

INICIATIVA EMPRESARIAL EN TURISMO RURAL¹ ENTREPRENEURSHIP IN RURAL TOURISM

M^a ISABEL DIÉGUEZ CASTRILLÓN²

ANA I. GUEIMONDE CANTO³

LIDIA BLANCO CERRADELO⁴

Facultad de CC. Empresariales y turismo, Ourense Universidad de Vigo

ANA I. SINDE CANTORN⁵

Escuela de Ingeniería Industrial, As Lagoas de Marcosende, Vigo Universidad de Vigo

RESUMEN

En entornos rurales los negocios del ámbito turístico se desarrollan en gran medida compatibilizándose con actividades del ámbito agrario. En este trabajo indagamos sobre el comportamiento emprendedor en turismo rural. El objetivo es determinar cuáles son los factores que motivan a titulares de explotaciones agrarias a iniciar una estrategia de diversificación y emprender actividades de turismo rural, así como la relación entre motivaciones y características de la actividad emprendedora en turismo rural. Analizando una

Fecha de Recepción: 24 de mayo de 2010 Fecha de Aceptación: 21 de junio de 2010

¹ Este trabajo forma parte de los resultados del proyecto cofinanciado por la Presidencia-Secretaría Xeral de Igualdade de la Xunta de Galicia y el Fondo Social Europeo SIC427C-2009/56. Investigadora principal M^a Isabel Diéguez Castrillón. En una versión preliminar fue presentado al XII Seminario luso español de economía empresarial celebrado en Ourense 24-25 Noviembre 2010.

² Facultad de CC. Empresariales y turismo, Bamio s/n 32004 Ourense Universidad de Vigo idiiguez@uvigo.es

³ Facultad de CC. Empresariales y turismo, Bamio s/n 32004 Ourense Universidad de Vigo agueimonde@uvigo.es

⁴ Facultad de CC. Empresariales y turismo, Bamio s/n 32004 Ourense Universidad de Vigo lyblanco@uvigo.es

⁵ Escuela de Ingeniería Industrial, As Lagoas de Marcosende, Vigo Universidad de Vigo asinde@uvigo.es

muestra representativa de establecimientos de turismo rural de la Comunidad Autónoma de Galicia (España), establecemos características y dimensiones motivadoras de la iniciativa empresarial. Los resultados indican la posibilidad de clasificar las motivaciones y constatan la relación de estas y algunos factores asociados a características personales y actividad profesional previa de los emprendedores.

Palabras Clave: turismo rural, emprendedor, motivaciones

ABSTRACT

In this paper we establish entrepreneurship characteristics and motivational dimension in rural environment. Analyzing a representative sample of rural tourism establishments of the Autonomous Community of Galicia (Spain), we seek entrepreneurship characteristics and motivational dimension. The findings suggest possibilities of relationship between motivations and factors associated to personal characteristics and prior professional activity of entrepreneurs.

Key Words: rural tourism, entrepreneur, motivations

1. INTRODUCCIÓN

La diversificación llevada a cabo por organizaciones dedicadas inicialmente a la actividad agraria que deciden compatibilizarla con la actividad turística, se asocia a un fuerte impulso político promovido desde la Unión Europea en las últimas décadas, así como a cambios en los modelos de vida rural-urbanos. Las políticas de desarrollo rural en Europa están centradas en los últimos años en la creación de un modelo de medio rural adaptado a las nuevas funciones a desempeñar por el mismo. Éstas se vinculan con garantizar el mantenimiento y conservación de los paisajes y la retención de la población rural, integrando armónicamente el conjunto del territorio. En esa línea, los ejes sobre los que se apoyan las medidas de desarrollo en el rural se concentran en la valorización del patrimonio cultural y en la diversificación de actividades económicas, entre las que se encuentra el turismo.

El objetivo del presente estudio es investigar sobre el comportamiento emprendedor y la decisión de diversificar actividades hacia el turismo rural. Tras la revisión bibliográfica pertinente, procederemos a analizar elementos que pueden condicionar las pautas de comportamiento de los emprendedores en este sector. Indagaremos sobre la diversidad

de motivaciones y factores que influyen la decisión de emprender actividades de turismo rural.

Consideramos interesantes las aportaciones realizadas en este trabajo a la investigación científica en el ámbito del turismo rural, para el que no abunda la investigación científica, y la existente presenta fundamentalmente un perfil de marketing, geografía o economía aplicada, no siendo abundantes los trabajos que cuentan con un enfoque de gestión empresarial. Los estudios realizados hasta el momento sobre turismo rural en España, o bien, son generalistas y descriptivos desde una perspectiva geográfica (Caballé, 1999; Canoves, Villarino, 2002; García Ramón et al., 1995), o bien, presentan una perspectiva sociológica (Sampedro y Camarero, 2007).

