



PASTURISME EN UNA GRANJA FAMILIAR DE PORCÍ
Projecte de diversificació econòmica a Casa Bechs

Autora: Núria Pujol Vilà

Tutora: Rosa Maria Fraguell Sansbelló

Universitat de Girona – Facultat de Turisme

Curs acadèmic 2023-2024

RESUM

Al llarg de les darreres dècades, les explotacions agràries han experimentat transformacions significatives que han conduït cap a un escenari poc esperançador, especialment per a les petites i mitjanes explotacions. Com a conseqüència, s'està perdent no només la diversitat de les explotacions agràries, sinó també una part important del patrimoni cultural i tradicional associat a aquestes activitats, així com les històries personals de moltes generacions. En aquest context de canvi i pèrdua, es fa evident la necessitat de revalorar les explotacions agràries com a recursos d'atracció turística amb un enorme potencial per salvaguardar el patrimoni rural i posar-lo a l'abast de la població. El Pasturisme n'és un exemple clar, una modalitat que integra les necessitats del sector ramader amb les del sector turístic, oferint l'oportunitat de conèixer de primera mà el món ramader i els productors.

Amb l'objectiu de reconduir les tendències actuals, el present treball proposa la creació d'un producte de turisme vivencial en una explotació ramadera familiar a Viver i Serrateix, a la comarca del Berguedà. Aquest projecte es fonamenta en entrevistes realitzades a diversos agents del territori i en els resultats de 127 enquestes, permetent desenvolupar en profunditat el producte de turisme vivencial. L'objectiu és donar a conèixer, mitjançant visites guiades, la granja de cria de porcs, el procés d'elaboració de la carn, i oferir als visitants la possibilitat de participar en un taller d'embotits i en una degustació dels productes carnis elaborats per l'empresa familiar que viu i treballa a l'explotació.

Paraules clau: explotacions, turisme vivencial, patrimoni, ramader i producte.

ABSTRACT

Over the last few decades, agricultural holdings have experienced significant transformations that have led to a bleak scenario, especially for small and medium-sized farms. As a consequence, not only the diversity of farms is being lost, but also an important part of the cultural and traditional heritage associated with these activities, as well as the personal histories of many generations. In this context of change and loss, it is evident the need to revalue the agricultural holdings as resources of tourist attraction with an enormous potential to safeguard the rural heritage and make it available to the population. Pasturism is a clear example of this, a modality that integrates the needs of the livestock sector with those of the tourism sector, offering the opportunity to get to know the livestock world and its producers first hand.

With the aim of redirecting current trends, this paper proposes the creation of an experiential tourism product in a family farm in Viver and Serrateix, in the Berguedà region. This project is based on interviews carried out to different agents of the territory and on the results of 127 surveys, allowing to develop in depth the experiential tourism product. The objective is to show, through guided visits, the pig breeding farm, the meat elaboration process, and to offer visitors the opportunity to participate in a tasting of the meat products elaborated by the family business that lives and works on the farm.

Key words: farms, experiential tourism, heritage, livestock and product.

AGRAÏMENTS

En primer lloc, vull expressar el meu sincer agraïment a la meva tutora, Rosa Maria Fraguell, per la seva guia i suport constant durant tot el desenvolupament del present treball. Des del primer moment, ha encoratjat el meu compromís amb la realització del treball i la seva orientació ha estat fonamental per a l'assoliment dels resultats obtinguts. A més, valoro enormement la seva disposició per ajudar-me i orientar-me en cada etapa del procés.

En segon lloc, donar les gràcies a la meva família per estar sempre al meu costat, per la seva ajuda i interès al llarg de la realització del treball, ja que sense ells res hauria estat possible. Aquest és un tema que els toca molt personalment, de manera que, entre tots, han sorgit idees i aportacions molt valuoses. Agraeixo de tot cor el seu suport i ànims, així com les ganes i la dedicació diària per tirar endavant l'activitat familiar i garantir-ne la continuïtat.

En tercer lloc, vull agrair a totes les persones que van dedicar el seu temps a respondre l'enquesta. Gràcies a les seves respostes, he pogut enriquir el meu treball i han contribuït a proporcionar una comprensió més profunda i enriquidora de l'experiència desenvolupada. Estic molt agraïda per la seva col·laboració i dedicació en compartir les seves opinions i experiències.

