jsem nezískala žádné konkrétní údaje o klientele domů. Domy, které byly osloveny na výzvu o poskytnutí informací nereagovaly. Text o cílové skupině obyvatel je tedy vlastním úsudkem na základě získaných informací.

Závěr kapitoly je věnován domům, které využívají zprostředkovaného marketingu. Bylo vytvořeno schéma, které uvádí domy skupiny C využívající služeb cestovních kanceláří. Údaje pro vytvoření tohoto schématu byly získány opět postupným studováním informací o jednotlivých domech skupiny C.

Kapitola s číslem deset se věnuje zážitkové turistice v oblasti Rías Baixas, konkrétně je zaměřena na adrenalinové sporty. Většina informací je získána opět z „elektronických brožur“ entity TURGALICIA. Aby byla tato práce účelná, je v této kapitole uveden seznam aktivit a podniků, které tyto aktivity nabízejí.

Závěrečnou část práce tvoří kapitola o finančních podporách z prostředků Evropské Unie pro venkovský cestovní ruch. Veškeré uvedené informace byly získány z nařízení Výboru pro průmysl a inovaci Xunty de Galicia z 19.dubna 2007, které stanovuje regulační položky pro udělování podpor podnikům cestovního ruchu na podporu cestovního ruchu ve venkovském prostředí. Toto nařízení je k dispozici pouze v galicijštině.

## 1. Zážiteková turistika

Ačkoliv je zážitková turistika poměrně novým oborem cestovního ruchu, během velmi krátké doby se stala jedním z nejprogresivnějších. Vedle poznávání nabízí návštěvníkovi i emocionální vjemy a možnost aktivní účasti.

Zážiteková turistika se poprvé objevila jako marketingový tah na podporu prodeje. Oficiálně vznikla ve skotských palárnách, kde mají návštěvníci při exkurzích už po léta možnost vyrobit si svůj vlastní nápoj. Na místo pasivního přihlížení mají turisté možnost aktivně se podílet na činnosti, zpracování a výrobě. Následně vlastní výrobky pochopitelně ochutnávají. Klasický koncept turismu „na vlastní oči“ se tedy mění v poznávání „na vlastní kůži“.

RNDr. Jiří Šíp, Ph.D. z katedry geografie Pedagogické fakulty Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích<sup>2</sup> popisuje zážitkovou turistiku jako marketingový nástroj v cestovním ruchu, který vznikl s cílem vytvořit nové, dobře prodejné produkty cestovního ruchu. Prodejci podle něj útočí na přebytky financí různých společenských vrstev a používají psychologických nástrojů mondénnosti.

Zážiteková turistika zahrnuje mnoho odvětví turismu. Mezi hlavní typy patří gastronomická neboli labužnická turistika, aktivní turistika a ekoturistika. Do konceptu zážitkové turistiky tedy spadá i agroturistika a ekoagroturistika. Dnešní zážitková turistika je dynamická forma cestovního ruchu závislá na poptávce. V posledních letech se jako její stěžejní odvětví rýsují adrenalinovými sporty a další extrémní aktivity.<sup>3</sup>

V tabulce č.1 jsou uvedeny příklady aktivit zážitkové turistiky, především tedy „aktivního cestovního ruchu“ podle toho, zda se odvíjejí na souši, ve vodě či ve vzduchu.

V návaznosti na rozmach tohoto produktu cestovního ruchu se rozšiřují i nabídky cestovních kanceláří. Na českém trhu cestovního ruchu uveďme jako příklad cestovní kancelář Poznání<sup>4</sup>, která ve své nabídce služeb poskytuje i možnost strávení aktivní dovolené například s kulinářstvím atp. Trh cestovního ruchu se dále rozšiřuje o firmy, které se zaměřují výhradně na adrenalinové sporty, vznikají nové balíčky služeb jako je ubytování na vinné stezce s řízenou degustací vín apod.

---

<sup>2</sup> Osobní komunikace.

<sup>3</sup> Pro přiblížení pojmu zážitková turistika doporučuji práci Sungové,H, Morrisona, A.M. a T. O'Learyho,J. *Definition of Adventure Travel: Conceptual Framework for Empirical Application from the Providers' Perspective.*

<sup>4</sup> [www.poznani.cz](http://www.poznani.cz)

Tabulka č. 1: Příklady aktivit podle prostředí, ve kterém se provozují

Na souši	Ve vodě	Ve vzduchu
Pěší turistika	Kajak	Let balónem
Bunjee-jumping	Windsurfing	Seskok padákem
Horolezectví	Potápění	Parašutismus
Cykloturistika	Šnorchlování	
Slaňování kaňonů	Hydrospeeding <sup>5</sup>	
Dobrodružný okruh – je zahrnuto více druhů aktivit		

## 2. Venkovský cestovní ruch

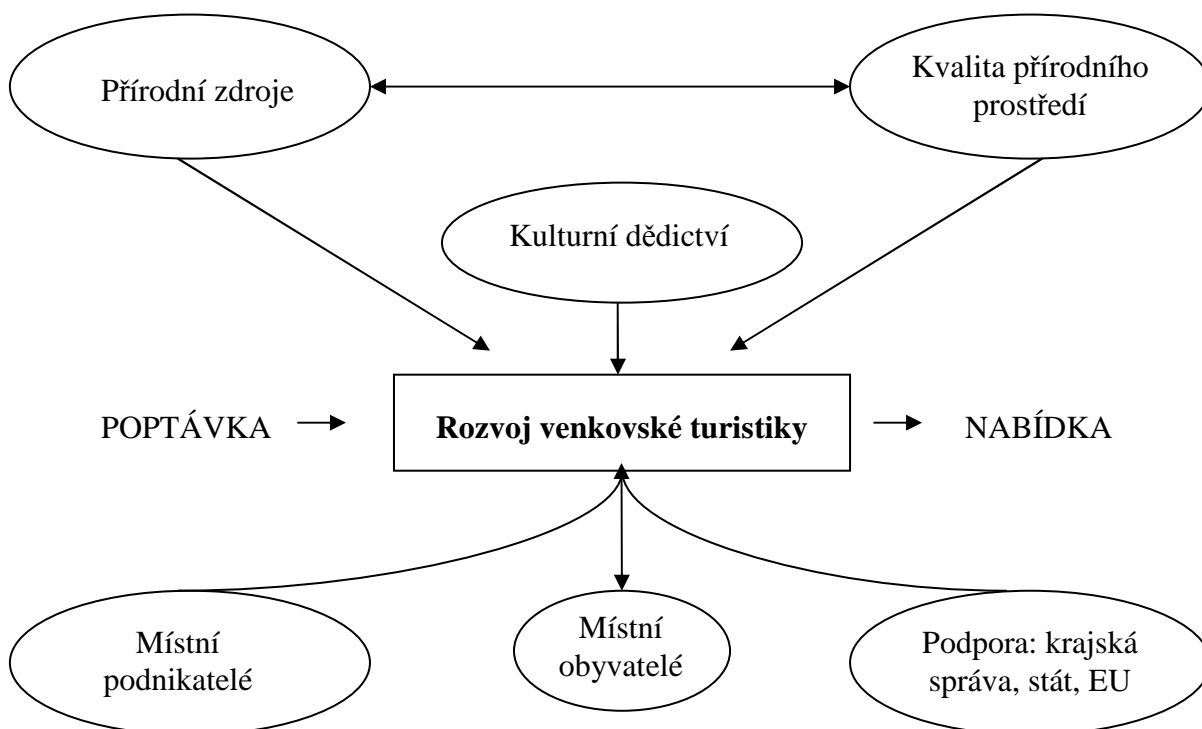
Jak uvádí Pourová (2002:44), venkovská turistika je „cestovní ruch rozvíjející se mimo oblasti rekreačních a turistických center i mimo oblast městského osídlení. Zahrnuje rekreační pobyty ve vesnickém osídlení i mimo něj (chatových lokalitách, samotách i v malých městečkách). Převážně je však vázán na venkovské osídlení spjaté se zemědělstvím a životem na venkově.“ Venkovský cestovní ruch, označovaný také jako venkovská či rurální turistika, je provozován v různých formách. Nejtypičtější jsou: vesnická turistika, agroturistika či ekoagroturistika.

Zejména v ekonomicky vyspělých státech se venkovská turistika stává velmi populární a stále žádanější. „Její ekonomický a sociální přínos spočívá v možnosti realizovat doplňkový finanční zdroj pro zemědělce a současně vytvářet nové pracovní příležitosti pro ostatní obyvatele venkova“ (Šimková 2006:220). Tento typ cestovního ruchu je perspektivní a ekologicky příznivou formou turistiky, jejíž rekreační aktivity nemají nepříznivý dopad na životní prostředí. Jak dále uvádí Šimková, venkovská turistika se řídí odpovědnými principy, jako je například environmentální etika či minimální degradace zdrojů a je spíše biocentricky než homocentricky zaměřená, což znamená, že návštěvník či turista nemění prostředí, do kterého přijíždí. Tento přístup řadí rurální turistiku mezi tzv. „měkké“ formy cestovního ruchu.

Venkovská turistika čerpá z kulturního dědictví a přírodního prostředí. Může proto být nápomocna jako podpůrný prvek ekonomického a sociálního rozvoje regionu. Tento vztah vyjadřuje následující schéma:

<sup>5</sup> Hydrospeeding neboli jízda na hydrospeedu. Hydrospeed je větší plovák, na kterém se leží horní polovinou těla, přičemž dolní je ve vodě.

Schéma č. 1: Zdroje ovlivňující rozvoj venkovské turistiky (Šimková 2006:220)



### 3. Agroturistika

#### 3.1. Charakteristika agroturistiky

Agroturistika bezprostředně využívá přírodu a krajinu venkova. Charakterizuje ji přímý vztah účastníka k zemědělským usedlostem a pracím. Cestovní ruch se tedy odvíjí na zemědělských farmách nebo v objektech středních a větších zemědělských podniků. „Agroturistika je provozována podnikateli v zemědělské prvovýrobě jako vedlejší, doplňková činnost sloužící k získání dodatečných finančních prostředků s tím, že zemědělská výroba by měla být činností dominantní“ ( Pourová 2002:46).

Agroturistika se během posledních let stala oblíbenou prázdninovou alternativou, která dovoluje cestovateli plně se ponořit do venkovského prostředí, ale tentokrát ne již jako pouhý pozorovatel. Je pro ni charakteristický souhrn služeb poskytovaných zemědělským subjektem – ubytovací, stravovací a ostatní služby. Vedle činností na farmě i v jejím okolí jsou návštěvníkům nabízeny možnosti zážitků za účelem rekreace a odpočinku. Návštěvník má tak možnost poznávat přírodní a kulturní bohatství dané lokality. Pojem agroturistika tedy zahrnuje veškerou činnost účastníka cestovního ruchu

v prostředí venkova. Je s ní úzce spjatá ekoagroturistika. Ta funguje na naprosto stejných principech, ovšem cílem turistů jsou v tomto případě ekofarmy.

Neopominutelným znakem agroturistiky, který ji odlišuje od ostatních odvětví cestovního ruchu, je možnost volného pohybu turistů po farmě i jejím okolí spolužití s farmářskou rodinou. Díky úzkému osobnímu kontaktu dochází k bohaté kulturní výměně mezi obyvateli venkova a návštěvníky z města. Agroturistika jako tzv. „měkká forma cestovního ruchu“ je šetrná k životnímu prostředí a notně přispívá k rozvoji venkova, k udržování tradic a zvyků.

### **3.2. Vznik a historie agroturistiky**

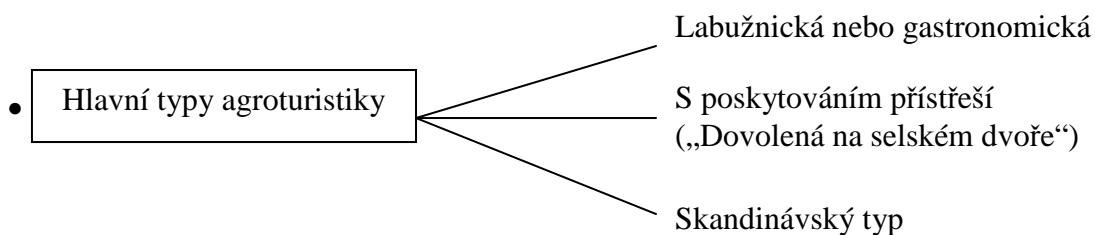
Nápad hostit turisty za poplatek ve venkovském prostředí se organizovaně vyvíjí od padesátých let dvacátého století jak v Evropě, tak i v Severní Americe. Nabídka těchto služeb vznikla zcela spontánně vzhledem k potřebám výletníků v dané lokalitě. Například francouzští zemědělci žijící v hojně navštěvovaných oblastech se rozhodli poskytnout část svých obydlí návštěvníkům k noclehu nebo i k několikadennímu pobytu. Přitom jim poskytovali potraviny a místní produkty. Postupně se vyvíjely organizace, které zajišťovaly plánování turistických pobytů v obydlích zemědělců a snažily se získat podporu a uznání veřejného sektoru. Tato idea se časem rozšířila natolik, že se jí dostalo oficiální podpory ze strany příslušných ministerstev. Byly vytvořeny normy pro zlepšení kvality služeb, vznikly propagační strategie a během poměrně krátké doby dobila agroturistika významnou část evropského trhu cestovního ruchu. Knižní publikace neuvádějí počet účastníků na venkovském cestovním ruchu, ovšem podle internetových zdrojů tráví přes 25% obyvatel Evropské Unie své dovolené právě ve venkovském prostředí. V České republice se tento typ turistiky rozvíjí od roku 1989, kdy došlo k restrukturalizaci zemědělské výroby a tedy k výrazným změnám venkova.

### **3.3. Hlavní typy agroturistiky v zahraničí**

Je třeba rozlišovat funkci zemědělství, respektive zemědělce v cestovním ruchu. Podílí se na něm buď jako producent potravin, poskytovatel služeb nebo jako kapitálový investor. Podle jeho postavení rozlišuje Pourová (2002:50) tři hlavní typy agroturistiky (schéma 2) :



Schéma č. 2: Hlavní typy agroturistiky (Pourová 2002:50)



- Labužnická nebo gastronomická agroturistika - je založena na přímém odbytu regionálních specialit vlastními hosty, stálými odběrateli či restauracemi. Jak uvádí Pourová, „tato forma agroturistiky může (ale nemusí) být spojená s poskytováním vlastních zpracovaných produktů.“ Tento typ převládá v zemích Středomoří a částečně ve Francii. Typickým příkladem jsou tzv. „Ulice vína“ nebo „Ulice sýra“, tedy speciálně orientované ulice, části měst, či stezky.
- Agroturistika s poskytováním přístřeší – jejím typickým příkladem je „dovolená na selském dvoře“. V tomto případě farmář neposkytuje pouze nocleh, ale i další služby k uspokojení potřeb návštěvníka (turisty). Účelem této činnosti je získávání vedlejšího příjmu.
- Skandinávský typ agroturistiky – klade důraz na pronajímání s malým poskytováním služeb nebo zcela bez služeb. Jde na příklad o pronajímání kempinkových ploch – kapitálově extenzivní druh agroturistiky, prázdninových domů nebo bytů – kapitálově intenzivní druh. V posledních letech se tato forma agroturistiky rozšiřuje i do střední Evropy.

## 4. Marketing

### 4.4. Charakteristiky marketingu

Marketing je pro podnikání v tržní ekonomice nezbytný. Schopnost adaptovat se na složité podmínky fungování trhu je základní podmínkou toho, aby byl podnikatel úspěšný. Musí být flexibilní v reakcích na vzniklé situace a aktivně působit na dynamické vztahy mezi nabídkou a poptávkou.

„Marketing je filozofie podnikání. Je to umění, kterým podniky docilují realizace své produkce na trzích. Znamená to, že vytvářejí nabídku orientovanou podle potřeb zákazníků, podmínek okolí a v závislosti na chování konkurence“ (Pourová 2002:84).

Ve svém pojetí se marketing výrazně odlišuje od prodeje. Jeho primární snahou není prodat určitý typ zboží, ale vyrobit a dodat takový produkt, který vyhovuje požadavkům a potřebám zákazníka. Těmto potřebám přizpůsobuje vše od vývoje zboží až po jeho propagaci. Jedním z nástrojů marketingové komunikace je reklama.

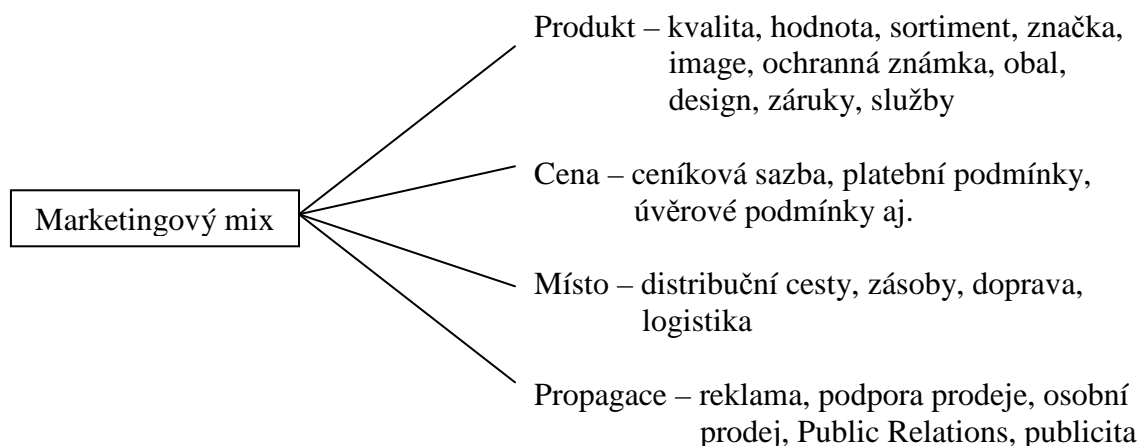
Marketing se realizuje za předpokladu, že existují dvě nebo více stran s neuspokojenými potřebami. Tyto strany si musí přát a musí být schopny tyto potřeby vzájemně uspokojit. Aby mohlo dojít k uspokojení potřeb na všech stranách, musí mezi stranami existovat komunikace. To znamená, že zákazník musí vědět o existenci výrobku a obchodník musí znát trh a potenciální zákazníky.

#### 4.2. Marketingové nástroje v cestovním ruchu a agroturistice

Cestovní ruch je velmi rychle se měnící odvětví. Trh se stává stále komplexnější a členitější a konkurence profesionálnější. Proto je cestovní ruch včetně agroturistiky nucen zavádět nové služby a lépe volit cílové trhy.