Algunos trabajos que contemplan el tema en entornos rurales europeos y americanos concretos, como los de Moxnes, 1999; McGehee et al., 2004, 2007; Iakovidou et al., 2009; o Robinson, 2001, nos permiten situar la problemática y sentar las bases para profundizar sobre el comportamiento emprendedor en el contexto determinado del turismo rural, no obstante todos ellos indican la necesidad de seguir investigando sobre el tema. Los resultados de la investigación permiten avanzar en el análisis de los elementos determinantes de la iniciativa empresarial y en los factores en este ámbito que influyen el comportamiento emprendedor.

El trabajo se estructura en 5 secciones. En la segunda se revisa la literatura sobre motivaciones para emprender actividades de turismo rural, además se justifican las hipótesis de la investigación. La metodología utilizada en la investigación, la muestra y la recogida de información se presenta en la sección tercera. En la cuarta se exponen y comentan los principales resultados y el contraste de las hipótesis, y en la quinta las conclusiones, así como las limitaciones, futuras líneas de investigación y posibles mejoras.

2. MOTIVACIONES PARA EMPRENDER ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL

Desde los años ochenta la crisis del sector agrario ha reducido las oportunidades económicas de las comunidades rurales, forzando a que se desarrollen estrategias no tradicionales para el sustento de las explotaciones agrarias. Las alternativas de negocio que las explotaciones agrarias tienen ante sí son diversas (Ilbery et al., 1998): la extensión del

modelo industrial de producción agraria basado en productos tradicionales del campo, la utilización de los recursos agrarios para nuevos productos agrarios en la explotación (diversificación), la reorganización y utilización de los recursos agrarios en nuevos productos no agrarios en la explotación (diversificación estructural), la reorganización y utilización de recursos agrarios en empleo fuera de la explotación, el mantenimiento del modelo tradicional de producción agraria, la reducción de la actividad a un hobby, o bien el abandono parcial o completo de la actividad agraria.

Una de las alternativas consideradas no tradicionales (Wilson et al., 2001) para el desarrollo económico del campo es el turismo asociado a oportunidad de negocio. Los alojamientos que combinan las actividades agrarias y turísticas entran en el mercado turístico ofreciendo a pequeña escala alojamiento de alta calidad y/o desarrollando actividades específicas para los visitantes. Esta estrategia diversificadora requiere pocos recursos económicos, siendo más fácil de aplicar que otras estrategias de desarrollo para el rural como por ejemplo la producción a escala industrial. Puede ser desarrollada localmente con la participación del gobierno local a través de pequeñas empresas y no precisa de empresas de fuera. El turismo puede generar importantes ingresos complementarios para las explotaciones agrarias, además de proporcionar beneficios tanto para las empresas directamente relacionadas con el mismo, (los establecimientos que ofertan alojamiento), como para las relacionadas indirectamente (gasolineras, tiendas, restaurantes, etc.). La combinación de actividades agrarias y turísticas en el medio rural se presenta en muchos países como una opción dominante de diversificación desde los años noventa (Ilbery et al., 1998; Polovitz et al. 2001; Barbieri y Mshenga 2008).

Es posible clasificar los factores que influyen esta diversificación en internos y externos (McNally, 2001, Evans e Ilbery, 1989). Se contemplan como internos una amplia variedad de elementos como el tamaño, tipo y antigüedad de las explotaciones agrarias, relaciones de género en el seno familiar, experiencias ocupacionales y educativas de los miembros de la familia, sucesión, etc.. En este sentido, junto a la necesidad de incrementar las posibilidades de ingresos y trabajo de la explotación agraria se encuentra el hecho de que para los herederos de la misma en muchos casos es una elección profesional.

Trabajos previos de investigación establecen que los propietarios más proclives a la diversificación son según Walford, 2001: (1) propietarios de explotaciones grandes con rentas elevadas y elevado grado de endeudamiento, (2) propietarios jóvenes con nivel educativo elevado y con formación agraria, (3) propietarios que desean continuar con la explotación agraria. En este sentido la estructura física de las explotaciones agrarias y los recursos humanos con los que cuenta ejercen influencia sobre las decisiones de los propietarios de las explotaciones de emprender nuevas actividades (Damianos y Skuras, 1996; Hegarty y Przeborska, 2005).