Finalment, vull dedicar un especial agraïment a la petita pagesia, a tots els pagesos i pageses, que amb el seu esforç i sacrifici constant tiren endavant el nostre país i porten a terme una labor incansable. Sense ells i elles, res d'això seria possible!

ÍNDEX

1.	INTRODUCCIÓ	7
2.	OBJECTIUS	9
3.	METODOLOGIA	10
4.	MARC TEÒRIC	12
4.1.	L'activitat turística en espais rurals	12
4.1.1.	Antecedents i desenvolupament del turisme en espais rurals a Europa i Espanya	13
4.1.2.	Característiques del turisme rural i del turisme en espais rurals a Espanya	15
4.1.3.	Motivacions de la demanda.....	17
4.2.	L'agroturisme	18
4.2.1.	Concepte d'agroturisme i principals característiques	18
4.2.2.	Impacte socioeconòmic de l'agroturisme	20
4.2.3.	Impacte ambiental de l'agroturisme	22
4.3.	Pasturisme i turisme vivencial	23
4.3.1.	Definició de pasturisme.....	24
4.3.2.	Tipologies de pasturisme.....	24
4.3.3.	Descripció de l'oferta turística en explotacions que porten a terme aquesta activitat	25
4.3.4.	Reivindicació del territori	26
4.4.	Normativa	27
4.4.1.	Explotacions ramaderes	27
4.4.2.	Obradors agroalimentaris	28
4.4.3.	Tast de productes	28
4.4.4.	Venda directa de productes i preu de visita.....	29
5.	DIAGNOSI	29
5.1.	Anàlisi externa.....	29
5.1.1.	El Berguedà.....	29
5.1.2.	El Berguedà des d'un punt de vista turístic	30
5.1.3.	L'oferta	31
5.2.	Anàlisi interna	33
5.2.1.	La Granja	33

5.2.2. Bechs, activitat d'elaboració de productes de carn de porc i embotits artesans d'elaboració pròpia	37
6. CREACIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC	41
6.1. Descripció de l'experiència	41
6.2. Visita a la granja.....	43
6.2.1. Descripció general.....	43
6.2.2. Espais i instal·lacions	43
6.2.3. Recorregut i activitats	47
6.3. Visita a l'obrador.....	51
6.3.1. Descripció general.....	51
6.3.2. Espais i instal·lacions	51
6.3.3. Recorregut i activitats	52
6.4. Tast de productes.....	57
6.4.1. Descripció general.....	57
6.4.2. Espais i instal·lacions.....	58
6.4.3. Experiència gastronòmica	60
6.5. Recursos humans	61
6.6. Manteniment de la infraestructura de suport	63
6.6.1. Senyalització i cartells.....	63
6.6.2. Accessos i mobilitat	64
6.7. Públic objectiu.....	65
6.7.1. Gestió dels grups	66
6.8. Horaris.....	66
6.9. Preu.....	66
6.10. Comercialització del producte	67
6.11. Producte integrat.....	70
6.12. Comparativa amb dues explotacions exitoses	71
6.12.1. Comparativa	72
6.13. Anàlisi del potencial turístic	74
6.13.1. Format i estructura de l'enquesta	75
6.13.2. Presentació dels resultats.....	75
6.13.3. Anàlisi dels resultats	78