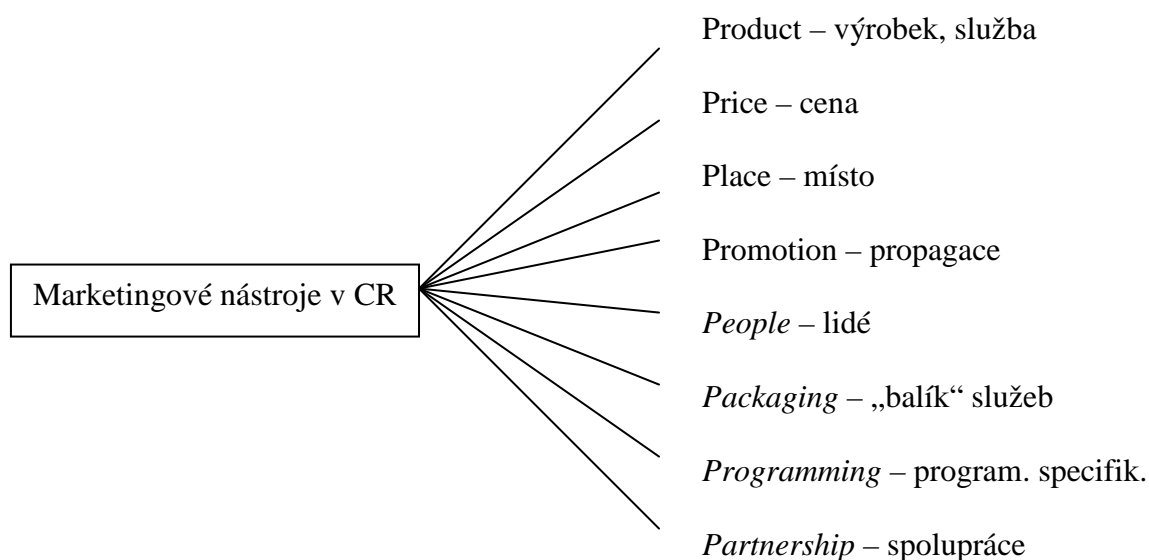
Aby podnik (podnikatel) dosáhl žádané reakce na cílovém trhu, vytváří si tzv. „marketingový mix“. Je také známý jako „4P“ – *produkt, price, place, promotion*. Jde tedy o systém marketingových nástrojů, který působí jako celek (viz schéma č. 3) Jeho tvorba je, vzhledem ke stále větší náročnosti zákazníka, velmi náročná.

Schéma č. 3: Marketingový mix (Pourová 2002:92)



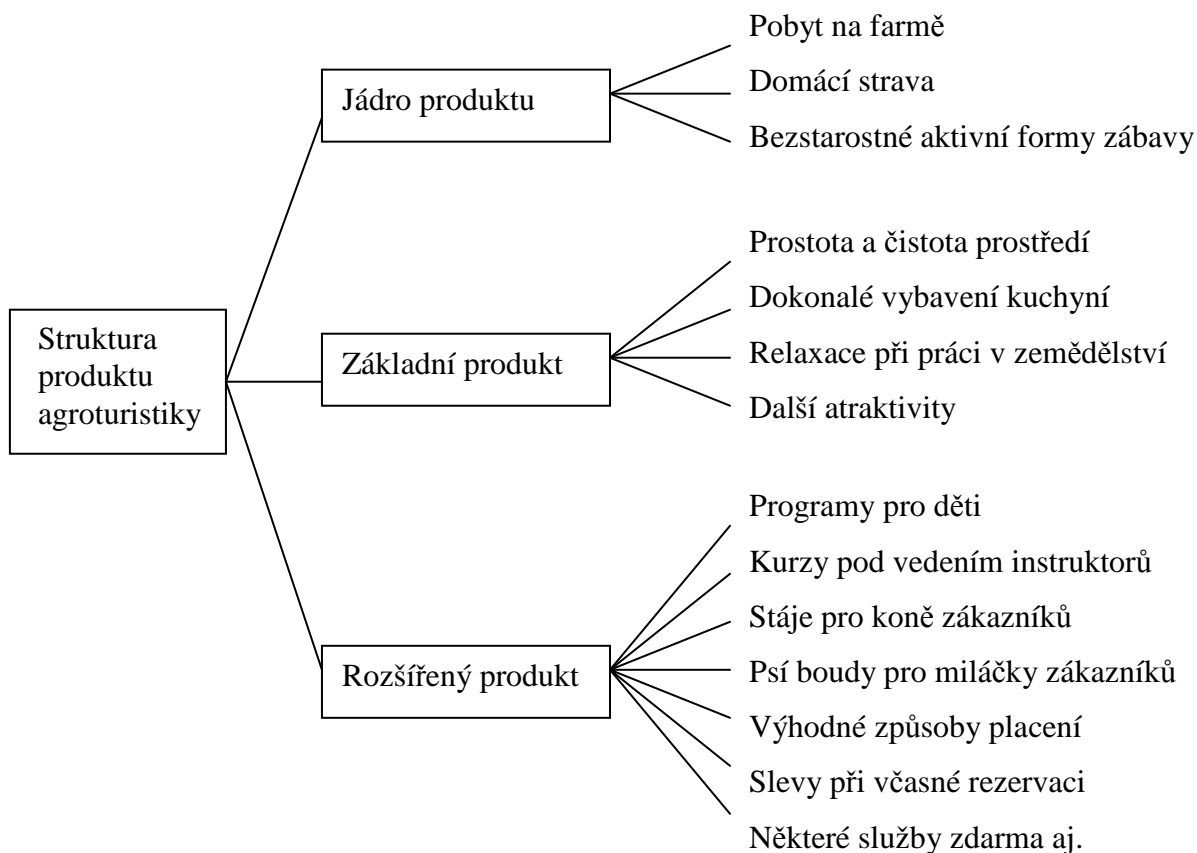
Tyto základní čtyři marketingové nástroje nejsou ovšem v cestovním ruchu dostačující. „4P“ se v marketingu cestovního ruchu rozšiřuje na „8P“, tedy na osm nástrojů, viz následující schéma:

Schéma č.4: Marketingové nástroje v cestovním ruchu (CR) (Pourová 2002:93)



**Produkt** – je velice široký pojem. Shrnuje veškerou nabídku na trhu cestovního ruchu v jeden celek. Jsou jím jak hmotné výrobky, tak i služby. Produkt podnikání v agroturistice tvoří *jádro produktu, základní produkt a rozšířený produkt* (schéma č. 5). Jádro produktu má motivovat zákazníka ke koupi nabízeného produktu a představuje základní nabízené služby. Je doplněno tzv. základním produktem. Ten zahrnuje kvalitu produktu, rysy nabídky a stylovost. Právě základním produktem se podnikatel v agroturistice snaží odlišit od konkurence a bezprostředně reagovat na přání zákazníků. Rozšířený produkt pak představují další výhody zvyšující hodnotu nabídky. Struktura produktu agroturistiky je shrnuta v následujícím schématu:

Schéma č. 5: Struktura produktu agroturistiky (Pourová 2002:94)



**Cena** – je důležitým nástrojem marketingu. V rámci cenové politiky se mohou v agroturistice uplatňovat další cenové nástroje, na příklad cenové slevy a cenová zvýhodnění. Při jejich aplikaci je třeba brát v úvahu kritéria, jako jsou cílové trhy, formy poskytovaných služeb (přípravení „balíků služeb“), místo a čas.

**Místo** – je složitý marketingový nástroj. Sdružuje v sobě dva významné aspekty: *lokalizace* neboli umístění farmy či podnikatelského subjektu a *distribuční kanály*, tedy cesty používané k tomu, aby se nabídka dostala ke konečnému uživateli. Z hlediska tohoto marketingového nástroje bude v následujících kapitolách jak lokalizace tak dostupnost cílového regionu Rías Baixas.

Významnou roli v distribučním systému cestovního ruchu hrají tzv. organizátoři cestovního ruchu a zprostředkovatelé cestovního ruchu. Ti představují tzv. „obchod s cestovním ruchem“. Cestovní ruch využívá jak přímé tak nepřímé distribuce. *Přímá*

*distribuce* nevyužívá služeb zprostředkovatelů cestovního ruchu. *Nepřímá distribuce* znamená, že se podnikatel obrací na organizátory a zprostředkovatele cestovního ruchu a ti následně obchodují s jejich službami tam, kde je to pro zákazníka výhodné. Dále poskytují specializované rady klientům ohledně celého komplexu poskytovaných služeb, cen, destinací atp.

„Organizátoři cestovního ruchu (touroperátoři) obvykle plánují, připravují a administrativně řídí balíky služeb cestovního ruchu na základě kombinací služeb dodavatelů a přepravců a prodávají je cestovním kancelářím“ (Pourová 2002:97).

Zprostředkovatelé cestovního ruchu (cestovní kanceláře) se specializují na prodej a na zajišťování různých druhů služeb. Ty mohou být komplexní či speciální, tzn. pouze určitý druh služby, resp. služby pro určitou klientelu.

**Lidé** – v cestovním ruchu tvoří součást nabízeného produktu, protože přicházejí do přímého kontaktu se zákazníky.

**Balík služeb (packaging)** – přinášejí mnoho výhod jak pro zákazníky tak pro organizátory služeb cestovního ruchu. Úzce na ně navazuje obsahová specifikace programů (programming). Ty se orientují na specializované činnosti, události nebo akce, které mají zvýšit využití služeb cestovního ruchu. Vytváření balíků služeb spojených s těmito programy je nejvýraznější tendencí, která ovlivnila cestovní ruch za poslední tři dekády.

**Propagace** – neboli komunikace se spotřebitelem je velmi důležitý marketingový nástroj, jehož pomocí se podnik či podnikatel snaží informovat a přesvědčovat současné i potenciální zákazníky o účelnosti koupě určitého výrobku či využití nabízené služby. Sféra cestovního ruchu využívá všech nástrojů propagace. Ty jsou následující: *reklama, osobní prodej neboli přímý marketing, podpora prodeje, vztahy s veřejností – public relations (publicita)*.

- Reklama – můžeme ji popsat jako placenou formu neosobní propagace v médiích. Často využívá účinná emotivní sdělení prezentovaná významnými osobnostmi nebo spokojenými zákazníky.
- Osobní prodej (přímý marketing) – jde o přímou osobní komunikaci s jedním nebo několika zákazníky. Tento nástroj využívají např. hotely a jiné organizace poskytující ubytovací služby.

- Podpora prodeje – tento nástroj motivuje nejen konečné zákazníky (rekreanty), ale i mezičlánky v distribučních cestách. Jsou to krátkodobé podněty pro zvýšení nákupu nebo prodeje produktu. Mohou jimi být různé soutěže, loterie s možností výhry apod. Jistou formou podpory prodeje jsou i zájezdy typu „all inclusive“<sup>6</sup>.
- Public relations – zaměřeny na vytváření a udržování dobrých vztahů se současnými i potencionálními zákazníky, s organizacemi cestovního ruchu, s konkurencí, s médii atp.

### 4.3. Marketing na internetu

Jedním z nejvýznamnějších medií propagace cestovního ruchu včetně agroturistiky se stal internet. Hlavními důvody, proč se jím stal jsou relativní snadnost a rychlost implementace změn do marketingové komunikace, oboustrannost – internet nabízí účinné prostředky pro realizaci oboustranné komunikace. Internet je současně prostředek komunikace masové i individuální. Navíc je médiem multimedialním – slučuje v sobě vlastnosti televize, rozhlasu, tištěných médií, telefonu a bývá využíván jako tradiční formy přímého marketingu.

#### 4.3.1. Přímý marketing na webových stránkách

Přímý marketing na WWW stránkách vychází z principu směřování nabídky dovnitř podniku. Zákazník sám vyhledává informace o produktech a internet jeho vyhledávání zefektivňuje. Podnik díky zveřejnění nabídky na webových stránkách získává přístup k většímu trhu a k novým zákazníkům při vynaložení nižších nákladů.

Proces přímého marketingu na www stránkách probíhá následovně: podnik zveřejní na webových stránkách nabídku produktů ve formě katalogu, který může být ve formě textové, zvukové či videoprojekce; nabídka může být zveřejněna např. na stránkách podnikatelských subjektů, v prostředí elektronického tržiště apod. V případě cestovního ruchu jsou to webové stránky turistických sdružení, sdružení podnikatelů v cestovním ruchu atd.

1. „Zákazník má možnost si nabídku prohlédnout, a to tehdy, pokud si ji vyhledá buďto přímým zadáním adresy [www.firma.cz](http://www.firma.cz), nebo zadáním klíčového slova do vyhledávače“ (Steinová a spol. 2003:39).
2. Zákazník má možnost vznést směrem k podniku dotaz prostřednictvím e-mailu.

---

<sup>6</sup> All inclusive – v daném hotelovém komplexu či jiném ubytovacím zařízení je veškerá konzumace jídel i nápojů bez ohledu na množství zahrnuta v ceně.

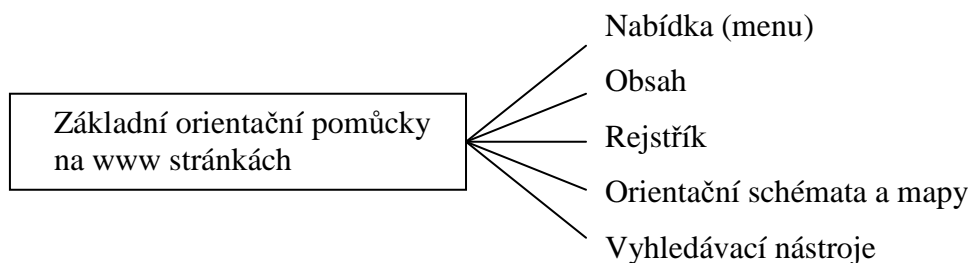
3. Pokud jsou k tomu webové stránky uzpůsobeny, lze na nich provést objednání zboží. To může proběhnout také e-mailem, případně dalšími cestami.

Webové stránky by měly splňovat tři základní požadavky:

1. Snadná orientace – je velmi důležitá pro rozsáhlejší webové stránky. Např. možnost pohybovat se mezi stránkami (skupinami stránek) bez nutnosti vracet se na stránku úvodní apod.
2. Aktivní účast návštěvníka (interaktivita).
3. Zpětná vazba – bývá zajištěna marketingovým průzkumem.

Co se týče orientace na www stránkách, orientační pomůcky pomáhají návštěvníkovi webových stránek najít stránku požadovaným obsahem a přesunou se na ni. Mohou mít mnoho podob. Následující schéma uvádí základní pomůcky pro snadnou orientaci na webových stránkách:

*Schéma č. 6: Základní orientační pomůcky na www stránkách*



## 5. Galicie

### 5.1. Geografie a členění

Galicie je jednou ze sedmnácti autonomních oblastí Španělska. Patří mezi provincie, kterým se říká *nacionalidades históricas* neboli historické národy. Mimo Galicii se mezi ně řadí i Baskicko a Katalánsko. Tyto národy požívaly autonomie ještě před vypuknutím španělské občanské války a dnes mají vyšší stupeň nezávislosti než ostatních 14 provincií.

Autonomní oblast Galicie<sup>7</sup> leží na západním pobřeží Pyrenejského poloostrova. Hraničí s provinciemi AstuRías a Castilla y León. Hranice s Portugalskem je tvořena řekou Miño. Na severu je omývána Kantaberským mořem, na západě Atlantským oceánem. Galicie se dělí na dvě velké části oddělené horským systémem: vnitřní Galicie a pobřežní Galicie. Počasí na pobřeží je často deštivé a mlhavé, a to díky vlhkým větrům vanoucím od Atlantského oceánu. Podnebí ve vnitrozemí je mírné během celého roku. V létě kolísá teplota mezi 17 - 20° Celsia, v zimě se pohybuje kolem 10°C.

Galicie se skládá ze čtyř provincií: A Coruña, Lugo, Orense a Pontevedra. Hlavním městem je Santiago de Compostela, známé poutní místo s proslulou katedrálou. Největším městem je ovšem přístav Vigo, ležící na jihu provincie Pontevedra. K významným městům Galicie se dále řadí La Coruña se svými románskými kostely, opevněné město Lugo či Orense s římským mostem. Dále malá ale malebná Pontevedra s archeologickým muzeem a městečko Tui.

### 5.2. Historie

Galicie se stala jedním z křesťanských center Španělska, a to díky svému hlavnímu městu Santiago de Compostela. Toto nevelké město je už od středověku poutním místem. V jeho centru stojí katedrála Svatého Jakuba, která je zakončením Svatojakubské cesty neboli *Camino de Santiago*<sup>8</sup> – zřejmě nejznámější poutní trasy nejen středověké Evropy. Tato románská památka údajně střeží apoštolovy ostatky. Podle legendy je zde na počátku 9. století objevil pastýř, když sledoval znamení hvězdy a tehdejší panovník Alfons II. nechal nad světcovým hrobem postavit kapli.

První důkazy o osídlení Galicie sahají do doby před šesti tisíci lety. Jsou jimi četné dolmeny a menhiry. Výrazné stopy nejen v galicijské krajině, ale i v její kultuře zanechalo keltské osídlení. Galicijci jsou potomky keltského obyvatelstva, po kterém zůstaly zbytky opevněných sídlišť, tzv. *castros*. Jedním z nejznámějších je *castro* Santa Tecla, který byl

---

<sup>7</sup> Viz příloha č.1

<sup>8</sup> Viz příloha č.2



založen v prvním stolení před naším letopočtem či *castro* da Baroña, pozůstatky keltského sídliště přímo na skaliscích nad písčnou pláží. Po Keltech obývali území Galicie Féničané. V roce 137 před naším letopočtem dobyli oblast Římané a pojmenovali ji Gallaecia. V pátém století sem doputovali Suevové a po nich Vizigóti. Galicie neunikla ani vpádu Arabů, kteří se usídlili na Pyrenejském poloostrově na dlouhých osm století. Okupovali ji ovšem pouhých třicet let, dokud je nevyhnal Alfonso I. de AstuRías.

V sedmém století se jižní část tehdejší Galicie odtrhla a vzniklo nezávislé Portugalské království. Během raného středověku byl galicijský region rozdělen mezi několik málo šlechtických rodin a církev. Tato situace se změnila s nástupem Katolických králů. Od roku 1981 má tato provincie svůj autonomní vládu, jejíž jméno je Xunta de Galicia [šunta de galicia].