Los elementos internos coexisten con elementos externos como la localización o las tendencias macroeconómicas y sociales y el comportamiento de las instituciones que pueden ejercer influencia en la decisión. Los factores externos están referidos en gran medida a decisiones de política económica, que condicionan el comportamiento individual de los individuos a la hora de tomar decisiones.

Se combinan también motivos de índole económica y social (McGehee y Kim, 2004) que pueden ser clasificados en motivaciones de racionalidad formal (aquellas estrictamente relacionadas con la racionalidad económica) y las motivaciones de racionalidad substantiva (van más allá de la estricta racionalidad económica, y guardan relación con la visión de cambio social, las inquietudes morales, etc.). En este sentido, los emprendedores pueden verse influenciados no exclusivamente por la búsqueda de rendimiento económico, sino también por mantener las labores agrarias como medio de continuidad de las relaciones familiares, por interés en los valores fomentados en el ámbito agrario, por interés en lograr un vínculo con el mundo urbano sin abandonar el ámbito rural, etc.

Adicionalmente, las investigaciones que analizan en términos generales las motivaciones para emprender actividades empresariales nos presentan la existencia de intereses diferentes (Boden y Nucci, 2000; Marlow et al. 2009; Watson y Robinson, 2003) como la consecución del equilibrio de responsabilidades profesionales y personales, satisfacción en el trabajo, independencia y autonomía. Algunos emprendedores pueden presentar menores preferencias por la obtención de resultados económicos y pueden comenzar sus negocios por cuestiones de “estilo de vida” (Iakovidou et al., 2009; Marlow y Strage, 1994; Birley et al., 1989). Al analizar

las motivaciones se puede diferenciar entre factores pull o positivos derivados del deseo del individuo de cambiar hacia una situación más atractiva, y factores negativos o push resultantes de la necesidad del individuo de alterar lo que le es desagradable, o sea, de superar una situación de insatisfacción. También se puede experimentar una combinación de factores pull y push (Muir, 1999), tomando en consideración en muchos casos el alcance del autoempleo como meta de crecimiento personal como base de la decisión de emprender actividades empresariales.

Varios estudios que abordan el tema específico del comienzo de actividades empresariales de turismo rural llegan a conclusiones similares a las citadas anteriormente en relación a diferencias en motivaciones (Moxnes, 1999; McGehee y Kim, 2004, 2006; Iakovidou et al., 2009, Robinson, 2001).

Contrastaremos como primera hipótesis de investigación (H1) la posible existencia de una variada serie de motivaciones para emprender las actividades de turismo rural. Como segunda hipótesis (H2) estableceremos la relación entre las motivaciones y características personales de los emprendedores, actividad profesional de los mismos y características de los establecimientos.

3. METODOLOGÍA

3.1 Ámbito de estudio

Galicia fue hasta mediados de los años setenta una Comunidad eminentemente agraria, manifestándose desde entonces un comportamiento en el sector que muestra como características más destacables del mismo tanto el descenso continuado del número de explotaciones agrarias como el descenso del empleo agrario, cuestiones que redundan en pérdida de peso del sector en el conjunto de la economía.

En Galicia, según datos de Contabilidad Regional la participación del sector agrario en el Valor Añadido Bruto (VAB) total pasó del 12,9% en 1975 a un 6,85 % en 2000 y 2,9% en 2008. Además se constata en los últimos años (Consello Galego de Relacións Laborais, 2009) que el crecimiento del VAB agrario no puede seguir el crecimiento del VAB total. Paralelamente, el empleo agrario descendió un 79,3% desde los años 1955 a 2000, suponiendo en el año 2000 únicamente un 14,3% del empleo total y en el 2010 un escaso 6,2% (IGE, 2010).

Los datos de la oferta de turismo rural en Galicia presentan la cifra de 587 alojamientos en 2009. Durante la última década, el crecimiento medio anual se mantiene en un 26,79%. De estas cifras podemos deducir que en los últimos años ha sido bastante importante el impulso a la actividad turística en el ámbito rural.

Por tanto, la información manejada indica la coexistencia de dos fenómenos en la Comunidad Autónoma de Galicia, por una parte el retroceso en términos económicos de la actividad agraria y paralelamente la aparición de una nueva actividad, la actividad turística, en el espacio rural. En este contexto parece oportuno analizar pormenorizadamente el comportamiento emprendedor en este ámbito y concretamente sus características.