7. CONCLUSIONS.....	81
8. BIBLIOGRAFIA	84

ÍNDEX IL·LUSTRACIONS

Il·lustració 1. Fotografia aèria de l'explotació de Bechs.....	35
Il·lustració 2. Nau central.....	35
Il·lustració 3. Sala de cobriment.....	35
Il·lustració 4. Sala de control.....	35
Il·lustració 5. Nau inferior.....	36
Il·lustració 6. Patis tancats a la nau inferior.....	36
Il·lustració 7. Pati exterior.....	36
Il·lustració 8. Sala de maternitat.....	36
Il·lustració 9. Paridera.....	36
Il·lustració 10 Garrins amb la mare.....	36
Il·lustració 11. Nau superior.....	36
Il·lustració 12. Sala dels desmamadors.....	36
Il·lustració 13. Garrins a les corralines.....	36
Il·lustració 14. Interior de l'obrador.....	38
Il·lustració 15. Interior de la cambra de fred.....	39
Il·lustració 16. Sala de cuits.....	39
Il·lustració 17. Assecador al fons vist des de l'exterior.....	39
Il·lustració 18. Interior de l'assecador.....	39
Il·lustració 19. Interior de la botiga.....	40
Il·lustració 20. Entrada de la botiga.....	40
Il·lustració 21. Esquema del producte turístic dissenyat.....	42
Il·lustració 22. Vista aèria de l'explotació.....	43
Il·lustració 23. Àrea d'aparcament a la granja.....	44
Il·lustració 24. Disseny de l'espai d'observació.....	45
Il·lustració 25. Vista lateral de l'espai d'observació.....	45

Il·lustració 26. Espai on s'ubicarà l'espai d'observació.....	45
Il·lustració 27. Vista frontal de l'espai d'observació.....	46
Il·lustració 28. Vista frontal del mirador del pati.....	47
Il·lustració 29. Vistes panoràmiques al pati i la bassa.....	47
Il·lustració 30. Recorregut A i B per accedir a l'obrador des de la granja.....	52
Il·lustració 31. Material per a la preparació de la botifarra negra.....	56
Il·lustració 32. A l'esquerra, l'entrada de la botiga i a la dreta, l'espai destinat al racó del tast.....	59
Il·lustració 33. Espai on s'ubicarà el racó del tast.....	59
Il·lustració 34. Disseny del racó del tast.....	59
Il·lustració 35. Vista lateral del racó del tast.....	59
Il·lustració 36. Vistes des del racó del tast.....	60
Il·lustració 37. Interior de la botiga amb els productes curats penjats per a ser degustats.....	60
Il·lustració 38. Safata amb diverses referències de productes.....	61
Il·lustració 39. Esquema dels treballadors amb les respectives responsabilitats.....	62
Il·lustració 40. Camí principal de Bechs.....	63
Il·lustració 41. Bifurcació entre el camí general, a l'esquerra, i la granja, a la dreta.....	64
Il·lustració 42. Cartell a l'entrada de la botiga.....	64

ÍNDIX TAULES

Taula 1: Classificació d'experiències turístiques al Berguedà segons categories.....	32
--	----

ÍNDIX GRÀFICS

Gràfic 1. Distribució per comarques.....	76
Gràfic 2. Puntuacions obtingudes en les quatre principals activitats.....	77
Gràfic 3. Puntuacions obtingudes en els diversos factors a l'hora d'escollir una experiència turística.....	77

1. INTRODUCCIÓ

El món rural ha estat testimoni de canvis substancials en els darrers anys. Un entorn que solia caracteritzar-se per un estil de vida senzill i una tradició profundament arrelada, on les pageses i els pagesos donaven forma i vida al paisatge circumdant, influint en la configuració del present. Un clar exemple d'això és la comarca del Berguedà, una comarca estretament lligada a l'activitat agrària i al saber fer transmès de generació en generació, que al llarg dels segles ha forjat una identitat profundament vinculada a la terra. Aquesta unió entre l'ésser humà i la natura ha perdurat fins als nostres dies, configurant un vertader tresor de cultura, tradicions, paisatges i maneres de fer que mereixen ser valorats i, que alhora, són un actiu per a convertir-se en recursos d'atracció turística.

En aquest escenari, les explotacions agràries s'enfronten sovint a una sèrie de desafiaments que amenacen la seva supervivència. La seva activitat es redueix a marxes forçades any rere any a causa de la necessitat d'adaptar-se a un nou context social i econòmic. No obstant això, és en aquest context on l'activitat turística emergeix com un complement als ingressos de les explotacions agrícoles i ramaderes, les quals basen la seva producció en el treball vinculat a la terra i al bestiar. Aquesta diversificació dels ingressos a través del turisme s'ha convertit en una valuosa estratègia per abordar els reptes als que s'enfronta el món rural. A la Catalunya central, aquesta tendència s'ha consolidat com una oportunitat única per a preservar les tradicions rurals, prestigiar el sector primari i revitalitzar les comunitats agràries enmig d'un entorn en constant evolució.