### 5.3. Obyvatelstvo a kultura

Kultura této autonomní oblasti je odlišná od zbytku Španělska. Z jazykového a kulturního hlediska patří Galicie spíše k Portugalsku než ke Španělsku. Většina obyvatel mluví galicijštinou - *galego*, jazykem který je mnohými lingvisty považován za předchůdce dnešní portugalštiny.<sup>9</sup> Stejně jako Portugalci jsou Galicijci považováni za sentimentální národ, v němž námořní tradice zanechala stesk po domově a melancholii – pocity shrnované výrazem *saudade*. Tato provincie je navíc známá jako národ emigrantů. Vincent & Stradling (1997) například uvádějí, že až do počátku 20. století přecházeli ženci z Galicie každé léto přes hory, aby sklízeli úrodu v kastilských nížinách. Objevení Nového Světa dalo první podnět k masivní vlně emigrací. Ta vyvrcholila v polovině devatenáctého století. Od té doby odcházely z Galicie i celé rodiny. Podle odhadů opustil za posledních 500 let rodný kraj každý třetí Galicijec.

Drsnější podnebí vtisklo jejím obyvatelům téměř „středoevropskou“ náuru. Galicijci jsou na první pohled uzavření tradicionalisté. Mnoho obyvatel vesnic stále žije typickým životem tamějších zemědělců, kteří ručně obdělávají svá pole a vyprávějí si starobylé keltské legendy. Po celé provincii se tradují příběhy o nadpřirozených silách, což je ostatně typické pro celé Španělsko. Zde se ovšem díky víře v nadpřirozeno rozvinula velmi bohatá mytologie. Jednou z nejzažitéjších je legenda o svatém procesí *santa compañia*. Podle ní se v noci zjevuje procesí zesnulých, které zvěstuje nové úmrtí. Galicijci ovšem dokáží na svých legendách i vydělat. Nejpopulárnějšími bytostmi galicijské mytologie jsou

---

<sup>9</sup> Nebo naopak, galicijšitna bývá chápána jako odnož portugalštiny. Rozhodně však oba jazyky vykazují mnoho společných rysů.

čarodějnice, kterým se zde říká *meigas*. Podle legend ztělesňují zlo a hříchy. V posledních letech se i přesto staly všudypřítomné *meigas* turistickou atrakcí. Návštěvníkům Santiaga de Compostela, kteří si je odnášejí domů v podobě malých přívěšků či sošek, obchodníci naopak vehementně tvrdí, že právě tyto památky nosí štěstí.<sup>10</sup>

Tato zelená provincie má svou autentickou architekturu. Některá venkovská sídla, tzv. *pazos*, pocházejí až ze 17. či 18. století. Tyto panské domy bývají vždy postaveny z kamene, mají vlastní kapli a nad dveřmi erb. K sídlu se většinou přimyká velká zahrada. *Pazos* bývají přirovnávány k venkovským zámkům. Patřily rodům po více generací. Většina z nich dnes slouží k agroturistice jako stylové a poměrně levné ubytování, některé z nich se přeměnily na muzea či restaurace. Další typické stavby jsou *cruceiros* a *hórreos*. *Cruceiros* jsou obdoba božích muk. Jde o kamenné kříže, které bývají osazené z obou stran soškou. Najdeme je po celé Galicii. Stejně četné jsou *hórreos* – špejchary neboli sýpky. Mají podlouhlý tvar a stojí na kůlech, které chrání sklizeň před hlodavci a před vlhkem. Zde se staví pouze z kamene, přičemž zdi mají otvory aby mohl sýpkou proudit vzduch. V minulosti měl každý dům svůj vlastní špejchar. Původ těchto sýpek sahá až do dob Římanů, kteří uskladňovali obilí podobným způsobem. Na Pyrenejském poloostrově se *hórreos* objevily nejprve v Asturii, odkud se později rozšířily do Galicie, Kantábrie a Leónu. Přesto zůstávají galicijské špejchary raritou. Mají totiž jako jediné obdélníkovitý tvar a jsou staveny výhradně z kamene. Nejdelší špejchar je k vidění ve vesnici Carnota. Zde mu ale říkají *a cabaceira*, byl postaven v 18. století a měří téměř 35 metrů. Za zmínku stojí i rybářské městečko Combarro. *Hórreos* jsou zde postaveny přímo u moře a stala se z nich turistická atrakce.

K návštěvě ovšem neláká pouze architektura. Galicie je také vyhlášena svou gastronomií. Nejtypičtější jsou plody moře *marisco*, z nichž vyniká pochoutka *pulpo a la gallega* neboli chobotnice na galicijský způsob a dále klasické pokrmy jako langusta či kalamáry. Z velkého množství mořských ryb stojí za zmínku oblíbená treska, kabala či mořský okoun. Dále slávky a ústřice, které se mohou jíst i syrové. Tato provincie je také proslulá místními kvalitními víny jako jsou vína z oblasti Ribeira či Albariño. Tradičním alkoholickým nápojem je *liquor de café* či *crema de orujo*. Dokonce i gastronomie je spojena s *mysticismem*, typickým pro místní kulturu. Například přípravu alkoholického nápoje „*queimada*“ provází rituál, který má od zúčastněných odehnat zlé síly.

---

<sup>10</sup> Pro české čtenáře doporučuji sbírku legend, která vyšla v roce 2005, *Legendy ze Španěl*. Ze španělských originálů vybrala a přeložila Eva Hrozková, vydala Mladá Fronta.

## 5.4. Ekonomie regionu

Základem ekonomiky Galicie je rybolov. V tomto odvětví drží evropské prvenství a zastupuje 50% celkového rybolovu Španělska. Důležitou roli hraje díky úrodné půdě a dostatečným srážkám i zemědělství. Převládá zde systém minifundií. Pěstuje se především obilí, brambory, jablka a vinná réva. V posledních letech se rozmáhá i pěstování kiwi. Dalším zdrojem příjmů je chov dobytka a produkce mléka. Galicijská stáda tvoří asi čtvrtinu z celkového dobytkařství země. Průmysl není příliš rozvinutý. Dominují konzervárny a lodní konstrukce.

Galicie je jako periferní region do jisté míry znevýhodněná. Hrubá mzda je zde nejnižší ze všech sedmnácti autonomních oblastí. Pro to se potýká s odlivem pracovních sil do ostatních provincií. Nejčastěji odcházejí vysokoškolsky vzdělaní a mladí lidé. V tomto regionu je poměrně vysoká míra nezaměstnanosti. Rok od roku se ovšem snižuje. Jak uvádí galicijský internetový deník Xornal.com, byla v roce 2007 nezaměstnanost celého regionu 7,47%.

V posledních letech ale můžeme pozorovat značný růst její ekonomiky díky turismu a šetrnému lesnictví. Příznivý vývoj je však často zbrzděn různými katastrofami, jako je například havárie tankeru *Prestige* v roce 2002, která zamořila ropou téměř celé pobřeží, nebo ničující požáry z léta roku 2006.

## 6. Oblast Rías Baixas

Mnoho řek vytvořilo při ústí do moře hluboké zátoky zvané *rias*. Ríasové pobřeží Galicie bývá často srovnáváno s norskými fjordy. Zátoky dělí kraj na Rías Altas (Horní zátoky) na severu v provincii A Coruña a Rías Bajas (Dolní zátoky) na jihu v provincii Pontevedra.

V oblasti Rías Bajas, galicijsky *Rías Baixas*, se otevírají Atlantskému oceánu čtyři zátoky. Nacházejí se mezi historickými městy Muros a Baiona. Nejsevernější ze zátok je Ría de Muros y Noia. Následuje nejrozsáhlejší Ría de Arousa, poté Ría de Pontevedra a Ría de Vigo. Tato oblast se těší mírnějšímu klimatu než sever Galicie a je z celé provincie nejvíce zalidněná. V posledních letech se zde velmi intenzivně rozvíjí cestovní ruch.

### 6.1. Geografické členění

#### 6.1.1. Ría de Muros y Noia

Tato zátoka se rozevírá z estuáru řeky Tambre. Z oblasti Rías Baixas je nejméně zalidněná. Na jejím pobřeží můžeme najít nejen otevřené pláže, ale i bažiny. Jeho severní část je

poměrně členitá s mnoha skalisky. Centry této oblasti jsou města Muros a Noia. Muros je milou přímořskou lokalitou s typickou místní architekturou. Můžeme zde obdivovat podloubí či zasklené galerie. Za zmínku stojí i kostel Svatého Petra, postavený mezi 12. a 14. stoletím. Ztělesněnou historií je město Noia. Láká svými úzkými uličkami, krásnými šlechtickými domy či kostely ze 14. století. Dalšími centry zájmu v této zátocce jsou Porto do Son, rybářské městečko a Portosín s důležitým sportovním přístavem.

Na poloostrově oddělujícím zátoky Muros y Noia a Ría de Arousa se nachází pohoří Barbanza a přírodní rezervace s písčnými dunami Corrubedo. K dunám z jemného bílého písku se navíc přimyká celkem pět kilometrů nádherné pláže. Pláž spolu s dunami a lagunami „Laguna de Vixán“ a „Laguna de Carregal“ tvoří Národní Park Corrubedo.

### **6.1.2. Ría de Arousa**

Do největší zátoky ze všech čtyř *rías*, která je navíc plná ostrůvků a ostrovů, ústí řeka Ulla. Mezi ostrovy vyniká Salvora, Arousa a Cortegada. Do zátoky vybíhá poloostrov O Grove, na kterém leží archeologické naleziště. Patří k němu ostrov A Toxa, který je známý už od 19. století díky termálním pramenům. Největším městem je Vilagarcia de Arousa, důležitý obchodní a rybářský přístav s malebným historickým centrem. Krásným městem s velkým množstvím panských domů *pazos* je Cambados, známé také pro své vynikající víno Albariño. Ke klidnému městečku Padrón se váže legenda o svatém Jakubovi. Loď, která přivezla do Galicie apoštolovo tělo měla zakotvit právě v tomto městě. Narodila se zde také nejvýznamnější galicijská básnířka Rosalía de Castro.

### **6.1.3. Ría de Pontevedra**

Téměř 20 kilometrů měří Ría de Pontevedra, která se táhne od ústí řeky Lerez až k Atlantiku. Náleží jí ostrovy Ons a Onceta a písčným pobřežím s velkým množstvím pláží. K významným místům patří přístav Sanxenxo, který ožívá díky turistům hlavně v letních měsících, a malebné rybářské městečko Combarro s četnými *hórreos*. A samozřejmě Pontevedra, klidné místo s příjemnou atmosférou, hlavní město stejnojmenné provincie.

### **6.1.4. Ría de Vigo**

Nejižnější zátoka Rías Baixas je přirozeně chráněna před větrem skupinou ostrovů Islas Cíes. Tyto ostrovy jsou přírodní rezervací, která poskytuje útočiště mnoha druhům mořských ptáků. Díky svým nádherným plážím jsou vyhledávaným turistickým cílem.

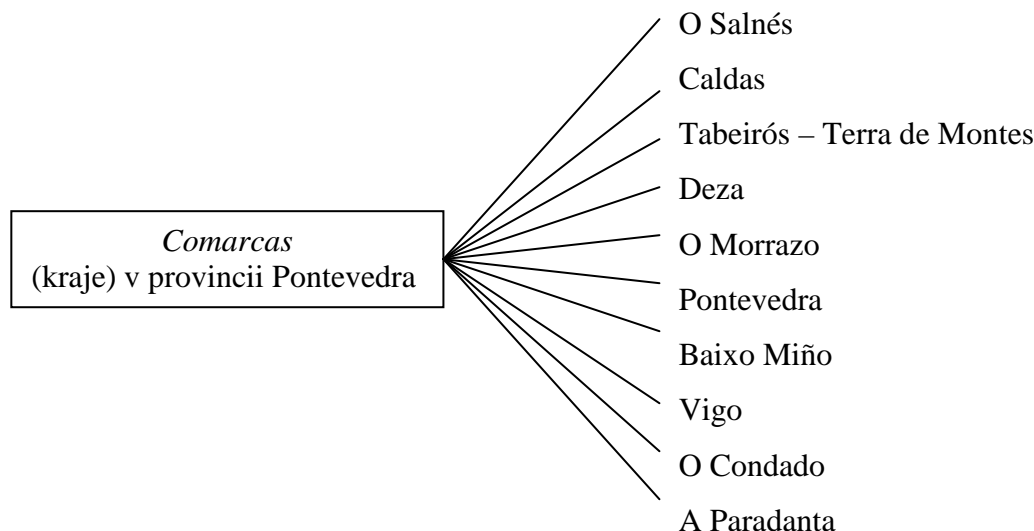
Zátoka zabíhá 35 kilometrů do vnitrozemí. Její maximální šířka dosahuje až sedmi kilometrů, v nejužších místech je to sotva sedm set metrů. Jednu z úžin protíná monumentální most „Puente de Rande“, který je se svými 1558 metry jedním z nejdelších mostů Španělska. V místech kde dnes stojí tento most vypukla v roce 1772 bitva *Batalla do Rande*.

Ría de Vigo nese jméno nejlidnatějšího města Galicie, které se rozprostírá na jejím jižním břehu. Vigo, původně rybářská osada, je dnes jedním z nejvýznamnějších přístavů Evropy. Donedávna výhradně industriální město se pozvolna mění v příjemné kulturní centrum celého regionu. Při samém ústí zátoky leží Baiona, skutečná historická perla Rías Baixas. V roce 1493 zde přistála jedna z Kolumbových lodí „Pinta“, a tak se Baiona stala prvním místem v Evropě, kde se dozvěděli o objevení Nového Světa. Na počest přistání Pinty právě v přístavu Baiony se každoročně začátkem března slaví svátek *A Arribada* neboli *Příplutí*.

## 6.2. Administrativní členění oblasti

Oblast Rías Baixas je jinými slovy provincie Pontevedra – jedna ze čtyř provincií Galicie. Ta se dělí na deset krajů – tzv. *comarcas*<sup>11</sup> (viz schéma č. 7).

Schéma č. 7: *Comarcas (kraje) v provincii Pontevedra*



<sup>11</sup> Pro podrobnější informace o krajích Galicie, tzv. *comarcas* doporučuji webovou stranu [www.comarcasdegalicia.com](http://www.comarcasdegalicia.com)

Současné rozdělení ve své podstatě odpovídá právnímu členění oblasti v historii. Rozdělení provincie Pontevedra na deset krajů není nahodilé. Následuje šest hlavních faktorů, které ovlivnily aktuální podobu provincie a jejích krajů:

- a) Historické a geografické rozdíly mezi vnitrozemskými a pobřežními kraji.
- b) Důležitý proces urbanizace, především velká expanzivní síla Viga a v menší míře i hlavního města Pontevedry.
- c) Fenomén urbanizace znásobil meziteritoriální vztahy a rozbil tradiční centrálně-periferní organizaci krajských měst a jejich okolí. Nyní jde o souvislý prostor, ve kterém se jen těžko určují hranice mezi centrem, předměstím a okolím města.
- d) Posílení vztahů mezi malými vnitrozemskými oblastmi a pobřežními městy díky rozvinutější silniční síti.
- e) Geografický komplex zátoka (ría) – poloostrov má za následek, že vzájemné pevninské vztahy se doplňují se vztahy s oblastmi na druhém břehu zátoky.
- f) Vzhledem k tomu že provincie Pontevedra je vyspělou oblastí, vlivem ekonomického rozvoje došlo k socioekonomické homogenizaci a ke zvýšení sociální a teritoriální soudržnosti mezi kraji.

Kraje provincie Pontevedra mohou být rozděleny do tří geografických oblastí:

- Vnitřní kraje: O Deza a Tabeirós – Terra de Montes
- Pobřežní kraje při zátokách Rías Baixas: O Salnés, Caldas, O Morrazo, Pontevedra, Vigo
- Kraje podél toku řeky Miño: O Baixo Miño, O Condado, A Paradanta

Dále mohou být kraje děleny podle vzájemných vztahů, které se rozvíjejí pod vlivem hlavních urbanistických center:

- Kraje ve sféře vlivu města Santiago de Compostela: O Deza, Tabeirós – Terra de Montes
- Kraje ve sféře vlivu města Pontevedra: O Salnés, Caldas, Pontevedra
- Kraje ve sféře vlivu města Vigo: Morrazo, Baixo Miño, O Condado, A Paradanta, Vigo

### 6.3. Rías Baixas jako turistický cíl

*Turismo Rías Baixas*, nejznámější místní centrum cestovního ruchu, uskutečnilo v roce 2005 výzkum, který se zabýval otázkou turistické poptávky po oblasti Rías Baixas. Byl vybrán vzorek lidí, kteří se právě nacházeli v provincii Pontevedra z turistických důvodů a vyhodnotily se jejich odpovědi a názory na různá témata spojená s jejich pobytem v této oblasti. Jako cílová skupina byli vybráni obyvatelé autonomní oblasti Madrid ve věku 26 až 45 let. Právě na tuto skupinu je zaměřen madridský trh s cestovním ruchem, nejdůležitější součást španělského národního trhu cestovního ruchu.

Cílem této studie je poznat znaky turistické poptávky v provincii Pontevedra na základě vyhodnocování následujících informací: kritéria, která ovlivňují výběr turistického cíle; určení trhů, které představují největší konkurenci pro oblast Rías Baixas; hodnocení *image* oblasti jako turistického cíle; konkrétní propagační politika provincie.