3.2. Datos

Con la intención de conocer las motivaciones de las explotaciones agrarias gallegas para diversificar hacia el turismo rural, se realizó un estudio sobre una muestra suficientemente representativa de los establecimientos de turismo rural de Galicia. Para la elaboración de la muestra se identificó, en un primer momento, el universo de establecimientos de turismo rural empleando el Directorio de establecimientos de Turismo Rural de la Dirección Xeral de Turismo de la Xunta de Galicia. Posteriormente seleccionamos la muestra. Precisábamos que fuese representativa de los establecimientos de turismo rural, considerando los diferentes tipos de establecimiento y la localización de los mismos. A tal fin empleamos la estratificación por tipo de establecimiento (A; B o C⁶) y por provincia con un nivel de confianza y error muestral con valores aceptables de fiabilidad y validez. Empleamos el método de muestreo aleatorio con asignación proporcional. Para determinar el tamaño de la muestra se siguieron los procedimientos habituales en este tipo de

⁶ Los establecimientos de turismo rural en Galicia, en el momento de realizar la investigación se clasifican en: Grupo A: pazos, castillos, monasterios, casas grandes y casas rectorales. Grupo B: Casas de aldea situadas en el medio rural que, por su antigüedad y características de construcción, respondan a la tipicidad propia de las casas rústicas gallegas. Grupo C: Casas de labranza, son casas situadas en el medio rural con habitaciones dedicadas al alojamiento de huéspedes, en las cuales se desarrollan actividades agropecuarias en las que puedan participar los clientes alojados. Grupo D: Aldeas de turismo rural o conjunto de, como mínimo 3 casas situadas en el mismo núcleo rural, que sean explotadas de forma integrada y pertenezcan al mismo titular. En el momento de realizar la investigación, en Galicia no estaba creado ningún establecimiento tipo D.

estudios (población finita y supuestos unos niveles de confianza y límites de error admisibles). Con un margen de error de ± 8 , en la hipótesis $P=50\%$ y nivel de confianza del 95% , el número de empresas de la muestra o tamaño muestral es de 115.

Para la recogida de información se elaboró un cuestionario sobre cuyo primer borrador se realizó un pretest, a fin de detectar posibles sesgos, comprobar el adecuado entendimiento de las preguntas por parte de los sujetos informantes, identificar la existencia de dificultades de contestación y aumentar la precisión en la definición de algunos términos. Posteriormente, nos dirigimos personalmente a las unidades muestrales con el cuestionario estructurado. La elección del propietario del establecimiento como suministrador de toda la información con la que se realiza el estudio implica que trabajemos con percepciones del mismo sobre las cuestiones analizadas. Fue imposible utilizar el recurso a un segundo informante para testar la fiabilidad de las respuestas debido a las características de las preguntas, que abordaban temas de motivación para iniciar la actividad. Esta información solo podía ser aportada por la persona que tomó la decisión. El empleo de un cuestionario ad-hoc para la recogida de información se justifica en base a las características del sector y a la ausencia de base de datos con información sobre motivaciones.

3.3 Variables y análisis

Para medir la importancia de las distintas motivaciones en la decisión de emprender actividad turística se utilizó como clasificación una combinación de las consideradas por McGehee *et al.* (2007) con cuatro adicionales que figuran en Polovitz *et al.* (2001). Se pidió a los titulares de los establecimientos que valorasen el grado de importancia de los siguientes ítems sobre una escala de 5 puntos: Estacionalidad y fluctuación de los mercados agrarios; obtención de ingresos adicionales; aprovechamiento de nicho de mercado; posibilidad de sucesión futura para la explotación; estilo de vida; posibilidad de empleo en el ámbito familiar; posibilidad de abandono de la actividad agraria; Mejora del uso de los recursos; éxito de otras explotaciones; concienciación del cliente; hobby; Supresión de las ayudas en el ámbito agrario y aprovechamiento de ayudas.

Los elementos que consideramos pueden influir en el comportamiento emprendedor en el caso del turismo rural están

vinculados en gran medida al entorno rural en el que se desarrollan las actividades. Contemplan características personales de los propietarios (sexo, edad, nivel educativo, experiencia en gestión), de la actividad profesional de los mismos (porcentaje de renta percibida por actividades agrarias, vinculación a explotación agraria) y de los establecimientos (tamaño, necesidad de recursos para comenzar su funcionamiento).