Mitjançant aquesta perspectiva, apareix el concepte de Pasturisme, una innovadora noció que pren forma gràcies a la sinergia entre l'activitat turística i la ramadera vinculada a la pastura. Aquest producte pretén transformar les explotacions ramaderes en un atractiu viu, dinàmic i sostenible, amb un enfocament centrat en la creació d'una narrativa que doti de caràcter les activitats agràries tradicionals mitjançant nous productes de turisme experiencial. En aquest context, el turista o visitant ja no és un mer espectador, sinó que se li brinda l'oportunitat de submergir-se plenament en l'experiència, viure-la de primera mà i participar-hi activament.

El present Treball de Final de Grau implica la creació d'un producte de turisme vivencial en una explotació ramadera familiar ubicada a la comarca del Berguedà. Aquest producte consisteix en l'obertura de les portes de la granja de cria de porcs familiar mitjançant visites guiades, brindant també, l'oportunitat de conèixer de primera mà el procés d'elaboració de la carn i culminant l'experiència amb la participació en una degustació dels productes carnis elaborats per l'empresa familiar que viu i treballa a l'explotació. Al llarg d'aquest projecte es pretén analitzar el context en el qual s'emmarca l'explotació familiar, dissenyar l'experiència, i finalment analitzar l'interès i el potencial del producte creat. Aquest concepte es tradueix en una experiència immersiva única que permet als participants submergir-se en el món porcí, un entorn molt poc conegut i explotat en termes d'experiències turístiques en el context actual.

La motivació que m'ha portat a escollir aquest tema es deu al meu profund interès i fascinació per casa meva i la meva terra, el Berguedà. Visc a pagès i sóc pagesa, tal com ho havien estat els meus avis i avui dia, els meus pares. Des de petita he crescut en un entorn en el qual la natura i els animals esdevenen una part fonamental de la vida diària, el que

m'ha brindat una profunda comprensió dels desafiaments i oportunitats que es presenten al voltant de la gestió d'una granja i de les activitats que se'n deriven.

El meu pare, actual propietari de l'explotació familiar, va ser l'impulsor de la creació de la granja de porcs així com de l'empresa de productes carnis en la que actualment col·labora tota la família. No obstant això, és important reconèixer que la tradició de la cria de porc a la regió del Berguedà té unes arrels molt més profundes; es troba arrelada de manera significativa a la història i la cultura locals. Antigament, a pagès, pràcticament totes les famílies comptaven amb algun porc, per a l'hivern poder fer-ne la matança i obtenir-ne la carn quotidiana que els hi permetia passar els durs mesos en els que mancava el menjar. Amb el pas del temps, aquesta dinàmica ha experimentat transformacions, i en l'actualitat, aquesta tradició ha anat desapareixent gradualment.

A casa, mai s'ha descartat la possibilitat d'anar un pas més enllà i diversificar les activitats que s'hi duen a terme, amb la finalitat de donar a conèixer el nostre entorn i la nostra feina. Aquesta consideració es deriva del meu interès personal en aquest camp, juntament amb els coneixements adquirits durant els meus estudis acadèmics en l'àmbit del turisme. Per aquest motiu, es presenta com una oportunitat única per valorar, compartir i mantenir vives les arrels culturals del territori mitjançant la creació d'un producte turístic únic i autèntic.

Aquest treball està estructurat a partir de dos grans capítols: un apartat teòric i un apartat pràctic. L'apartat teòric s'inicia amb una introducció que contextualitza el treball, abordant les principals aportacions teòriques en aquest àmbit, a més de proporcionar una diagnosi de l'estat actual de l'explotació i l'activitat d'elaboració de productes carnis. D'altra banda, la secció pràctica es dedica exclusivament a la creació i definició del producte, oferint una perspectiva aplicada de les teories abordades en la primera part del treball.