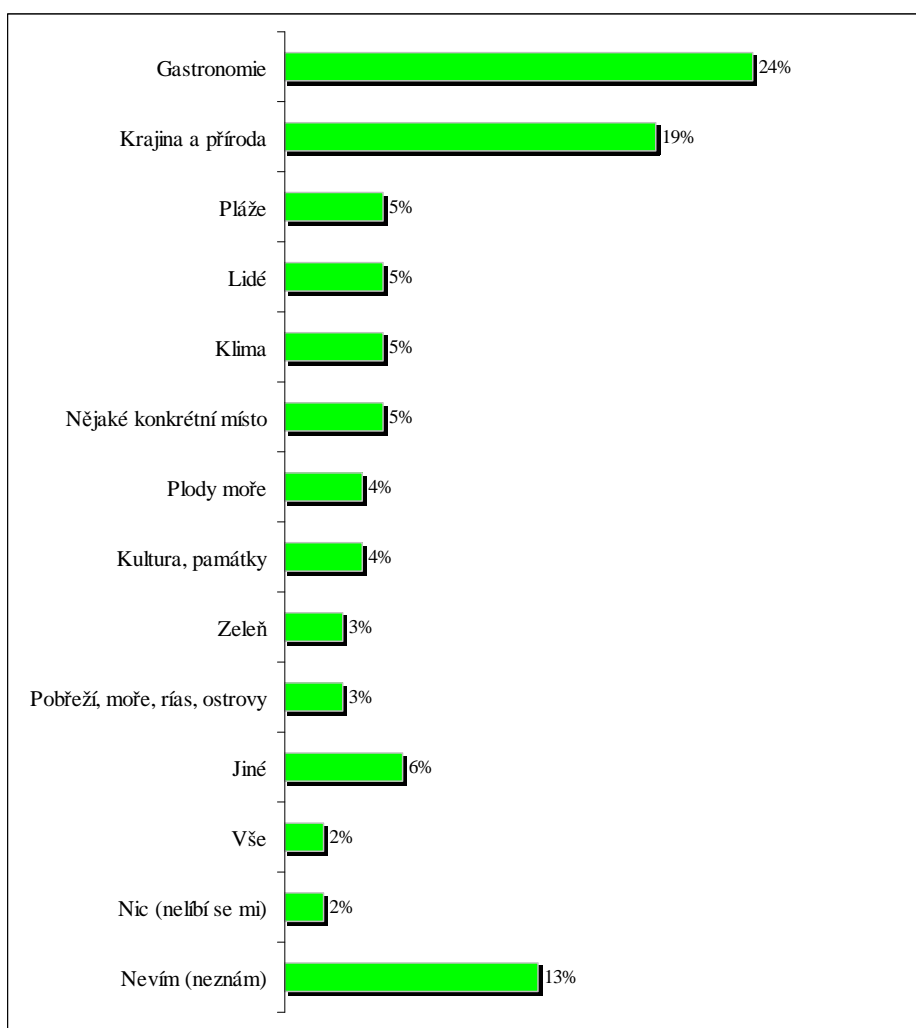
Část 5.5. této studie se zabývá hodnocením obrázku oblasti Rías Baixas jako turistického cíle. K tomuto hodnocení používá srovnání oblasti s jejími konkurenčními regiony, tedy s Asturií, Kantabrií a Baskickem a dále hodnotí oblast z hlediska tzv. „reprezentativních prvků“, tedy prvků pro ni typických, které ji do určité míry odlišují od ostatních regionů. Hodnocené položky jsou následující:

- Turistická atraktivita měst
- Turistická atraktivita pobřeží
- Turistická atraktivita vnitrozemské oblasti
- Snadné hledání informací o daném cíli na internetu
- Možnost využít různé typy nabídek či balíčků služeb
- Dostupnost místa pro víkendové pobyty
- Vhodnost místa pro turistické aktivity a doplňkové volnočasové aktivity
- Kvalitní turistická nabídka

Jako region představující největší konkurenci pro Rías Baixas označilo 90% dotázaných autonomní oblast Asturias. Dále Kantabrii (20%), zbytek Galicie (16%) a Baskicko (10%). Problémem zůstává, že mnoho turistů nerozlišuje pojmy Galicie a Rías Baixas. V části hodnotící turistickou nabídku většina respondentů uvedla, že je snadné vyhledat informace o oblasti Rías Baixas, stejně jako o jejích konkurenčních regionech, na internetu. Hodnocení turistické nabídky či balíčků služeb se v závislosti na regionech také příliš neliší.

Hlavní diferenciační prvek provincie Pontevedra je její gastronomie, podle 24% dotázaných. K ní patří samozřejmě mořské plody *marisco*, které označily 4% respondentů. Dalším často zmiňovaným prvkem je krajina a příroda (19%), lidé, kultura a historické památky atp. Celkové hodnocení faktorů, které tvoří z oblasti Rías Baixas přitažlivý turistický cíl shrnuje následující graf:

Graf č.1: Přitažlivost konkrétních aspektů z hlediska turistické atraktivity v Rías Baixas<sup>12</sup>



Studie se dále věnuje turistickému potenciálu konkrétních míst v Provincii. Ten byl zjišťován jak na základě odpovědí těch respondentů, kteří daná místa navštívili, tak i těch, kteří je osobně neznají. Nejreprezentativnějším místem se ukázalo být město O Grove a jeho blízká lokalita A Toxa v kraji O Salnés. Dalšími místy, která studie vyhodnocuje jako místa s nejvyšším turistickým potenciálem jsou ostrovy Islas Cíes, města Baiona a

<sup>12</sup> *Estudio de Demanda turística de Rías Baixas en Origen* – Studie turistické poptávky po Rías Baixas; vlastní překlad

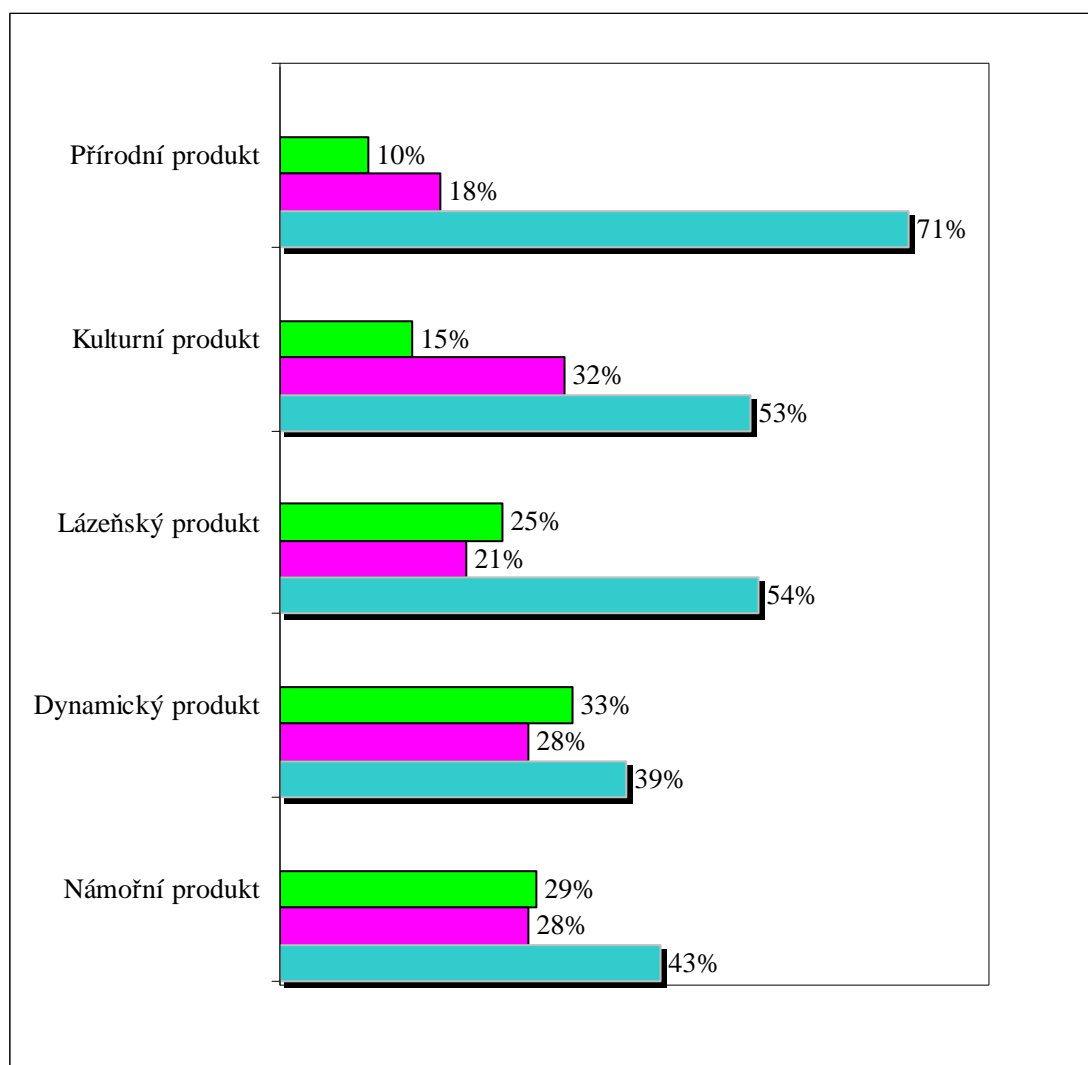


Sanxenxo. Vzhledem k zaměření této práce je důležitým bodem studie analýza turistického potenciálu konkrétních produktů. Sledované produkty jsou následující:

- Přírodní produkt: venkovský cestovní ruch, návštěvy přírody, pěší turistika atp.
- Kulturní produkt: památky, výstavy, kulturní aktivity
- Lázeňský produkt: lázně, horké prameny
- „Dynamický produkt“: produkt aktivního cestovního ruchu jako např. vyjížďky na koních, jízda na kánoji, rafting apod.
- Námořní produkt: výlety na otevřené moře, návštěvy rybářských vesnic, pláže, sportovní přístavy

Míru zájmu o výše zmíněné produkty cestovního ruchu znázorňuje následující graf:

Graf č. 2: Zájem projevený o konkrétní nabízené produkty cestovního ruchu v Rías Baixas



## 7. Venkovská turistika v oblasti Rías Baixas

### 7.1. Venkovská turistika

Tento typ cestovního ruchu si v jižní Galicii buduje poměrně silnou tradici. Příjemné mikroklima a výjimečný přírodní ráz oblasti Rías Baixas láká návštěvníky, kteří přijíždějí poznat zdejší kulturu přímo do míst jejího zrodu - tedy na venkov. Venkovský cestovní ruch se zde rozvíjí v mnoha podobách. Téměř vždy ho doprovází nabídka služeb či programů, k jejichž provozování je využito venkovského prostředí. Jedná se o takové aktivity, které nezatěžují životní prostředí, například jízda na koni, různé sporty a rekreační činnosti.

Venkovská turistika je neodmyslitelně spjata s pěší turistikou, tzv. *senderismo*. V provincii Pontevedra jsou vyznačeny stovky stezek pro milovníky pěší turistiky. Portál Turismo Rías Baixas uvádí několik alternativ, z nichž nejdelší je okruh o celkové délce 202km vedoucí z Viga přes O Porriño a Baionu zpět zvaný *Sendeiro das Ureas*. Na této trase najdeme samozřejmě i historické památky a jiné zajímavosti, jako jsou například megality na hoře Monte Peide.

Poměrně krátkou, ovšem zajímavou trasou jsou stezky na ostrovech Islas Cíes. První se jmenuje *Ruta del Faro*, neboli *Stezka k Majáku*, která vede mezi zvětřalými skalisky, v nichž hnízdí tisíce mořských ptáků. Druhá stezka vede přes severní ostrov, zvedá se mezi dunami *Muxeiro* a stoupá až k majáku na vrcholu ostrova.

### 7.2. Sdružení venkovského cestovního ruchu

Za účelem posílení venkovské turistiky vznikají sdružení vlastníků venkovských stavení. V oblasti Rías Baixas můžeme jmenovat jako příklad *Agarimo*, sdružení, které zahrnuje 82 venkovských stavení v jižní části provincie Pontevedra. Stejně jako *Agarimo* jsou mnohá sdružení součástí jiného organismu s širším polem působnosti, jakým je FEGATUR (Galicijská federace sdružení venkovského turismu – *Federación Galega de Asociacións de Turismo Rural*) či ASETUR (*Asociación Española de Turismo Rural*). Podobná sdružení existují i v České republice – například Sdružení podnikatelů ve venkovské turistice a agroturistice.

Jak uvádí Pourová (2002:100), velmi účinným způsobem propagace venkovského cestovního ruchu je spojení subjektů se seriózním touroperátorem, turistickým sdružením, cestovními kanceláři atp. V Galicii se subjekty venkovského cestovního ruchu i jeho

dalších forem nejčastěji spojují s touroperátorem TURGALICIA<sup>13</sup> či AGATUR (Galicijská asociace pro venkovskou turistiku). V oblasti Rías Baixas spolupracují téměř všechny subjekty cestovního ruchu s entitou TURISMO RÍAS BAIXAS<sup>14</sup>. Tyto organizace nabízejí své služby a zprostředkování informací jak v informačních centrech, tak na zpracovaných webových stránkách.

### 7.3. Ubytování

Venkovská turistika využívá různých druhů ubytování. Ubytovací zařízení využívané pro venkovskou turistiku v Galicii se souhrnně nazývají venkovské domy a jejich další dělení je legislativně ošetřeno zákonem. Obecné normy vztahující se na zařízení pro venkovský cestovní ruch jsou publikovány v zákonu 9/1997 z 21. srpna. Tento zákon byl postupně doplňován a upravován. K poslední úpravě došlo v dekretu 191/2004. Tento dekret rozděluje venkovská ubytovací zařízení na sdílená s majitelem a nesdílená. Dále dekret reguluje cenový režim a k předešlé klasifikaci venkovských domů přidává novou skupinu – skupinu D. Tyto změny jsou v úvodním představení dekretu vysvětleny následovně:

*Projekce a šíření obrazu Autonomní oblasti Galicie jako atraktivní, různorodé a kvalitní turistické destinace vyžaduje, vedle jiných priorit, aby veřejná moc přizpůsobila existující normy požadavkům nového turistického scénáře, tím spíše bereme-li v úvahu, že venkovská turistika je jedním z nejrychleji rostoucích produktů cestovního ruchu v naší Autonomní oblasti.<sup>15</sup>*

Zařízení sloužící venkovskému cestovnímu ruchu popisuje zmíněný dekret jako ty stavby umístěné ve venkovském prostředí Autonomní oblasti Galicie, které poskytují ubytování za určitou cenu. Tyto stavby musí být charakteristické svou konstrukcí, starobylostí a typicky galicijským rázem, nebo se zde musí provozovat zemědělská činnost. Mimo jiné musí mít vhodnou přístupovou komunikaci. Venkovské prostředí je dále popsáno jako klidné prostředí, které není ovlivněno městskými strukturami, těžbou minerálů či povrchovou těžbou.

---

<sup>13</sup> La Sociedad de Imagen y Promoción Turística de Galicia, S.A. (Turgalicia), [www.turgalicia.es](http://www.turgalicia.es)

<sup>14</sup> [www.Riasbaixas.org](http://www.Riasbaixas.org)

<sup>15</sup> Dekret D[Galicia] 191/2004 – vlastní překlad

### 7.3.1. Klasifikace a způsoby využití venkovských zařízení

Podle článku 2 kapitoly II dekretu jsou venkovské objekty členěny do čtyř skupin. Rozdělují se na základě typologie stavby, architektonického významu a zemědělské nabídky.

#### a) Skupina A

Do této skupiny patří *pazos* („panské domy“), hrady, kláštery, velké domy, fary a další. Tyto stavby musejí být postaveny před rokem 1900.

#### b) Skupina B

V této skupině figurují „vesnické domy“, představující typickou galicijskou architekturu vesnického prostředí. Zařazení do této skupiny je podmíněno stářím domu – musí být postaven před rokem 1940.

#### c) Skupina C

Tuto skupinu tvoří tzv. *casas de labranza* neboli statky. Rozumíme jimi domy ve venkovském prostředí, v nichž je provozována zemědělská činnost, na které se mohou podílet zde ubytovaní hosté. Tato forma cestovního ruchu reprezentuje již zmíněnou agroturistiku.

#### d) Skupina D

Tato skupina zahrnuje tzv. *aldeas de turismo rural* neboli „vesničky venkovské turistiky“. Tímto pojmem rozumíme soubor minimálně tří domů situovaných ve stejném venkovském jádru. Tyto domy musí mít stejného majitele a nesmí být od sebe vzdáleny více než 500 metrů. Také tyto stavby musejí být postaveny před rokem 1940.

Zařízení skupiny A, B a C mohou být složeny z více staveb, pokud tyto tvoří homogenní celek. Všechny skupiny musejí nabízet minimálně tři doplňkové aktivity spojené například s pěší turistikou, cykloturistikou, jízdou na koni, nebo aktivity podporující šíření řemeslné výroby a další místní produkce. Zařízení musejí být perfektně zachovalá.

Podle dekretu musejí být zařízení venkovské turistiky otevřená a poskytovat své služby minimálně osm měsíců v roce, z čehož v měsíci červnu, červenci, srpnu a září je jejich provoz povinný.

Podle článku 29 dekretu mohou zařízení typu B, C a D, tedy vesnické domy, statky a vesničky, nabízet jako ubytování i apartmány. Těmi se rozumí oddělené ubytování

s jednou či dvěma místnostmi, koupelnou, toaletou, kuchyňkou či kuchyňským koutem a obývacím pokojem – jídelnou. Dekret upravuje minimální rozměry apartmánů následovně:

*Tabulka č. 2: Minimální rozměry apartmánů v m<sup>2</sup>*

	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
Dvoulůžkový pokoj	12m <sup>2</sup>	10 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>
Jednolůžkový pokoj	8 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>
Koupelna	4 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>
Obývací pokoj - jídelna	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>

Jak již bylo zmíněno, venkovská turistika je jedním z nejrychleji rostoucích produktů cestovního ruchu v Galicii. S tím souvisí i rostoucí počet stavení určených pro tento typ cestovního ruchu, tedy venkovských domů. Následující tabulka srovnává roční procentuální nárůst počtu venkovských domů s hotely, penziony a kempy v provincii Pontevedra, tedy v oblasti Rías Baixas:

*Tabulka č. 3: Roční procentuální nárůst počtu stavení využívaných pro venkovskou turistiku v porovnání s hotely, penziony a turistickými kempy v provincii Pontevedra*

Typ stavení	Počet v roce 2005	Počet v roce 2006	Nárůst v %
Stavení venkovské turistiky	157	167	6,37 %
Hotely	339	355	4,72 %
Penziony	115	138	20,00 %
Kempy	44	45	2,27%

V případě hotelů a penzionů mohou být čísla lehce zavádějící, protože odrážejí nejen nově vystavěná zařízení, ale i ta, která byla překlasifikována z jiné kategorie.

#### **7.4. Cenová politika**

Kapitola VI dekretu 191/2004 stanovuje režim cen a rezervací. Podle této kapitoly musí být ceny všech poskytovaných služeb řádně uvedené, opatřené razítkem a musí být zveřejněné na viditelném místě prostřednictvím oficiálních vývěsek. Stravovací penze nesmí přesáhnout 85% součtu cen za snídani, oběd a večeři. V článku 43 daného dekretu stojí, že cena za dvoulůžkový pokoj nesmí přesáhnout 80% jeho ceny, využívá-li ho pouze jedna osoba.

Dekret dále uvádí, že celková cena ubytování se počítá za dny či týdny a to podle počtu nocí. Podnik nesmí v žádném případě stanovit minimální délku pobytu delší než jeden den. Klienti mají povinnost dostát ceně za naúčtované služby v čas a na místě uvedeném ve smlouvě. Pokud neexistuje smlouva rozumí se, že se platba uskuteční v tomtéž zařízení a ve stejném čase, kdy je klientům předložena faktura za poskytnuté služby. Majitel podniku může vyžadovat, aby klienti složili při rezervaci zálohu, která ovšem nesmí přesahovat 40% ceny rezervovaného pobytu.