Tabla 1: Medidas de características de la actividad emprendedora

Nombre	Medida
Tamaño del establecimiento	Nº de personas vinculadas
Acceso a recursos financieros / endeudamiento al comenzar la actividad	1:< 25% 2:> 25% y <50% 3:>50% e <75% 4:>75%
Experiencia en gestión de las personas propietarias	Escala 0-5 0: nula 5: mucha
Nivel educativo medio de las personas propietarias	0: primarios, 1 medios 2 universitarios
Sexo de las personas propietarias	1: Hombre 2 Mujer
Edad media de las personas propietarias	1: 0-25, 2: 26-40; 3: 51-65; 4:>65
Importancia de la renta agraria para las personas propietarias	% da renta total procedente de actividad agraria

Fuente: Elaboración propia

4. RESULTADOS

La jerarquización de los valores medios de los distintos ítems (Tabla 2) muestran las motivaciones que se consideran como más importantes: en primer lugar nos encontramos con factores que podemos considerar como internos, como la obtención de ingresos adicionales (en consonancia con los estudios de McGehee y Kim (2004), McCool y Moiserly (2001) e Ilbery *et al.* (1998). En segundo lugar se sitúa la posibilidad de sucesión futura para los miembros de la familia. En este sentido, las decisiones de diversificar las actividades están fuertemente vinculadas a la estructura familiar tal y como se establecía en las investigaciones de Daskalopoulou *et al.* (2002). Por ello, a través de la realización de nuevas

actividades, se persigue la continuidad futura de las actividades agrarias. En tercer lugar se sitúa la elección sobre el estilo de vida (independencia, sociabilización con clientes, ... etc.), y en cuarto lugar el aprovechamiento de nicho de mercado. Por tanto los principales motivos para diversificar se concretizan en el ámbito interno y son de carácter económico y social mientras que los factores externos o institucionales no son considerados como los más relevantes a la hora de iniciar actividades de turismo rural.

El análisis factorial ⁷ nos permite confirmar varias dimensiones o componentes que señalan diferentes tipologías de motivaciones analizadas. El primero de los factores explica el 18,02% del total de la varianza e incorpora la obtención de ingresos adicionales, el aprovechamiento de nicho de mercado, la estacionalidad y fluctuación de los mercados agrarios y la mejora del uso de los recursos. El segundo de los factores identificados como relevantes para la decisión de realizar tareas turísticas, explica el 19,2% de la varianza e incorpora la posibilidad de sucesión futura para la explotación, el estilo de vida, la posibilidad de empleo en el ámbito familiar y la posibilidad de abandono de la actividad agraria. El tercer factor explica el 19,3% de la varianza y está integrada por tres ítems: el éxito de otras explotaciones, la concienciación del cliente y el hobby. El último de los factores incorpora la supresión de ayudas en el ámbito agrario y el aprovechamiento de las ayudas, explicando el 16,5% de la varianza. Los tres primeros factores pueden ser etiquetados como identificadores de los constructos ya analizados en anteriores investigaciones (económico, social y económico-social). El último de los constructos encontrado en el análisis factorial guarda relación con el sistema de ayudas establecidas en las políticas que tienen como centro de referencia el rural. Se trata por tanto de factores externos o institucionales.

⁷ El Análisis Factorial de Componentes Principales tiene como objetivo reducir un número grande de variables iniciales, en un número reducido de nuevas variables, denominadas Componentes, que son combinación lineal de las originales y que además son independientes entre sí. La reducción no supone en ningún caso pérdida de la información relevante proporcionada por las primeras variables. El objetivo es identificar y cuantificar factores comunes.

Tabla 2: Motivaciones. Resultados del análisis factorial de componentes principales.

Motivaciones	Media (D.T.)	Económicas	Sociales	Económico-Sociales	Institucionales
Estacionalidad y fluctuación de los mercados agrarios	2,71 (1,36)	0,751			
Obtención de ingresos adicionales	3,45 (1,27)	0,841			
Aprovechamiento de nicho de mercado	3,14 (1,38)	0,782			
Mejora del uso de los recursos	2,96 (1,40)	0,537			
Estilo de vida	3,36 (1,31)		0,530		
Posibilidad de sucesión futura para la explotación	3,41 (1,50)		0,867		
Posibilidad de empleo en el ámbito familiar	2,97 (1,48)		0,767		
Posibilidad de abandono de la actividad agraria	2,46 (1,55)		0,619		
Éxito de otras explotaciones	2,29 (1,36)			0,786	
Concienciación del cliente	2,25 (1,17)			0,797	
Hobby	2,00 (1,31)			0,802	
Supresión de las ayudas en el ámbito agrario	2,25 (1,24)				0,820
Aprovechar ayudas	2,86 (1,43)				0,823
Autovalor		2,34	2,59	2,5	2,14
% de varianza explicada		18,02	19,2	19,3	16,5
73,02% varianza explicada por la solución factorial. Rotación ortogonal Varimax					
Fiabilidad ⁸ (α de Cronbach)		0,763	0,736	0,805	0,796

Fuente: Elaboración propia en base a datos del trabajo de campo

⁸ Sirve para comprobar la fiabilidad de los constructos componentes o factores contruidos, valores cercanos a 1 indican elevada correlación entre las variables que lo conforman.

Tabla 3: KMO y prueba de Bartlett⁹

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin		,806
Prueba de esfericidad de Barlett	Chi-cuadrado aproximado	442,211
	Gl	45
	Sig.	,000

Fuente: Elaboración propia en base a datos del trabajo de campo

Los resultados del análisis estadístico de los datos nos permiten aceptar la primera hipótesis planteada en el trabajo, la posibilidad de existencia de distintos tipos de motivaciones, pudiendo establecer una tipología de motivaciones de carácter diverso que influye significativamente la decisión de emprender actividades de turismo rural.

En la búsqueda de diferencias significativas en las decisiones de emprender actividades turísticas consideramos diversos elementos ligados a las características personales de los propietarios, a la actividad profesional de los mismos y a las características de los establecimientos. Para analizar posibles relaciones entre los diversos tipos de motivaciones y estas características aplicamos test de comparación de medias¹⁰, de cuyos resultados damos cuenta en la Tabla 4.

En relación a las características de los establecimientos (tamaño y necesidad de recursos financieros para su constitución), comprobamos la existencia de relación entre las motivaciones institucionales y la situación financiera inicial de los establecimientos, los propietarios que cuentan con niveles de endeudamiento más elevados son los que dan mayor importancia a las ayudas gubernamentales existentes a efectos de incentivar la realización de actividades de turismo rural.

⁹ Ambos índices nos permiten evaluar la idoneidad de la utilización del análisis factorial de componentes principales, esta se garantiza con valores de $KMO > 0,5$ al indicar elevada correlación entre las variables de los factores, así como una significación $< 0,001$ en la prueba de esfericidad de Bartlett

¹⁰ Comparamos los valores de los factores correspondientes a motivaciones construidos a través del análisis de componentes principales y los valores de los ítems relativos a actividad emprendedora. El test nos permite comprobar la homogeneidad de las varianzas de dos grupos de observaciones. En el caso de que su p-valor sea menor a 0,1 se concluye que existen diferencias estadísticamente significativas.

Tabla 4: Motivaciones según características de los establecimientos y de las personas propietarias.

	Ec-Soc		Sociales		Económicas		Institucionales	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
Tamaño	1,18	,350	,737	,604	1,56	,213	,303	,906
Situación Financiera	,818	,528	1,14	,363	,485	,747	4,71	,007***
Experiencia en gestión	1,99	,143	,356	,785	,856	,488	,358	,783
Nivel de estudios	1.01	,466	,634	,753	,726	,680	,853	,581
Género	3,84	,062*	,182	,673	4,05	,055*	1,18	,286
Edad	1,33	,292	,505	,851	1,65	,178	1,69	,167
Renta agraria	,460	,908	1,89	,128	2,45	,056*	4,67	,004***

*p<0.1 ** p<0.05 *** p<0.01

Fuente: Elaboración propia en base a datos del trabajo de campo

Considerando las características personales de las personas propietarias de los establecimientos, sexo, nivel educativo, edad y experiencia en gestión, encontramos diferencias significativas en alguno de los factores motivadores valorados por las personas emprendedoras. Así se presentan diferencias estadísticamente significativas para el caso del género. Las motivaciones económicas y las clasificadas como económico-sociales tienen distinto nivel de importancia en función del género de las personas propietarias de los establecimientos. La edad, el nivel de estudios y la experiencia en gestión guardan relación con las motivaciones.

En cuanto al perfil profesional de los emprendedores, encontramos relación entre las motivaciones institucionales y la importancia de la renta agraria. Así las personas propietarias que cuentan con ingresos basados en mayor medida en

actividad agraria, conceden mayor importancia a las motivaciones institucionales.

Por tanto, contrastamos la segunda hipótesis del trabajo, que establecía la existencia de relación entre motivaciones y perfil de los emprendedores. Las motivaciones institucionales parecen ser más importantes para los emprendedores que están más fuertemente vinculados con actividades agrarias y precisan más financiación para la nueva actividad turística. Las motivaciones económicas presentan vinculación con el género de la persona emprendedora y el nivel de renta agraria.

5. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y LINEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

El análisis de motivaciones para emprender actividades de turismo rural ha mostrado la heterogeneidad de factores que influyen la decisión de emprender. Así, en este trabajo se ha demostrado que podemos clasificar éstas y que además de las motivaciones económicas, las motivaciones sociales adquieren un protagonismo no desdeñable en la decisión de diversificar, al igual que motivaciones institucionales. Este resultado pone de manifiesto que deben de considerarse un rango diverso de factores tanto internos como externos para analizar la iniciativa emprendedora en el turismo rural y la diversificación de actividades desde actividades agrarias a actividades turísticas.

La generación de rentas que aseguren la supervivencia financiera ante la situación de los mercados agrarios, aprovechando el nicho de mercado de turismo rural y los recursos existentes son los elementos que configuran la estrategia que marca las pautas de entrada en el sector.

Las motivaciones institucionales figuran vinculadas a los fondos necesarios para emprender las actividades turísticas y a la importancia de la renta agraria para los emprendedores.

Las motivaciones estrictamente económicas se relacionan con el género de la persona emprendedora y la importancia de la actividad agraria.

Las motivaciones sociales, son consideradas como importantes pero no guardan relación ni con las características de los establecimientos ni de las personas propietarias de los establecimientos.

Podemos deducir que la realidad de los negocios de turismo rural nos muestra establecimientos turísticos resultado de la diversificación de actividad empresarial de las

explotaciones agrarias. En función de la dependencia que tengan de las rentas agrarias, las personas propietarias conceden distinto nivel de importancia al aprovechamiento de ayudas institucionales y a elementos del ámbito económico.

Además para las emprendedoras tienen mayor importancia las motivaciones económicas. La explicación a las diferencias encontradas en cuanto a género podemos ligarla a la situación en el mercado de trabajo de las mujeres rurales, las mujeres toman la decisión de emprender actividades turísticas y figuran a efectos de propietarias compatibilizando las actividades agrarias previas con las actividades turísticas, aunque sigan figurando como titulares de las explotaciones los hombres. Estos o bien desarrollan actividades fuera de la explotación, o bien se dedican en mayor medida a las actividades del establecimiento, motivo por el que normalmente conceden menor importancia a los elementos económicos vinculados a la actividad del turismo rural.

La inexistencia de relación entre elementos como edad o nivel de estudios y experiencia con las motivaciones puede ser consecuencia de que el perfil de los emprendedores es bastante similar en cuanto a dichos elementos, son personas de mediana edad, con bajo nivel de estudios y sin experiencia en gestión. La falta de diversidad puede influir en la ausencia de diferencias en cuanto a motivaciones.

En el caso analizado en este trabajo, una Comunidad Autónoma con un sector agrario en declive y un sector del turismo rural en expansión, en buena medida debido a las políticas de fomento aplicadas desde entes públicos europeos y autonómicos, hemos indagado sobre elementos que pueden ser de utilidad en el futuro para poder avanzar en el emprendimiento de actividades de turismo rural.

Este trabajo posibilita el profundizar en el estudio de los incentivos externos a un determinado sector que facilita la diversificación de actividades hacia turismo rural. Además puede ser utilizado por parte de los entes encargados de desarrollar las políticas públicas para establecer mecanismos que ayuden a los potenciales emprendedores del medio rural a alcanzar los objetivos previstos y maximizar su contribución, así como a continuar con las actividades turísticas.

Las limitaciones de este estudio proceden básicamente de las características de la información manejada. Al tratarse de información recogida a través de un cuestionario cumplimentado por los propietarios de los establecimientos de turismo rural de Galicia, la percepción de los mismos sobre

alguna de las variables estudiadas podría ser complementada con otro tipo de información para analizar algunas de las cuestiones. También podría recurrirse a otras técnicas estadísticas que nos permitiesen nuevos contrastes de hipótesis. Un análisis longitudinal, con información de los mismos establecimientos a lo largo del tiempo permitiría analizar los resultados en el largo plazo y establecer relaciones entre supervivencia de las empresas analizadas y características del emprendimiento.

Como línea futura de investigación planteamos el análisis de las relaciones causales entre motivaciones para emprender actividades de turismo rural y éxito empresarial de estas actividades, así como la relación entre ambas variables y características de los emprendedores, prestando especial atención a la variable género.