## **8. Agroturistika v oblasti Rías Baixas**

Jak již bylo řečeno výše, oblast Rías Baixas je díky příznivému klimatu a přírodním podmínkám vhodná pro všechny formy venkovského cestovního ruchu, tedy i agroturistiky. Jsou zde zastoupeny všechny známé typy agroturistiky (viz schéma č. 2 – hlavní typy agroturistiky v zahraničí). Tato kapitola se bude zabývat především labužnickou agroturistikou a agroturistikou s poskytováním přístřeší.

### **8.1. Labužnická turistika v Rías Baixas**

#### **8.1.1. Ruta do Viño Rías Baixas**

Oblast Rías Baixas je známa svou vinařskou tradicí. Největší význam zde má pěstování révy *Albariño*. Ta se na tomto území pěstuje již po staletí. Traduje se, že pochází z vinných keřů rostoucích na březích Rýna a do oblasti Rías Baixas byla přinesena ve dvanáctém století. Někteří odborníci ovšem datují její původ již do století jedenáctého, kdy francouzský manžel Doni Urracy de Castilla<sup>16</sup> přinesl vinné keře z Burgundska. Bez ohledu na nejasnost jeho původu se *Albariño* stalo jedinečným vínem s označením původu *Rías Baixas*. Jde o jemné osvěžující víno, ve kterém se mísí květinové a ovocné aroma. Kvality tohoto vína jsou dané složením půdy a osobitým klimatem oblasti. Je ovšem nutno dodat, že pod značkou původu *Rías Baixas* se v menší míře pěstují i vína jako např. *loureira blanca*, *treixadura*, *caiño blanco*, *torrontés* a *godello*.

*Ruta do Viño* neboli „stezka vína“ je typickým příkladem labužnického typu agroturistiky v oblasti Rías Baixas. V dubnu 2005 byla této stezce přidělena značka kvality *Ruta del Vino de España* („Španělská stezka vína“) na základě údajů tzv. Regulační rady (*Consejo Regulador*) z kontroly kvality a ke stezce přidružených zařízení.

---

<sup>16</sup> Doña Urraca de Castilla byla královnou Kastilie v letech 1109 – 1126. Její manžel Raimundo de Borgoña a byl hrabětem galicijským a Coimbry.

Tato stezka bývá popisována jako velmi osobitá a s vysokou prestiží. Skládá se ze čtyř tratí, na kterých je možno využít široké spektrum kvalitních vinařských služeb doprovázených vybraným zacházením místních obyvatel, hrdých na svou vinařskou tradici. „Stezka vína“ vede výjimečným přírodním prostředím, které zahrnuje pláže, přírodní parky, močály, venkovské prostředí a rozsáhlé zóny vinic. Ve všech přidružených zařízeních má navíc návštěvník možnost poznat bohatou galicijskou gastronomii. Samozřejmostí je i seznámení se s kulturně-historickým dědictvím oblasti a možnost zapojit se do místních tradičních oslav, mezi kterými vynikají ty gastronomického zaměření, např. *Festa do Marisco* („Slavnosti plodů moře“) či *Festa do Albariño* („Slavnosti Albariña“).

Jak již bylo zmíněno výše, *Ruta do Viño* se skládá ze čtyř následujících tras: Severní, Východní, Jižní a Přímořská trasa, všechny se nacházejí v kraji O Salnés, tedy na poloostrově mezi zátokami *Ría de Arousa* a *Ría de Pontevedra*<sup>17</sup>. Na každé trase je mnoho podniků, které se ke Stezce připojily a poskytují na ní své služby. Jde o vinné sklepy, vinotéky, ubytovací zařízení, restaurace, centra volného času, obchody, muzea a cestovní kanceláře (cestovní kancelář *Costas Galicia*). V následující tabulce jsou uvedeny typy ubytovacích zařízení, které leží na stezce *Ruta do Viño*:

Tabulka č. 4: Ubytovací zařízení na *Ruta do viño*

Typ ubytovacího zařízení	Počet
Hotely	9
<i>Pazos</i>	2
Venkovské domy typu C <i>Casas de labranza</i>	1 (Casa Mariñeira Loudres)
Lázeňské komplexy	1
Turistické ubytovny	1

Návštěvník stezky vína má možnost využívat některých služeb za zvýhodněnou cenu, pořídí-li si doklad platný speciálně pro tuto stezku - tzv. pas (*pasaporte*). V tomto „pasu“ jsou uvedeny podniky, které při jeho předložení poskytnou návštěvníkovi slevu či jinak

<sup>17</sup> Jako příklad přikládám mapku severní trasy – viz příloha č. 3

zvýhodněnou nabídku služeb. Například obchody a vinotéky, zapojené do této akce, nabízejí slevu 5% na koupi vína či jiných obchodních artiklů spojených se značkou původu *Rías Baixas*. Dále má návštěvník možnost využít následujících služeb: Návštěva sklípku s ochutnávkou vína (3€); návštěva sklípku a řízená degustace vín (9€); nabídka speciálního menu doprovázeného vínem ve zúčastněných restauračních zařízeních (dospělí 20€, děti 10€), atp.

Balíky služeb přímo na Stezce Vína se začaly nabízet teprve nedávno. Poskytuje je jediná cestovní kancelář ke stezce přidružená, tj. cestovní kancelář Costas Galicia<sup>18</sup>. V rámci balíčků služeb v kraji O Salnés, tedy v oblasti stezky *Ruta do Viño* se nabízejí dvě možnosti. První je třídní zájezd, ve kterém jsou vedle ubytování nabízeny služby jako např. návštěva sklípků, ochutnávka vín, poznávání okolí, návštěva města Cambados (tomuto městu se říká „hlavní město Albariña“) a možnost relaxace v lázních. Druhý možný typ zájezdu je šestidenní a spektrum služeb je rozšířeno o návštěvy klášterů, muzeí a restaurací.

#### **8.1.1.1. Systém připojení podniků ke stezce vína**

Pokud se chce podnik připojit ke stezce *Ruta do Viño*, musí nejprve splňovat základní požadavky. Jedním z nich je, že obec, ve které podnik sídlí, musí být součástí *Stezky vína*. Pokud podnik splňuje tuto podmínku, *Nadace pro Rozvoj Kraje O Salnés* přezkoumá na základě formuláře vyplněného podnikem, zda tento splňuje všechny podmínky nutné k připojení se ke *Stezce vína*. Pokud jsou všechny požadavky splněny, dojde k jeho připojení. Vstup nových členů se každoročně uskutečňuje před Ověřovacím Výborem Značky Kvality *Ruta del Viño de España*. Tento akt probíhá vždy 15. září. Členové *Ruta do Viño Rías Baixas* jsou povinni podílet se na provozu stezky každoročními příspěvky, jejichž výši určuje patronát nadace, viz schéma č. 8 na následující stránce.

#### **8.1.2. Gastronomické a tradiční slavnosti**

K labužnické agroturistice bezesporu patří také návštěva gastronomických slavností, tzv. *fiestas gastronómicas*. Nejznámější je zřejmě *fiesta del marisco*<sup>19</sup> neboli slavnosti mořských plodů. Slaví se od roku 1963 vždy na počátku října v přístavu O Grove. V přístavní zóně tohoto města, na břehu zátoky ría de Arousa, se shromažďují tisíce lidí,

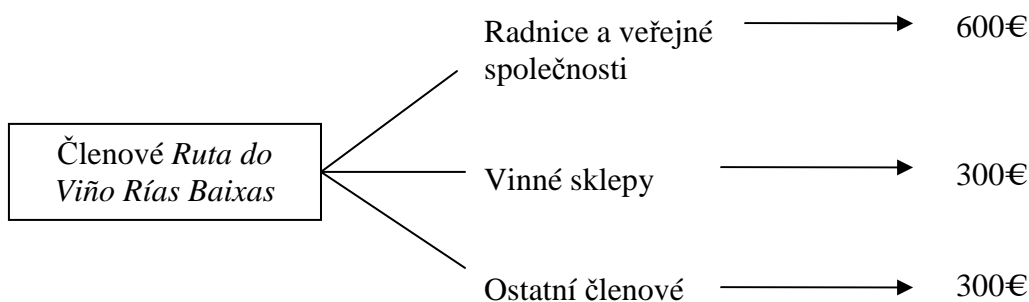
---

<sup>18</sup> [www.costasgalicia.com](http://www.costasgalicia.com)

<sup>19</sup> Doporučuji prohlédnout si přílohu č. 4, oficiální plakát 37. ročníku slavností z roku 2000



Schéma č. 8: Členové Ruta do Viño Rías Baixas a jejich minimální povinná finanční participace na chodu stezky (€ za rok)



aby za výhodné ceny ochutnaly ty nejlepší plody moře, samozřejmě v kombinaci s vínem Albariño. Tyto ochutnávky jsou doplněné bohatým kulturním programem.

*Fiesta del Caldo Gallego* je další známou oslavou, která se koná v hlavním městě provincie Pontevedra, vždy druhou neděli v březnu. *Caldo gallego* je nejpopulárnější pokrm venkovské galicijské kuchyně. Dopoledne začíná neplacené ochutnávání této vydatné polévky, kterého se účastní obrovské množství lidí. Nedávno se v těchto slavnostech představil nový prvek – soutěž o nejlepší *caldo*. Cílem této soutěže není jen výběr té nejlepší polévky, ale především „oprášení starých receptů, které používaly babičky, ovšem s dnešními přísadami“.<sup>20</sup> *Fiesta del Caldo Gallego* je jednou z nejpopulárnější slavností provincie Pontevedra a především samotného hlavního města. Podle informací organizace Turismo Rías Baixas je rozpočet na tyto slavnosti zhruba 24.000€ a v posledním ročníku se naservírovalo více než 6.000 porcí pokrmu *caldo gallego*.

Agroturistika sama o sobě zahrnuje také účast na aktivitách tzv. „tradičního“ charakteru, při kterých se návštěvník účastní tradičních oslav. Jednou z těchto slavností, ve Španělsku nazývaných *fiestas*, je tzv. *Rapa das Bestas*.

*Rapa das Bestas* je tradičním oslavou, která je každoroční součástí galicijského života na venkově. V galicijštině tento název znamená „stříhání zvířat“, v tomto případě koní. Už od doby bronzové se Galicijci snažili domestikovat tato zvířata. Ovšem byli to až mniši, žijící v místních kláštrech, kdo dal podnět k chování koní v takové formě, která Galicii proslavila nejen v celém Španělsku. Koně jsou zde chováni na svobodě ve volné přírodě.

<sup>20</sup> www.riasbaixas.org – vlastní překlad

Pouze jednou za rok se stáda shání z hor do tzv. *curros*, což jsou ohrady, ve kterých jsou koně značkováni a stříhá se jim hříva. Tento rituál tvoří základ oslav *Rapa das Bestas*. Tradicí je, že již velmi mladí chlapci se při této příležitosti učí krotit divoká zvířata. Tyto slavnosti mohou být pro jejich účastníky velmi nebezpečné. Faktem však je, že přitahují každoročně stále větší množství turistů nejen z Galicie.

## 8.2. Agroturistika s poskytováním přístřeší

Venkovská stavení určená pro agroturistiku jsou domy skupiny C, tedy statky neboli *casas de labranza*. Následující tabulka uvádí počet těchto stavení v jednotlivých provinciích Autonómni oblasti Galicie:

Tabulka č.5: Počet venkovských zařízení skupiny C

Provincie	Počet venkovských zařízení	Počet pokojů	Počet míst
Coruña	23	132	256
Lugo	30	132	255
Ourense	2	6	12
Pontevedra	23	112	223
Celá Galicie	78	382	746

Z předchozích údajů vyplývá že v provincii Pontevedra, tedy v oblasti Rías Baixas, je 23 stavení venkovského cestovního ruchu řazených do skupiny C – *casas de labranza*. Tato stavení jsou, stejně jako všechny ostatní ubytovací objekty cestovního ruchu v Galicii, zanesena do přehledu vypracovaného Generální Správou Cestovního ruchu Xunty de Galicia (Dirección Xeral de Turismo). Tento přehled se nazývá „Adresář podniků a aktivit cestovního ruchu (Ubytování v cestovním ruchu)“<sup>21</sup>. Domy *casas de labranza* najdeme v sekci venkovská turistika (*turismo rural*). V adresáři je uvedeno jméno zařízení, kontaktní údaje, typ zařízení – v případě venkovské turistiky jsou to skupiny A,B,C,D; dále provozní doba, přičemž většina domů skupiny C funguje nepřetržitě po celý rok. Publikace dále uvádí u každého zařízení poskytované služby.

<sup>21</sup> *Directorio de Empresas e Actividades Turísticas (Aloxamentos turísticos)*- vlastní překlad

### 8.2.1. Casas de labranza: vzhled

Domy skupiny C musejí mít základní parametry ustanovené v Kapitole V, sekci 2 Dekretu. Zóna vyčleněná k ubytování hostů musí mít minimálně 2 dvojlůžkové pokoje a nesmí disponovat více než deseti pokoji – v tomto případě jsou zde zahrnuty i apartmány. Jsou ustanoveny i minimální rozměry pokojů a příslušenství, jak ukazuje následující tabulka:

Tabulka č. 6: Minimální rozměry pokojů venkovských domů skupiny C

Typ venkovského stavení	Dvojlůžkové pokoje	Jednolůžkové pokoje	Koupelny v dvojlůžkových pokojích	Koupelny v jednolůžkových pokojích	Terasy
<i>Casas de labranza</i> - skupina C	10 m <sup>2</sup>	8 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>

Některé ze statků nabízejí návštěvníkům možnost zapojit se do tradičního života jejich obyvatel. Jeho styl je závislý na prostředí, ve kterém se statek nachází. Domy na pobřeží mají bohatou rybářskou tradici, domy ve vinařských krajích nabízejí hostům kromě ochutnávky vín i možnost podílet se na jeho sběru či zpracování (např. Casa Lastres). Od prostředí se odvíjejí také služby poskytované majitelem statku a aktivity, které se dají v jeho blízkosti provozovat.

## 9. Casas de labranza v oblasti Rías Baixas

### 9.1. Popis domů z hlediska lokalizace

V provincii Pontevedra je 23 venkovských domů skupiny C, tedy zařízení využívaných pro agroturistiku. Největší koncentrace těchto domů, neboli *casas de labranza* je v kraji O Salnés na poloostrově mezi zátokami Ría de Pontevedra a Ría de Arousa. Další oblastí, kde se nacházejí tyto domy v poměrně malé vzdálenosti jeden od druhého je kraj *Tabeirós* mezi městy A Estrada, Silleda a Lalín. Většina těchto domů leží blízko od pobřeží v níže položených oblastech, některé již na úpatí hor. Pouze jeden z domů je postaven ve vyšších polohách: Casa Taberneiro. Leží v horách zvaných *Serra do Faro* v kraji O Deza, tedy v nejvýchodnější a nejhornatější části provincie.

Domy skupiny C – *casas de labranza* v oblasti Rías Baixas jsou následující (řazeno podle abecedy):

- |                         |                            |
|-------------------------|----------------------------|
| 1. A Cerqueira          | 13. Casa Figueroa          |
| 2. A Pastora            | 14. Casa Lastres           |
| 3. A Pousa              | 15. Casa Mariñeira Lourdes |
| 4. A Rega               | 16. Casa Matalobos         |
| 5. Budiño de Serraseca  | 17. Casa o Fabal           |
| 6. Casa da Viña         | 18. Casa o Vieiro          |
| 7. Casa Claudina Tallón | 19. Casa Taberneiro        |
| 8. Casa da Carballeira  | 20. La Garita              |
| 9. Casa de Campos       | 21. O Rozo                 |
| 10. Casa de Grande      | 22. Os Lagos               |
| 11. Casa do Tomás       | 23. San Antón              |
| 12. Casa dos Cancelos   |                            |

Většina těchto domů (téměř 70%) se nachází v okruhu 40 kilometrů od hlavního města provincie Pontevedra (Pontevedra). Následující tabulka shrnuje počet domů v závislosti na vzdálenosti od města Pontevedra a uvádí čísla jednotlivých domů, které se v dané vzdálenosti nacházejí:

Tabulka č. 7: Vzdálenost venkovských domů skupiny C od města Pontevedra

Vzdálenost od Pontevedry	Počet	Jednotlivé domy
1 – 10 km	2	1, 4
10 – 20 km	7	2, 10, 11, 13, 14, 15, 17
20 – 30 km	3	12, 20, 22
30 – 40 km	6	5, 7, 8, 16, 23, 21
40 – 50 km	4	3, 6, 9, 18
50 – 60 km	1	19

Informace o *casas de labranza* neboli o venkovských domech skupiny C jsou zveřejněny v Adresáři podniků a aktivit cestovního ruchu (ubytování v cestovním ruchu) Xunty de Galicia (viz kapitola 8.2). Dále jsou dostupné turistické informace u touroperátorů, cestovních kanceláří a jiných organizací. Žádná z nich ovšem neposkytuje podrobný přehled zaměřený pouze na *casas de labranza*. Aby bylo možné dostat cíle této práce, bylo nutno vytvořit následující mapku:

Mapa č.1: Lokalizace domů skupiny C *casas de labranza* v provincii Pontevedra



Atraktivita *casas de labranza* roste, leží – li dům na Svatojakubské stezce, tzv. *Camino de Santiago* (viz kapitola 5.2). Ze všech 23 venkovských domů skupiny C v provincii Pontevedra leží na této stezce následujících 14 domů:

- A Cerqueira
- A Pastora
- Casa da Viña
- Casa Claudina Tallón
- Casa da Carballeira
- Casa de Campos
- Casa de Grande
- Casa dos Cancelos
- Casa Figueroa
- Casa Lastres
- Casa Mariñeira Lourdes
- Casa Matalobos
- Casa o Fabal
- Rozo

## 9.2. Analýza domů z hlediska vybavení a cen

Jak již bylo zmíněno v předchozích kapitolách, stejně jako ostatní venkovská zařízení, i domy skupiny C podléhají normám upraveným dekretem č. 191/2004 (viz. kapitola 7.2.1). Následující tabulka obsahuje přehled všech *casas de labranza* z hlediska vybavení a cen (uvedené ceny platí pro sezónu v € za noc):

Tabulka č. 8: *Casas de labranza* v oblasti Rías Baixas – vybavení a ceny

Název domu	Dvou- lůžkový pokoj	Cena za pokoj	Dvou- lůžkový pokoj se sdílenou koupel- nou	Cena za pokoj	Jedno- lůžkový pokoj	Cena za pokoj	Apert- mán	Cena za apartmán
<b>A Cerqueira</b>	1	60	2	50	-	-	-	-
<b>A Pastora</b>	7	55	2	49	-	-	-	-
<b>A Pousa</b>	1	55	2	49	-	-	1 (2 osoby)	70
<b>A Rega</b>	3	70	-	-	-	-	-	-
	4 speciální dvoulůžkové pokoje s vlastní koupelnou; cena za pokoj 90 euro							
<b>Budiño de Serraseca</b>	4	65	-	-	-	-	1	130
	1 speciální dvoulůžkový pokoj s vlastní koupelnou; cena 120 euro							

<b>Casa da Viña</b>	7	39	-	-	-	-	-	-
<b>Casa Claudina Talón</b>	-	-	3	40	-	-	-	-
<b>Casa da Carballeira</b>	4	45	-	-	-	-	-	-
<b>Casa de Campos</b>	2	43	-	-	-	-	-	-
<b>Casa de Grande</b>	5	56	4	46	-	-	-	-
<b>Casa do Tomás</b>	1	65	2	55	-	-	-	-
<b>Casa dos Cancelos</b>	6	65	-	-	-	-	-	-
<b>Casa Figueroa</b>	1	39	2	33	-	-	-	-
<b>Casa Lastres</b>	4	50	-	-	-	-	-	-
<b>Casa Mariñeira Lourdes</b>	8	60,75	2	48,60	-	-	-	-
<b>Casa Matalobos</b>	7	40	2	33,6	-	-	-	-
<b>Casa o Fabal</b>	5	50	-	-	-	-	-	-
<b>Casa o Vieiro</b>	9	45	-	-	-	-	-	-
<b>Casa Taberneiro</b>	4	38	-	-	1	33	-	-
<b>La Garita</b>	3	70	-	-	-	-	-	-
<b>O Rozo</b>	2	52	-	-	-	-	-	-
<b>Os Lagos</b>	-	-	-	-	-	-	1 (4 osoby)	70
<b>San Antón</b>	1	120	4	60	-	-	-	-

### 9.3. Casas de labranza oblasti Rías Baixas a jejich marketing na internetu

Následující hodnocení statků *casas de labranza* bude zaměřeno na dosažitelnost informací prostřednictvím moderních technologií, především internetu. Většina ubytovacích zařízení cestovního ruchu dnes komunikuje jak s potenciálními zákazníky tak s těmi stávajícími přes internet. Velká část marketingu se odehrává právě na internetu. U mladých podniků to často bývá téměř veškerá marketingová činnost. V případě domů skupiny C je zajímavé sledovat jejich zapojení se do tohoto moderního procesu. Dochází zde ke střetu zájmů, kdy *casas de labranza* nabízejí „přírodní“ nebo „venkovský“ produkt a zároveň musejí tento produkt nabídnout dostatečně moderním způsobem, aby byl schopen se prodat. Zákazník si

musí udělat pomocí média představu o domu jako takovém a o jeho prostředí. V tomto případě se jako marketingový tah osvědčují jak grafické, tak zvukové animace navozující atmosféru venkova, které zároveň pomáhají udržet zákaznickou pozornost.

Ovšem ne všechny venkovské domy skupiny C v oblasti Rías Baixas propagují své služby samostatně prostřednictvím internetu. Zhruba polovina z nich nabízí své služby zprostředkovaně. Následující tabulka uvádí poměr domů, které mají vlastní webové stránky a těch, které k nabídce svých služeb využívají zprostředkovatele:

*Tabulka č. 9: Statky (casas de labranza) a přímý marketing na internetu prostřednictvím vlastních www stránek*

	<i>Statky - casas de labranza</i>	
	počet	%
Má vlastní www stránky	12	52%
Nemá www stránky	11	47%

Domy, které mají vlastní www adresy jsou i s příslušnými adresami uvedeny v následující tabulce:

*Tabulka č. 10: Casas de labranza s vlastními www stránkami*

<b>Název domu</b>	<b>Webová adresa</b>
A Pastora	<a href="http://www.casapastora.com">http://www.casapastora.com</a>
A Rega	<a href="http://www.casaruralarega.com">http://www.casaruralarega.com</a>
Casa da Viña	<a href="http://www.casaruraldavina.com">http://www.casaruraldavina.com</a>
Budiño de Serraseca	<a href="http://www.budinho.com">http://www.budinho.com</a>
Casa Claudina Talón	<a href="http://www.claudinatalon.com">http://www.claudinatalon.com</a>
Casa de Grande	<a href="http://www.casadegrande.com">http://www.casadegrande.com</a>
Casa dos Cancelos	<a href="http://www.casadoscancelos.com">http://www.casadoscancelos.com</a>
Casa Lastres	<a href="http://www.ensanxenxo.com/casalastres/">http://www.ensanxenxo.com/casalastres/</a>
Casa Mariñeira Lourdes	<a href="http://www.cmlourdes.net">http://www.cmlourdes.net</a>
Casa O Fabal	<a href="http://www.ofabal.com">http://www.ofabal.com</a>
La Garita	<a href="http://www.casalagarita.com">http://www.casalagarita.com</a>
O Rozo	<a href="http://www.orozo.com">http://www.orozo.com</a>

Následuje analýza výše uvedených webových stránek. Stránky jsou ohodnoceny známkami 1 – 5, přičemž 1 je nejlepší hodnocení. Jde o subjektivní hodnocení autorky jako



potencionálního zákazníka. Stránky jsou hodnoceny z hlediska atraktivity, grafického provedení, přehlednosti a stylizace (venkovské motivy atp.). Předpokládá se, že úvodní strana, popřípadě první strana, která se věnuje produktu (pobytu na statku) bude obsahovat minimálně následující položky: stručný popis domu, označení typu stavení jako dům skupiny C nebo *casa de labranza* a fotografii domu. Stránky by měly být vizuálně příjemné, střídme, ale zajímavé a přehledné.

Tabulka č. 11: Hodnocení webových stránek domů skupiny C v provincii Pontevedra

Název domu	Hodnocení webových stránek <sup>22</sup>	Přehlednost	Komentáře k hodnoceným webovým stránkám
<b>A Pastora</b>	3	1	Nemá žádnou animaci či jiné venkovské motivy.
<b>A Rega</b>	2	1	Nemá na stránkách venkovské motivy. Přehledné.
<b>Casa da Viña</b>	1	1	Používá venkovské motivy. Jednoduché a přehledné.
<b>Budiño de Serraseca</b>	1-2	1	Grafická animace. Zvuková kulisa.
<b>Casa Claudina Talón</b>	1	1	Vizuálně příjemné. Výrazné foto, které vytváří venkovský motiv.
<b>Casa de Grande</b>	3	1	Chybí venkovské motivy.
<b>Casa dos Cancelos</b>	4	3	Stránky nemají formu prezentace. Jsou laicky provedené.
<b>Casa Lastres</b>	1	1	Venkovský motiv. Zelená barva stránek – „barvy přírody“.
<b>Casa Mariñeira Lourdes</b>	3	1	Chybí venkovské motivy.
<b>Casa o Fabal</b>	2	1	Stránky stejného typu jako dům A Rega. Jsou ovšem přehledné.
<b>La Garita</b>	2-3	2	Stránky nejsou vizuálně příjemné. Příliš ostré barvy.
<b>O Rozo</b>	2-3	1-2	Působí příliš komerčně. Nenavozují atmosféru venkova.

Pro funkčnost webových stránek musejí být tyto stránky přehledné. Potencionální zákazník se na nich musí bez problémů orientovat. Z dvanácti domů skupiny C v oblasti Rías Baixas, které mají vlastní webové stránky, byl vybrán vzorek 6 domů. Následující dvě

<sup>22</sup> Titulní stranu jedné z nejlépe ohodnocených webových stránek (Casa Lastres) je možno prohlédnout si v příloze č. 5

tabulky uvádějí, zda stránky obsahují konkrétní interaktivní odkazy, jejichž existence je nezbytná pro snadnou orientaci a komplexní informovanost potenciálního zákazníka:

*Tabulka č. 12: Interaktivní odkazy na webových stránkách vybraných casas de labranza*

Statek	úvod		Mapa	Kontakt
	Historie domu	Popis domu		
<b>A Pastora</b>	Ne	Ano	Ano	Ano
<b>A Rega</b>	Ne	Ano	Ano	Kontakt uveden v zápatí
<b>Budiño de Serraseca</b>	Ano	Ano	Ano	Ano
<b>Casa Claudina Tallón</b>	Ne	Ano	Ano	Ano
<b>Casa da Viña</b>	Ne	Ano	Ano	Ano
<b>La Garita</b>	Ne	Ano	Ano	Ne

*Tabulka č. 13: Interaktivní odkazy na webových stránkách vybraných casas de labranza (2.část)*

Statek	Služby / Aktivity	Ceník	Fotogalerie	Jazyky na výběr (kolik)
<b>A Pastora</b>	Ano	Ano	Ano	Ano – 3
<b>A Rega</b>	Ne	Ano	Ne	Ne
<b>Budiño de Serraseca</b>	Ano	Ano	Ano	Ano – 8
<b>Casa Claudina Tallón</b>	Ano	Ano	Ano	Ne
<b>Da Viña</b>	Ne	Ano	Ano	Ne
<b>La Garita</b>	Ano	Ano	Ne	Ne

Podle výše uvedených údajů lze usuzovat, že většina hodnocených domů splňuje základní požadavky pro správný marketing na jejich webových stránkách. Výjimku tvoří pouze jazyková stránka. Z šesti vybraných domů mají cizojazyčné verze stránek pouze

dva. Ze všech dvanácti webových stránek *casas de labranza* mají cizojazyčnou verzi pouze čtyři z nich, viz následující tabulku:

Tabulka č. 14: Cizí jazyky nabízené na stránkách *casas de labranza* (Pontevedra)

Dům	Počet jazyků	Jazyky
1. Budiño de Serraseca	8	španělština, galicijština, katalánština, baskitština, angličtina, němčina, francouzština, portugalština
2. A Pastora	3	španělština, galicijština, angličtina
3. Casa de Grande	2	španělština, angličtina
4. Casa Mariñeira Lourdes	3	španělština, galicijština, angličtina

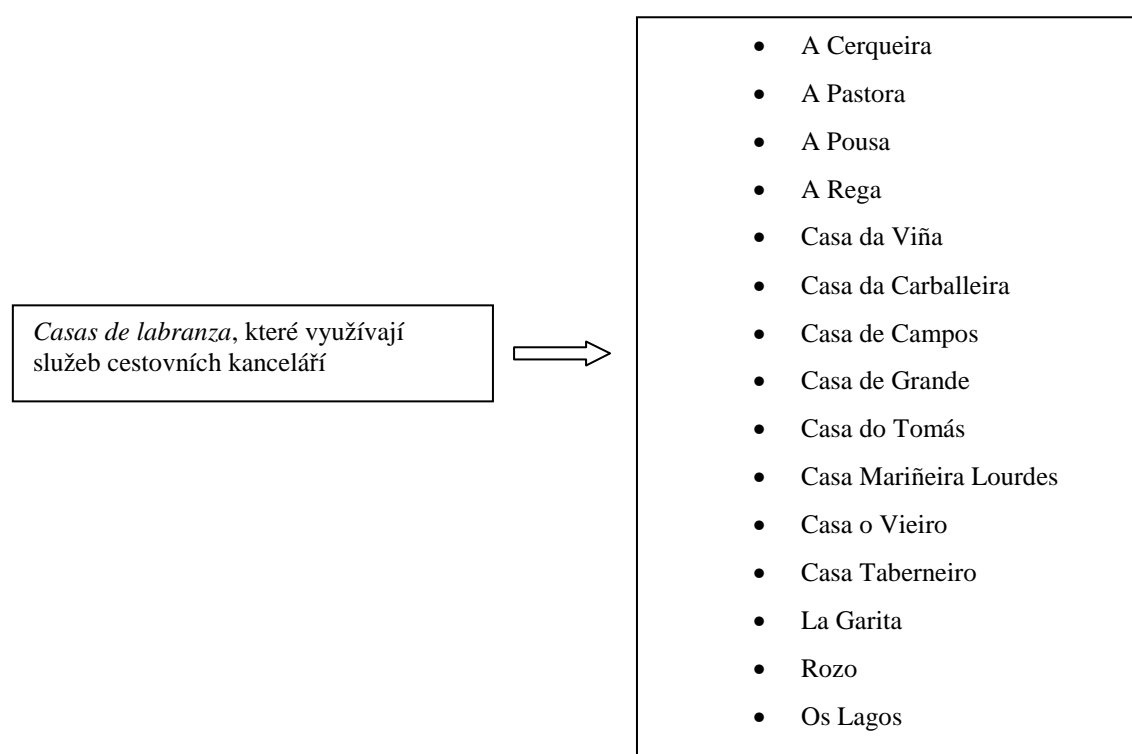
Z výše uvedených údajů vyplývá, že venkovské domy skupiny C v oblasti Rías Baixas, které provozují svůj marketing na internetu, se zaměřují především na španělsky mluvící klientelu. Pouze jedna třetina z nich nabízí produkt na webových stránkách i v jiném jazyce než je španělština. Zároveň jen jedna čtvrtina sledovaných webových stránek má ve své nabídce jazyků galicijštinu, přestože je druhým oficiálním jazykem autonomní oblasti Galicie.

Co se týče cílové skupiny, které *casas de labranza* nabízejí své služby, chybí detailní informace. Oslovené domy nereagovaly na výzvu k poskytnutí detailních informací o jejich klientele. Z výše uvedených faktů se však dá odvodit, na kterou cílovou skupinu na trhu cestovního ruchu se zaměřují právě venkovské domy skupiny C. Tuto skupinu budou tvořit lidé převážně z vyšší střední vrstvy žijící ve městech či velkoměstech. Konkrétně to budou milovníci přírody, rodiny s dětmi či starší lidé. Jak již bylo řečeno výše, výběr cílové skupiny se ve většině případů omezuje jen na španělský trh.

#### 9.4. Zprostředkovaný marketing casas de labranza

Casas de labranza, které nemají své vlastní webové stránky využívají většinou služeb organizátorů cestovního ruchu (v tomto případě TURGALICIA a Turismo Rías Baixas), kteří jejich služby nabízejí na internetu. Mnohé domy ovšem využívají i služeb cestovních kanceláří, což je výhodné především pro získání klientů, kteří využívají pro vyhledávání informací jiné zdroje než internet. Následující schéma uvádí všechny casas de labranza z oblasti Rías Baixas, které využívají služeb cestovních kanceláří:

*Schéma č. 9: Domy skupiny C, které využívají služeb cestovních kanceláří*



## 10. Zážitková turistika v oblasti Rías Baixas

Agroturistika sama o sobě a s ní spojené aktivity popsané v předchozích kapitolách tvoří nedílnou součást zážitkové turistiky. Tato kapitola se zaměří na aktivní cestovní ruch v oblasti Rías Baixas. Vedle „klasických“ činností aktivní turistiky, jako jsou vyjížďky na koních či pěší turistika, se bude tato kapitola věnovat především adrenalinovým sportům provozovaným v dané oblasti. Bude následovat seznam nabízených aktivit, který uvádí touroperátor TURGALICIA v jedné ze svých tematických elektronických brožur.

### 10.1. Adrenalinové sporty

Během prvních týdnů pobytu v Galicii jsem měla možnost zúčastnit se jako pozorovatel řady adrenalinových sportů. Jako příklad uvedu *bunjee-jumping*, neboli *puenting*. Překvapilo mě, jak velký zájem je o tento sport. Kromě něj však místní studenti a nejen oni často provozují také *rafting*, *paintball* a jiné aktivity, které popisují v následujícím textu.

Galicie, stejně jako jiné regiony, projevuje v posledních letech o adrenalinové sporty velký zájem. Podle sociologů je hlavní příčinou tohoto jevu ekonomický růst a fakt, že stále více obyvatel disponuje větším množstvím volného času. Navíc Galicie je pro provozování adrenalinových sportů a aktivní turistiky vůbec velmi příhodná.

Výskyt četných řek, kaňonů a peřejí přeje vodním sportům jako jsou jízda na kanoi, rafting, kaňoning, hydrospeed<sup>23</sup> atp. V pobřežních vodách Atlantského oceánu se provozuje potápění a šnorchlování. Díky světelným a teplotním podmínkám jsou pro potápění velmi příhodné ostrovy Islas Cíes. V okolí ostrovů se pořádají i jiné aktivity, jako je například hledání pokladů.

Hory v oblasti Rías Baixas nejsou příliš vysoké. Stěny mnohých z nich však bývají často téměř vertikální, takže vytvářejí vhodné podmínky pro extrémní sporty jako je slaňování do propastí či horolezectví.

Oblíbenou alternativou trávení volného času se staly adrenalinové sporty jako je *bunjee-jumping*, ve španělštině *puenting*<sup>24</sup>, seskok s padákem či *paintball*. *Paintball* je akční hra, která vyžaduje rychlost, sílu a fyzickou kondici. Většinou proti sobě stojí dva týmy, které mají paintballové zbraně. Ty vystřelují želatinové kuličky, které zasaženého hráče označí jasnou barvou a vyřadí ho tak ze hry.

Novým adrenalinovým sportem se stala aktivita se španělským názvem *espeleología*. Tento sport kombinuje disciplíny jako je horolezectví, spouštění se do strží, orientace,

---

<sup>23</sup> viz kapitola 1

<sup>24</sup> *puente* znamená ve španělštině most

potápění a mnohé další. Tato aktivita se odehrává v podzemních jeskyních a dutinách, kde se nacházejí podzemní jezera. V poslední době se těší velké oblibě.

## 10.2. Seznam aktivit a podniků

Nabízené aktivity v regionu (podle TURGALICIA):

- Horolezectví
- Slaňování
- Bunjee-jumping
- Tibetský most<sup>25</sup>
- Sestup do propastí
- Jízda na koni
- Jízda na *quadu*<sup>26</sup>
- Jízda na horském kole
- Paintball
- Střelba z luku
- Rafting
- Hydrospeed
- Kajak
- Ultralehký letoun, rogalo, motorové rogalo atp.
- Seskok s padákem
- *Espeleología*

Podniky, které tyto služby poskytují:

- |   |                                  |
|---|----------------------------------|
| 1. Arrepions                                  | 8. Estación de Montaña Manzaneda |
| 2. Atlantis Adventure                         | 9. Galitur Sport                 |
| 3. Aventurocio                                | 10. Itineris                     |
| 4. Axiña servicios Deportivos                 | 11. Proaventur                   |
| 5. Club de piragüismo Grupo Xuvenil As Pontes | 12. Roq Sport                    |
| 6. Desafío Ocio                               | 13. Turnauga                     |
| 7. Eolo Actividades                           | 14. Vaguadaventura               |

---

<sup>25</sup> „most“ vytvořený ze dvou či tří napnutých lan

<sup>26</sup> *quad* je terénní čtyřkolka

## 11. Finanční podpory z prostředků EU pro venkovský cestovní ruch

Nařízení Xunty de Galicia z 19.dubna 2007<sup>27</sup> ustanovuje regulační položky pro udělování podpor podnikům cestovního ruchu na podporu cestovního ruchu ve venkovském prostředí. Tyto finanční podpory mají podporovat činnosti zaměřené na rozvoj turistických či sportovních aktivit ve venkovském prostředí. Podpory, které toto nařízení upravuje, jsou ustanoveny v nařízení č. 1080/2006 Evropského parlamentu a Rady EU z 5. července 2006, které se vztahuje na Evropský fond pro regionální rozvoj pro období 2007 – 2013.