BIBLIOGRAFIA

- BARBIERI, C.; MSHENGA, P. (2008): "The role of firm and owner characteristics on the performance of agritourism firms", *Sociologia ruralis*, Vol. 48, Nº 2, pags 163-183
- BIRLEY, S.; MYERS, A.; CROMIE, S. (1989): "Entrepreneurial networks: some concepts and empirical evidence", en *12th National Small Firms Policy and Research Conference*. Barbican London
- BODEN, R. J., NUCCI, A. R. (2000): "On the survival prospects of men's and women's new business ventures", *Journal of Business Venturing*, 3 (4), pags. 347-362.
- CABALLÉ, A. (1999): "Farm tourism in Spain: a gender perspective", *Geojournal*, Nº 48, pags.245.252
- CANOVES, G.; VILLARINO, M. (2002): "Rural tourism, gender and landscape conservation in Spain and Portugal" en SWAIM M. & MOMSEN J. (Eds.), *Gender, tourism and fun* EEUU: Coignizant Press, pags. 90-108.
- CONSELLO GALEGO DE RELACIÓNS LABORAIS (2009): *Situación Sociolaboral da Comunidade Autónoma Galega*
- DAMIANOS, D.; SKURAS, D. (1996): "Farm Business and the development of alternative faros enterprise: an empirical analysis in Greece", *Journal of Rural Studies*, Vol. 12, Nº3, pags.273-283.
- EVANS, N.J.; ILBERY, B.W. (1989): "A conceptual framework for investigating Farm-Based Accommodation and Tourism in Britain", *Journal of Rural Studies*, Vol. 5, Nº 3, pags. 257-66.

- HEGARTY, C.; PRZEZBORSKA, L. (2005): “Rural agri-tourism as a tool for reorganising rural areas in old and new member states – a comparison study of Ireland and Poland- International” *Journal of Tourism Research*, N° 7, pags. 63-77.
- IAKOVIDOU, O.; KOUTSOU, S.; PARTALIDOU, M. (2009): “Women entrepreneurs in the greek countryside: a typology according to motives and business characteristics”, *Journal of Development Entrepreneurship*, Vol. 14, N° 2, pags. 169-183:.
- ILBERY, B; BOWLER, I.; CLARCK, G; CROCKETT, A.; SHAW, A. (1998): “Farm-based tourism as a alternative farm enterprise: A case study from the Northern Pennines, England”, *Regional Studies*, Vol. 32, pags.355-364.
- INSTITUTO GALEGO DE ESTADÍSTICA (IGE):
<http://www.ige.eu>
- MARLOW, S.; STRANGE, S. (1994): “Female entrepreneurs: Success by whose standards?”, en TATON, M. (ed): *Women in Management Developing Presence*, London, pags. 172-184
- MARLOW, S.; HENRY, C.; CARTER, S. (2009): “Introduction: Female Entrepreneurship”, *International Small Business Journal*, 27 (2) pags.1 – 9.
- MCCOOL, S.; MOISERY N. (2001): *Tourism Recreation and Sustainability: Linking Culture and the Environment*, CABI Publishing.
- MCGEHEE, N; KIM, K. (2004): “Motivation for agri-tourism entrepreneurship”, *Journal of Travel Research*, Vol. 43, pags. 161-170.
- MCGEHEE, N; KIM, K.; JENNINGS, G. (2007): “Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship”, *Tourism Management*, Vol. 28, N° 1, pags. 280-289.
- MCNALLY, S. (2001): “Farm diversification in England and Wales – what can we learn from the farm business survey?” *Journal of Rural Studies*, N° 17, pags. 247-257.
- MOXNES, A. (1999): “Changing patterns of family farming and pluriactivity”, *Sociologia Ruralis*, Vol. 39, N° 1, pags. 110-116.

- MUIR, E.J. (1999): “Woman entrepreneurs in the EU: motivations and realisations for starting a Business”, ICBS, 1999, Nápoles, Junio
- POLOVITZ, N; BLACK, R.; MCCOOL, S. (2001): “Agrotourism: motivations behind farm/ranch business diversification”; *Journal of Travel Research*, Vol. 40, pags. 19-26.
- ROBINSON, S. (2001): “An examination of entrepreneurial motives and their influence on the way rural women small business owners manage their employees”, *Journal of Development Entrepreneurship*, Vol. 6, N° 2 pags. 151-167
- SAMPEDRO, R.; CAMARERO L. (2007): “Mujeres empresarias en el mundo rural. El sujeto pendiente de desarrollo”, *Revista Internacional de Sociología*, Vol 65 N° 48, pags. 121-146