Proces udělování podpor je zanesen v Nařízení Evropské Komise 1628/2006 z 24 října 2006. Toto nařízení se vztahuje ke článkům 87 a 88 Smlouvy o regionální podpoře investic (Úřední věstník EU – EurLEX, L 302, 11-11-2006). Jako investice schopné získat danou podporu jsou označovány následující konkrétní činnosti:

- a) Úprava, vylepšení nebo vyznačování turistických tras, které jsou považovány za součást kulturního či přírodního dědictví.
- b) Úprava, vylepšení nebo vyznačování tras pro pěší turistiku, procházky či vyjížděky na koni.
- c) Vytvoření a obchod s balíčky služeb cestovního ruchu pro venkovské prostředí.
- d) Používání nových technologií na propagaci venkovského prostředí.
- e) Vytvoření infrastruktury potřebné pro činnosti spojené s jízdou na koních.
- f) Infrastruktury potřebné pro pořádání letních táborů.
- g) Vytvoření nebo vylepšení golfových hřišť.
- h) Infrastruktura potřebná pro provozování adrenalinových sportů.
- i) Aktivity provozované v přírodním prostředí (jako úprava často navštěvovaných míst, vyznačování atp.

Podle rozpočtu Evropského fondu pro regionální rozvoj byla na pokrytí výše popsaných finančních podpor vypsána částka max. 4.800.000 €, které mají být vydány ve dvou ročních splátkách. Pro rok 2007 je splátka 2.500.000 € a pro rok 2008 činí 2.300.000 €.

Adresáty mohou být fyzické či právnické osoby, které vykonávají výše uvedené aktivity (investice) nebo nabízejí provozování her či sportů v prostředí venkova. Pokud to provozovaná činnost vyžaduje, musejí tyto osoby vlastnit nebo disponovat prostorem, kde

---

<sup>27</sup> *Diario Oficial de Galicia* - Úřední věstník Galicie, č.85, čtvrtek 3.května 2007; vlastní překlad

se bude tuto činnost provozovat. Pro získání podpory je nutné, aby byla osoba (podnik) již předem zapsána v Registru podniků a aktivit cestovního ruchu Xunty de Galicia<sup>28</sup>. Před udělením podpor jsou hodnocena následující kritéria ustanovená v článku 9 daného nařízení:

- a) Lokalizace investic – ve venkovském prostředí s tendencí k vylidnění; pobřežní oblasti; oblast prospěšná ve vztahu k ochraně životního prostředí
- b) Analýza místa z hlediska kvality přístupových cest, základní infrastruktury a nabídky služeb cestovního ruchu.
- c) Originalita návrhu.
- d) Schopnost vytvořit pracovní místa a přispět k rozvoji místní ekonomie.
- e) Celistvost již existující turistické nabídky v daném místě.
- f) Zavedení nových technologií a energií šetrných k životnímu prostředí.
- g) Zavázat se k používání galicijského jazyka ve všech vztazích, které bude žadatel o podporu udržovat s Administrativou autonomní oblasti (ustanovené v článku 6.3 zákona 3/1983 o normalizaci lingvistiky).

Podle článku 15 nařízení přijímají žadatelé o podporu závazky a povinnosti plynoucí z přidělení finanční podpory. Patří mezi ně například povinnost podrobit se kontrolám Výboru pro průmysl a inovaci<sup>29</sup>, sdělit tomuto výboru informace o případných jiných podporách pro stejný účel. Dále žadatelé musejí vykonávat činnost, která je základním předpokladem pro udělení podpory, aniž by došlo k zásadní změně či úpravě této činnosti. Činnost, na kterou byla podpora udělena, musí být od jejího počátku vykonávána minimálně pět let. Pokud žadatel po obdržení podpory nedodržuje či porušuje vyplývající závazky a povinnosti, je nucen splatit celou částku, která mu byla přidělena nebo její určenou část.

Nejpozději tři měsíce od data rozhodnutí o udělení finanční podpory musí být do Úředního věstníku Galicie zanesena informace o udělených podporách, adresátech, rozpočtu jednotlivých podpor a popis cíle, za jakým byly podpory uděleny. Pokud ovšem udělená finanční výpomoc nepřesahuje částku 3.000 €, není nutná její publikace v Úředním věstníku Galicie. Ta je nahrazena publikováním udělené podpory na oficiální webové

---

<sup>28</sup> *Registro de Empresas e Actividades Turísticas da Xunta de Galicia*

<sup>29</sup> *Consellería General de Innovación e Industria*



stránce Výboru pro průmysl a inovaci. Tento výbor má, podle článku 20 nařízení, provádět inspekce dodržování podmínek a správného používání podpor.

## Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zjistit stav agroturistiky v regionu Rías Baixas, tedy v provincii Pontevedra a následně se zaměřit na ubytovací zařízení využívané v agroturistice a na jejich vlastní prezentace na internetu. Nejprve však bylo nutno představit autonomní oblast Galicii a poté sledovaný region. Překvapil mě nedostatek informací o Galicii v českých publikacích. Byla jsem tedy nucena vycházet z vlastních poznatků, které jsem získala během studijního pobytu v téže oblasti, a údajů uvedených na oficiálních galicijských webových stránkách. O oblasti Rías Baixas se české publikace téměř nezmiňují.

Během zpracovávání informací jsem zjistila, že agroturistika je v provincii Pontevedra poměrně rozvinutou formou cestovního ruchu. Autonomní vláda Galicie si uvědomuje důležitou funkci agroturistiky a venkovského cestovního ruchu jako takového. Proto jsou veškeré náležitosti týkající se tohoto typu cestovního ruchu legislativně ošetřeny zákonem 9/1997 BOE a následně upraveny dekretem 191/2004 DOG vydaným Xuntou de Galicia<sup>30</sup>. Tento dekret rozděluje venkovské domy do skupin dle zaměření, stanovuje podmínky zařazení domu do určité skupiny a upravuje veškeré náležitosti od minimálních rozměrů domů po otvírací dobu.

Základními typy agroturistiky v oblasti Rías Baixas jsou „labužnická agroturistika“ a „agroturistika s poskytováním přístřeší“. Centrum „labužnické agroturistiky se nachází v kraji O Salnés, který křížuje „Stezka vína“. „Agroturistika s poskytováním přístřeší“ využívá venkovských domů skupiny C, španělsky *casas de labranza*. Analýza těchto domů z hlediska lokalizace a marketingu byla jedním z původních cílů bakalářské práce.

*Casas de labranza* jsou rozmístěny po celé oblasti Rías Baixas. Během studia materiálů jsem zjistila, že neexistuje žádný plán či mapa, která by znázorňovala pouze tuto skupinu domů v daném regionu. Pro snadnou orientaci jsem na základě získaných informací takovou mapku vytvořila.

Vzhledem k technické vyspělosti dnešní doby byla jako další cíl práce stanovena analýza dostupnosti informací o jednotlivých domech skupiny C na internetu. Bylo zjištěno, že přímý marketing na internetu (tedy vlastní www stránky) provozuje pouze polovina domů skupiny C v oblasti Rías Baixas. Jednotlivé webové stránky domů skupiny C byly následně vzájemně porovnávány a hodnoceny z hlediska marketingu. Byla porovnána jejich celková působivost, grafika, přehlednost, venkovská tematika atp.

---

<sup>30</sup> Pro srovnání, česká legislativa se o agroturistice prozatím nezmiňuje.

Následně byl vybrán vzorek šesti webových stránek domů skupiny C, na kterých byla sledována přítomnost důležitých orientačních prvků (interaktivní odkazy). Stránky byly hodnoceny z hlediska jazykové nabídky. Z průzkumu vyplývá, že pouze jedna třetina webových stránek domů skupiny C v provincii Pontevedra je existuje ve vícejazyčných verzích. *Casas de labranza*, které nemají vlastní webové stránky využívají marketingu zprostředkovaného touroperátory či cestovními kancelářemi.

Žádné detailní informace o cílové skupině, na kterou se zaměřuje marketing venkovských domů typu C nebyly poskytnuty. Oslovené domy na výzvu nereagovaly. Ze získaných informací se však dá odvodit, na kterou cílovou skupinu jsou domy zaměřeny. Tuto skupinu budou tvořit lidé převážně z vyšší střední vrstvy žijící ve městech či velkoměstech. Konkrétně to budou milovníci přírody, rodiny s dětmi či starší lidé. Výběr cílové skupiny se ve většině případů omezuje jen na španělský trh.

Jelikož nejsou k dispozici žádné materiály, zaměřené výhradně na *casas de labranza* v provincii Pontevedra, je analýza vytvořená v této práci originální nejen v rámci České republiky, ale i v rámci sledovaného regionu Rías Baixas.

Oblast Rías Baixas je vhodná jak pro venkovský cestovní ruch, tak pro zážitkovou turistiku extrémnější povahy, která zahrnuje především adrenalinové sporty. Ze zdrojů oficiálních touroperátorů (TURGALICIA) bylo zjištěno, že nabídka extrémních zážitků je v tomto regionu poměrně široká. Pro účelnost této práce byl sestaven seznam služeb extrémní zážitkové turistiky a seznam firem, které tyto služby v oblasti Rías Baixas poskytují.

V závěrečné části práce jsou uvedeny informace o finančních podporách poskytovaných Evropskou unií na rozvoj cestovního ruchu ve venkovském prostředí, konkrétně jaké podmínky musí projekt / žadatel splňovat, aby podporu obdržel, celková výše finanční podpory pro region atp.

## Použité zdroje

### 1. Odborná literatura:

Aguiló, C. (2007): „La fuga del factor humano.“ *La Voz de Galicia*. 12.8. 2007. Ročník VII, č.497

*Enciclopedia Hispánica*; (1991). Encyclopedia Britannica Publisher, INC.  
ISBN 0-85229-532-4

García García, O., Zbudilová, H. (2004): *Introducción al mundo hispano: España*, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Pedagogická fakulta, katedra romanistiky, České Budějovice. ISBN 80-7040-730-1

Hrozková, E. (2005): *Legendy ze Španěl*. Mladá Fronta, Praha. ISBN 80-204-1202-6

Monge Camina, G., Hlavičková, V. (1995): *Actualidad económica y política de España*. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, Praha. ISBN 80-7079-785-1

Pourová, M. (2002): *Agroturistika*. Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta. CREDIT, Praha. ISBN 80-213-0965-2

Steinová, M., Hluchníková, M., Přádka, M. (2003): *E- MARKETING II: Marketingová komunikace na internetu; Elektronické obchodování*. Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava, Ostrava. ISBN 80-248-0351-8

Stuchlík, P., Pegner, M., Dvořáček, M. (1998): *Marketing a reklama na internetu*. Grada Publishing, Praha. ISBN 80-7169-630-7

Stuchlík, P., Dvořáček, M. (2000): *Marketing na internetu*. Grada Publishing, Praha. ISBN 80-7169-957-8

Sung, H.H., Morrison, M., O'Leary, J.T. (1996): „Definition of Adventure Travel: Conceptual Framework for Empirical Application from the Providers' Perspective.“ *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.

Šimková, E. (2006): „Venkovská turistika a udržitelný rozvoj venkovských regionů.“ In: *Agroregion 2006: Zvyšování konkurenceschopnosti v zemědělství, Sekce 3 Regiony – podniky – zdroje*. Sborník referátů z VI. Ročníku mezinárodní vědecké konference v Českých Budějovicích. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta. ISBN 80-7040-871-5

Škodová Parmová, D. (2007): *Agroturistika*. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta. Typodesing, s.r.o., České Budějovice. ISBN 978-80-7394-009-6

Štěpánek, P., Kafka, P., Škvor, J. (1991): *Španělsko*. Olympia, Praha. ISBN 80-7033-141-0

Vincent, M., Stradling, R.A. (1997): *Svět Španělska a Portugalska*. Knižní klub, Praha. ISBN 80-7176-574-0

## 2. Legislativa<sup>1</sup>:

*Consellería de Innovación e Industria, Orde do 19 de abril de 2007, IN983E*; nařízení Výboru pro průmysl a inovaci z 19.dubna 2007 ustanovující regulační položky pro udělování podpor podnikům cestovního ruchu na podporu cestovního ruchu ve venkovském prostředí, DOG 3.května

*D [GALICIA] 191/2004, 29 julio, de establecimiento de turismo rural*, dekret č. 191/2004 z 29.července, o zařízeních venkovského cestovního ruchu, DOG 10. srpna

*Ley 9/1997, de 21 de agosto, de Ordenación y Promoción de Turismo en Galicia*; zákon č. 9/1997 z 21.srpna o uspořádání a rozvoji cestovního ruchu v Galicii, DOG 1.září, BOE 3.října

*Lei 3/1983, do 15 de xuño, de normalización lingüística*; zákon č. 3/1983 z 15. června o normalizaci lingvistiky, DOG 14.července 1983

Nařízení Komise (ES) č. 1628/2006, 24.října 2006 o použití článků 87 a 88 Smlouvy na vnitrostátní regionální podporu

Oficiální věstník Evropské Komise č.70, 19.03.2002, Smlouva na vnitrostátní regionální podporu pro velké investiční projekty

## 3. Internetové zdroje

<http://www.riasbaixas.org>; web organizace Turismo Rías Baixas

<http://www.turgalicia.es>, web touroperátora Turgalicia

[www.xunta.es](http://www.xunta.es), stránky Xunty de Galicia

<http://www.asamblea.go.cr/Biblio/cedil/estudios/agroturismo.htm>; stránky Knihovny zákonodárného shromáždění republiky Kostarika; studie o agroturistice

<http://www.agroturismo.net/inicial.html>; stránky Asturské organizace pro agroturistiku

<http://www.comarcasdegalicia.com>, webové stránky zřízené Xuntou de Galicia, které poskytují podrobné informace o všech regionech a krajích autonomní oblasti Galicie

<http://www.ecoturismorural.com>

---

<sup>1</sup> Použité zkratky:

DOG – Diario Oficial de Galicia – Oficiální deník Galicie

BOE – Boletín Oficial del Estado – Oficiální věstník Španělska

<http://ecotur.es> ; španělský portál o ekoturistice a agroturistice

<http://www.ecoturismogalicia.com/fegatur.htm>; stránky Galicijské federace sdružení venkovského cestovního ruchu, odkazuje na jednotlivá sdružení

<http://www.agarimo.com>; stránky sdružení Agarimo

<http://ahscb.net/soubory/ZT.html>; stránky Spolku přátel tradic popisující zážitkovou turistiku a její teorii

<http://www.ceskatelevize.cz/vysilani/25.05.2007/207562260120013-04:00-2-na-cestech-po-galicii-galicie.html>; internetové vysílání české televize o Galicii

<http://www.xornal.com/article.php3?sid=20080125091922>, galicijský internetový deník; článek o míře nezaměstnanosti v Galicii

<http://www.poznani.cz> – cestovní kancelář Poznání, zmíněná v kapitole o zážitkové turistice

<http://www.spanelsko.info/galicie.htm>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Galicia#Energ.C3.ADa](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Galicia#Energ.C3.ADa)

<http://culturitalia.uibk.ac.at/hispanoteca/Landeskunde-Spanien/Autonom%C3%ADas/AUTONOM%3%8DAS/GALICIA.htm>

### **Webové stránky domů skupiny C (*casas de labranza*):**

<http://www.casapastora.com>

<http://www.casaruralarega.com>

<http://www.casaruraldavina.com>

<http://www.budinho.com>

<http://www.claudinatalon.com>

<http://www.casadegrande.com>

<http://www.casadoscancelos.com>

<http://www.ensanxenxo.com/casalastres/>

<http://www.cmlourdes.net>

<http://www.ofabal.com>

<http://www.casalagarita.com>

<http://www.orozo.com>

## Seznam příloh

- Příloha č.1.....Mapa Galicie  
Příloha č.2.....Camino de Santiago v Galicii  
Příloha č.3.....Severní trasa „Stezky vína“ (*Ruta do Viño Rías Baixas*)  
Příloha č.4..... Fiesta del Marisco – oficiální plakát z roku 2000  
Příloha č.5..... Webové stránky domu *Casa Lastres*

## Příloha č.1 Mapa Galicie



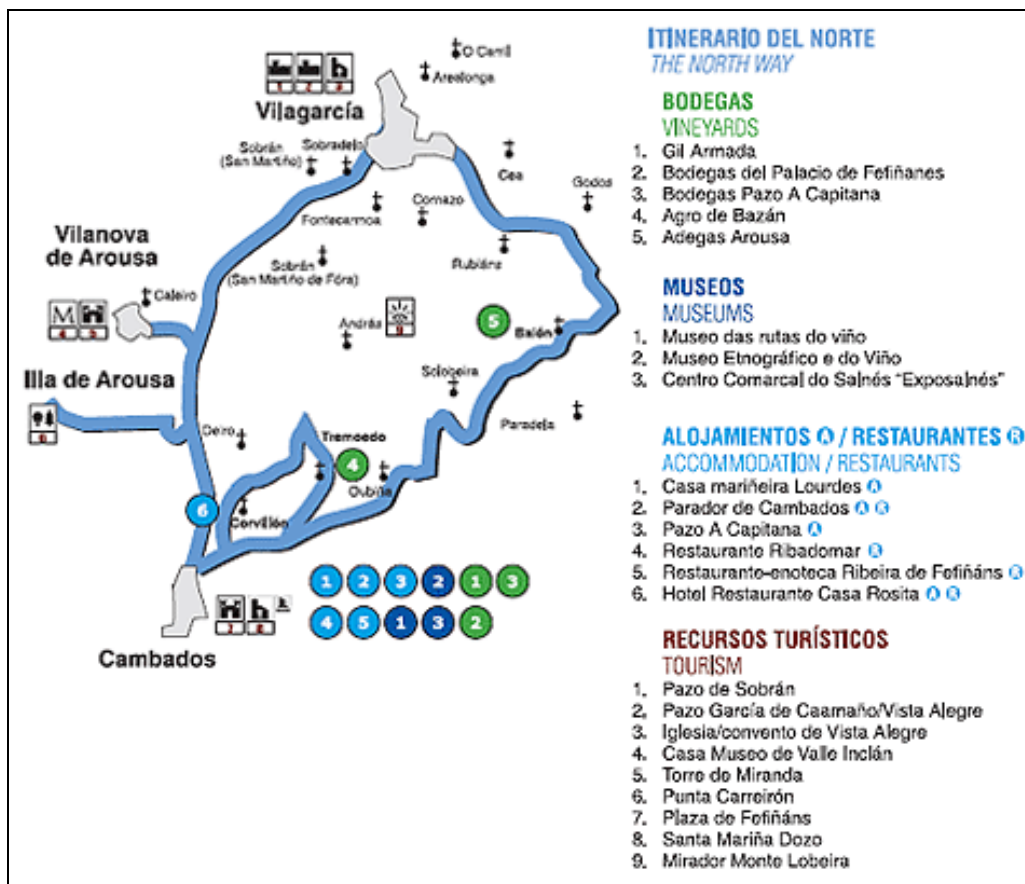
Zdroj:

<http://www.fonisol.com/es/espana/santiago-de-compostela/imagenes-santiago-de-compostela/galicia-com.gif>





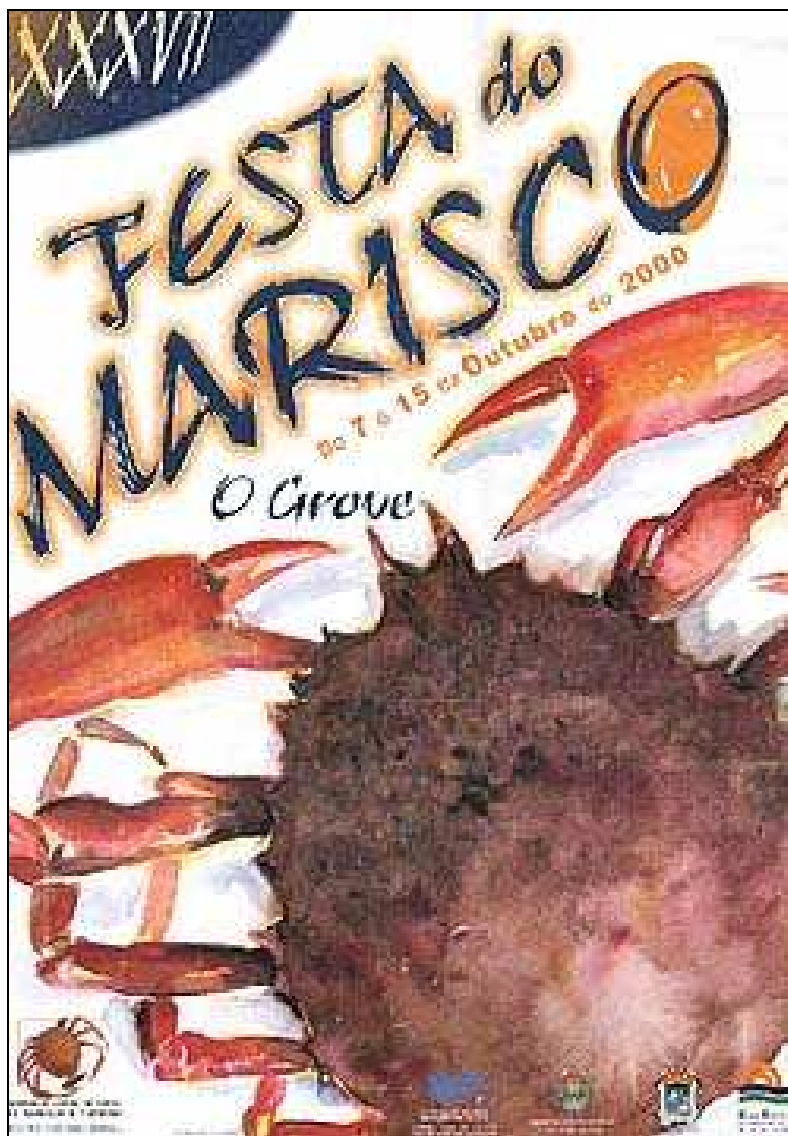
### Příloha č.3 Severní trasa „Stezky Vína“ (Ruta do Viño Rías Baixas)



Zdroj:

[www.rutadelvinoriasbaixas.com](http://www.rutadelvinoriasbaixas.com)

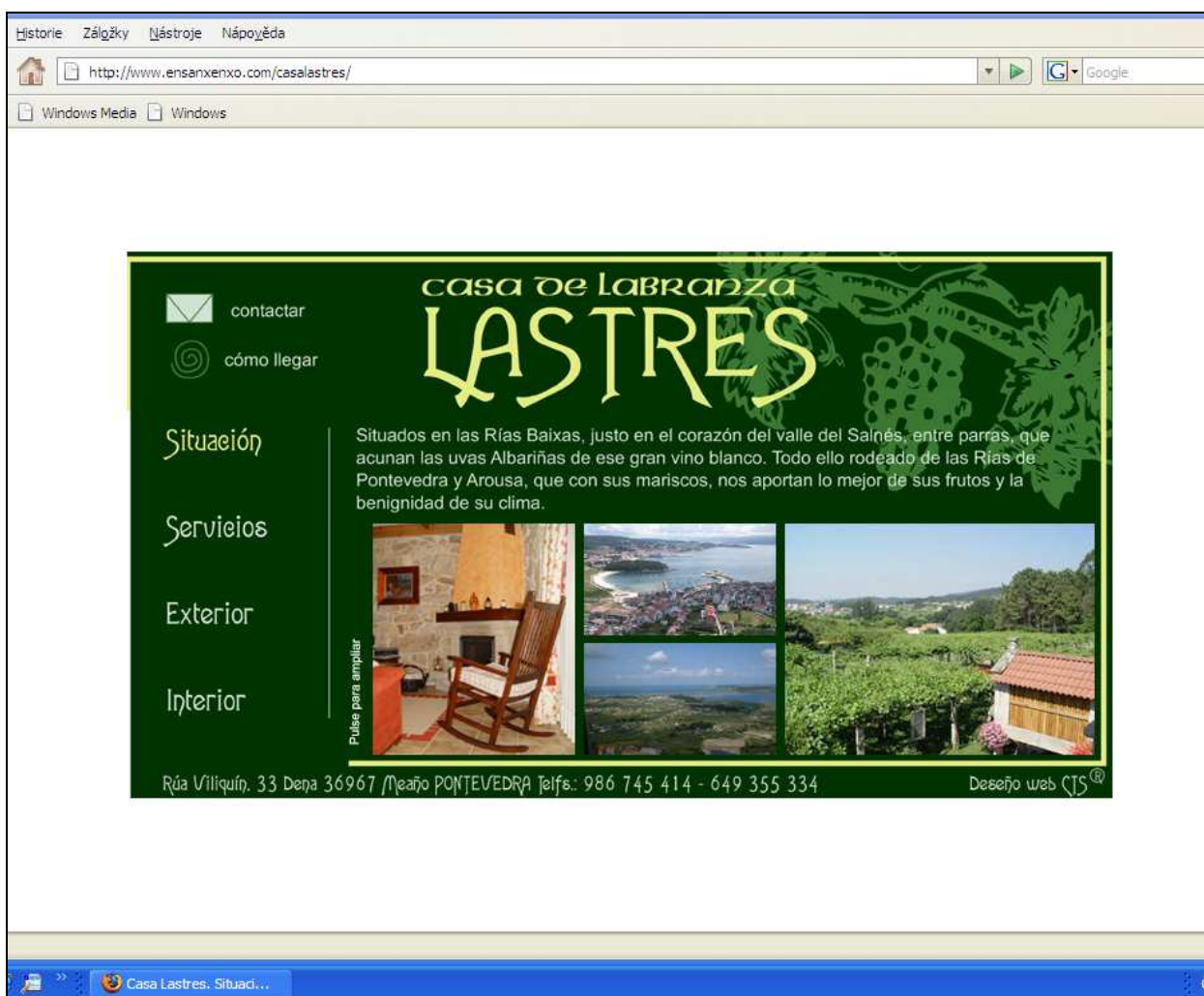
Příloha č.4 Fiesta del Marisco – oficiální plakát 37. ročníku slavností z roku 2000



Zdroj:

[www.casapastora.com](http://www.casapastora.com)

Příloha č.5 Webové stránky domu *Casa Lastres*



Zdroj:

<http://www.ensanxenxo.com/casalastres/>

## Resumen

La presente tesis trata sobre el agroturismo y el turismo de eventos en la región de Rías Baixas, provincia Pontevedra. El objetivo de esta tesis es analizar el estado del agroturismo y del turismo de eventos en dicha región y luego centrarse en los establecimientos de alojamiento asignados para el agroturismo. La elección del tema se debe a la estancia de la autora en la misma región.

El turismo es cada vez más diverso. Hoy en día lo atractivo no es solamente conocer nuevos lugares sino también vivir nuevas experiencias e impresiones, lo cual suele llamarse el turismo de eventos. La definición de esta noción aún no se ha formado completamente. En este respecto, RNDr. Jiří Šíp, Ph.D., catedrático del Departamento de geografía de la Facultad de Pedagogía de la Universidad de Bohemia del Sur, describe el turismo de eventos como un instrumento de márketing cuyo objetivo es crear nuevos productos de mercado que se vendan bien. Los vendedores, según él, aprovechan los exedentes financieros de varias clases sociales y para eso utilizan los instrumentos mundanos. El agroturismo también pertenece a este concepto de turismo.

La gente de hoy quiere deshacerse de estrés que se va acumulando durante el proceso laboral. Algunos eligen maneras un poco extremas, como son los deportes de aventura, a los que está dedicado el penúltimo capítulo. Otros votan por una estancia más tranquila en el medio rural durante la que llegan a conocer el ritmo de vida de los campesinos.

Conforme con el objetivo del presente trabajo, los capítulos iniciales se dedican a la introducción en la problemática del turismo de eventos, del turismo rural y del agroturismo. Luego el trabajo continúa con un capítulo sobre márketing y el márketing en Internet. La razón es que la autora se dedica más adelante en el trabajo a analizar las casas rurales del grupo C y sus páginas web según los principios básicos del márketing.

Los siguientes capítulos describen la Comunidad autónoma de Galicia. Puesto que hay muy pocas fuentes de información en la República Checa sobre esta región, el capítulo está basado en las fuentes electrónicas oficiales de Galicia<sup>1</sup> y en la propia experiencia de la autora. Las fuentes de información sobre la región de las Rías Baixas no están disponibles en la República Checa. Por lo tanto también el capítulo n° 6 utiliza fuentes electrónicas de Internet. Con miras al enfoque de la tesis, este capítulo incluye un

---

<sup>1</sup> [www.xunta.es](http://www.xunta.es)

análisis de las Rías Baixas como destino turístico. El análisis fue trabajado por centro de turismo oficial Turismo Rías Baixas en el año 2005.

La región de las Rías Baixas tiene muy buenas condiciones para el turismo rural dado a su microclima agradable. El turismo rural, entonces también el agroturismo, son formas del turismo bastante apreciadas en la zona. La misma Xunta de Galicia lo expone en el decreto 191/2004 DOG. Dicho decreto establece bases reguladoras sobre el alojamiento del turismo rural y divido los establecimientos rurales en cuatro grupos. Las casas rurales del grupo C, o casas de labranza, son, según el decreto, las asignadas para el agroturismo. Diferenciamos tres tipos de agroturismo: gastronómico, con la proporción de alojamiento (en casas de labranza) y de tipo escandinavo que se basa en alquilar chalés, casas o pisos de verano. En la región de las Rías Baixas los más frecuentes son el agroturismo gastronómico y el que ofrece alojamiento en casas de labranza.

El agroturismo gastronómico está concentrado en la Comarca de O Salnés en forma de ruta de vino llamada 'Ruta do Viño Rías Baixas'. La zona de las Rías Baixas en general está conocida como la región vinícola y los vinos con la denominación de origen Rías Baixas son vinos de calidad. Entre ellos destaca el vino Albariño cuya presencia en la región se data desde el siglo XI. La Ruta do Viño Rías Baixas tiene mucho prestigio. Ha sido certificada con la Marca de Calidad Ruta del Vino de España en 2005. Está formada por cuatro itinerarios que invitan a visitar amplio abanico de servicios enoturísticos. Los visitantes de la ruta pueden disfrutar de la gastronomía gallega, fuertemente ligada a sus vinos en los establecimientos adheridos a la ruta. También se ofrecen paquetes turísticos por precios rendidores.

En la región de las Rías Baixas se celebra una gran cantidad de fiestas tradicionales y gastronómicas. De las gastronómicas la más conocida es la fiesta del marisco, 'Festa do marisco' en gallego. Esta fiesta se celebra desde el año 1963 en el puerto de O Grove. Otra fiesta bien conocida es la 'del Caldo gallego' que tiene lugar en la capital de la provincia – Pontevedra. El caldo gallego es el plato más popular y típico de la cocina rural gallega. El día de la fiesta se celebra un concurso en el que compiten los mejores caldos.

De las fiestas tradicionales destaca la fiesta llamada 'A Rapa das Bestas'. Es un rito tradicional en Galicia. Los caballos criados libremente en los montes gallegos están reunidos en los curros dónde están marcados y se les cortan las crines. Esta fiesta puede llegar a ser muy peligrosa para los participantes, ya que los caballos son salvajes.

El agroturismo con alojamiento en casas de labranza también tiene mucha importancia en la región. En la provincia de Pontevedra hay, en total, 23 establecimientos

rurales denominados como las casas de labranza. El número total de las casas de labranza en toda Galicia es 78. Todas esas casas están inscritas en el Directorio de 'Empresas e Actividades Turísticas para Alojamientos turísticos'. En dicho directorio está indicado el nombre del establecimiento rural, datos de contacto, tipo de establecimiento (en caso de casas rurales son los grupos A, B, C y D). En el capítulo V en la sección 2 del decreto 191/2004 DOG están aducidos los parámetros básicos para el aspecto de las casas rurales del grupo C. Según estos parámetros la zona asignada para alojar a los huéspedes tiene que disponer como mínimo de dos habitaciones dobles y como máximo de diez habitaciones, lo que incluye también los apartamentos.

Las casas de labranza se distinguen unas de otras por su enfoque. Ése puede ser en la vinicultura, marisco etc. Depende de la zona en la que se esté ubicada la casa. Dependiendo de la zona también varían los servicios ofrecidos.

Las casas del grupo C en la provincia de Pontevedra, las Rías Baixas, se hallan en las zonas costeras o cerca de ellas. La mayor concentración de las casas de labranza está en la Comarca de O Salnés. Otra localidad dónde se pueden encontrar las casas de labranza relativamente cerca una otra es en la Comarca de Tabeirós entre las ciudades Estrada, Silleda y Lalín. La mayoría de estas casas (casi 70 %) está a 40 kilómetros de la capital Pontevedra. Para mejor orientación hubo que crear un mapa de las casas de labranza en la región de Rías Baixas. Las casas de labranza son aún más atractivas si se encuentran en el Camino de Santiago. De las 23 casas del grupo C están en el camino 14 casas.

El trabajo continúa con el análisis del marketing en Internet de las casas de labranza. Hoy en día, la mayoría de los establecimientos de turismo se comunica con sus clientes via Internet. Para las empresas jóvenes eso supone la mayor parte de su marketing. Por lo tanto resulta interesante contemplar la incorporación de las casas rurales del grupo C en este proceso. Nos enfrentamos al conflicto de intereses. Las casas de labranza ofrecen el producto 'natural' o 'rural' pero hay que ofrecerlo de una manera eficaz lo que hoy significa de la forma más moderna. En este caso el cliente tiene que hacerse una idea sobre la casa, sus servicios y su aspecto. As animaciones gráficas y del sonido ayudan a que el cliente se imagine la atmósfera del medio rural y sirven para mantener su atención.

Sin embargo, casi la mitad de las casas de labranza en Rías Baixas ofrece sus servicios mediante un terciador. Solamente 52% de las casas de labranza tiene sus propias páginas web. Ellas han sido analizadas desde el punto de vista del cliente potencial. Ha sido evaluada la atractividad y la calidad de las páginas suponiendo que la página principal ha de contener como mínimo las siguientes ítems: breve descripción de la casa

rural, designación del grupo (grupo C o casa de labranza) y una fotografía de la casa. Las páginas deberían ser visualmente interesantes y sinópticas. El cliente potencial tiene que orientarse en las páginas sin dificultades. Las páginas evaluadas como las mejores son las de las siguientes casas: Casa da Viña, Casa Claudina Tallón y Casa Lastres.

La siguiente evaluación comprueba la presencia de los puntos de orientación más importantes en las páginas web – las referencias interactivas. Según esta evaluación todas las páginas web cumplen los requisitos para un buen márketing en Internét. Hay sólo una excepción que es la disponibilidad de las páginas en otros idiomas. La mayoría de las páginas está sólo en castellano. De las doce páginas web de casas de labranza sólo cuatro ofrecen la posibilidad de visualizar la página en otro idioma que no sea castellano y gallego. Sin embargo, el gallego lo utiliza solamente un cuarto de las páginas web aunque es el idioma oficial de la Comunidad autónoma de Galicia.

En lo que se refiere al grupo final del mercado al que se enfoca el márketing de las casas de labranza de las Rías Baixas, falta la información detallada. Sin embargo, de la información que he conseguido podemos averiguar que el grupo final es de la clase social media alta que vive en las ciudades grandes. Concretamente serán los amantes de naturaleza, las familias con niños y la gente mayor. Según los indicadores lingüísticos, el márketing de las casas rurales de grupo C está centrado en el mercado español.

La región de las Rías Baixas no sólo es oportuna para el turismo rural o el agroturismo sino también para el turismo activo que tiene lugar en el medio rural. A esta forma de turismo pertenece una cantidad de actividades empezando por el senderismo y terminando con los deportes de aventura más extremos como es el puenting o la espeleología. Entre los deportes de aventura destacan el rafting, el puenting y el paintball.

Todas las actividades turísticas en el medio rural pueden disfrutar de ayudas financieras de la Unión Europea. Para conseguir dicha ayuda es imprescindible que la actividad por la que se pide ayuda cumpla los requisitos básicos establecidos en la Orden de la Comisión (ES) n° 1628/2006 de 24 de octubre de 2006.