2. OBJECTIUS

L'objectiu principal d'aquest treball consisteix en la creació d'un producte que involucra l'obertura de les portes d'una granja familiar a través de visites guiades, amb el propòsit de posar en valor la cria de porcs i l'elaboració dels productes artesanals derivats d'aquest procés. Malgrat que, el món rural ofereix experiències immersives a granges i explotacions ramaderes, on el visitant té l'oportunitat de conèixer de primera mà aquest entorn, és important destacar que el sector porcí, en termes d'experiències i visites, continua essent en gran mesura un entorn desconegut i poc explotat, especialment a Catalunya.

Per tant, el propòsit que persegueix aquest treball és brindar als visitants l'oportunitat d'endinsar-se en aquest entorn i viure una experiència immersiva i vivencial a una granja de porcs del Berguedà. Això els permetrà conèixer de primera mà la granja i les activitats que s'hi porten a terme, el procés d'elaboració de la carn per a obtenir un producte d'alta qualitat, i finalment, participar en un tast de degustació dels productes prèviament detallats, enriquint així l'experiència.

D'acord amb aquest primer objectiu, se'n deriven de secundaris que ajuden a desenvolupar el principal. Els objectius secundaris són els següents:

En primer lloc, realitzar una investigació exhaustiva per adquirir un major coneixement sobre la història i les transformacions que ha experimentat l'explotació familiar al llarg dels anys, amb el propòsit de contextualitzar i enriquir l'experiència de la visita a la granja.

En segon lloc, estudiar el concepte de pasturisme o turisme vivencial, per així contextualitzar el tema des d'una perspectiva teòrica i enriquir la comprensió de l'experiència de visita a la granja familiar.

En tercer lloc, dissenyar i desenvolupar una visita atractiva i didàctica que permeti al visitant, per una banda, experimentar de primera mà com és el dia a dia a la granja de porcs, i comprendre tots els processos i fases involucrats en la cria i producció de l'animal, i, per altra banda, conèixer posteriorment el procés d'elaboració del producte.

En quart lloc, avaluar la receptivitat i disposició dels consumidors cap a l'experiència oferta, amb el propòsit d'adaptar-la i personalitzar-la d'acord amb les necessitats i preferències del mercat.

En cinquè lloc, desenvolupar estratègies de comunicació i màrqueting que permetin donar a conèixer l'experiència i ressaltar els seus elements distintius i exclusius, a fi d'arribar al públic objectiu i despertar un major interès en la visita a la granja familiar.

3. METODOLOGIA

El present apartat pretén descriure la metodologia emprada en la realització del treball. Es detallarà l'estructura del mateix, els mètodes necessaris per al seu desenvolupament i les fonts utilitzades per assolir els objectius proposats. El treball es divideix en diverses seccions clarament diferenciades: una part introductòria, un marc teòric, el cos del treball, que inclou una diagnosi de l'explotació, la creació i desenvolupament del producte turístic, així com una part dedicada al treball de camp, i finalment, les conclusions.

Primerament, un cop assentada la introducció, els objectius i la metodologia, s'ha definit el marc teòric, el qual es desglossa en quatre parts. Per una banda, per a portar a terme els dos primers punts, s'ha fet cerca de literatura i articles a través de cercadors bibliogràfics en el camp d'investigació en el que es centra el treball. Concretament, s'ha realitzat mitjançant la biblioteca del Barri Vell de la Universitat de Girona, Google Academics i Pàgines Web Oficials. D'altra banda, per contextualitzar el concepte del pasturisme, s'ha investigat en el treball realitzat l'any 2015 per Neus Monllor i Rico i Emma Soy i Massoni, titulat, *El pasturisme: un producte turístic nou per a les comarques gironines? Anàlisi de recursos i propostes de futur*. A més, per abordar el quart punt relatiu a la normativa que regula les activitats de visites guiades, tallers i degustacions en explotacions agroramaderes, s'ha fet referència a la guia elaborada per Raiels en col·laboració amb el Consorci de Turisme del Vallès, anomenada, *Guia de recomanacions per a l'establiment d'empreses agroalimentàries visitables* (2017).

Un cop establert el marc teòric, es procedeix a realitzar una exhaustiva diagnosi dels antecedents i la situació actual de l'explotació en la que es centra el present treball, així com del context geogràfic en el que es troba ubicada, a Viver i Serrateix, el Berguedà. Per a l'obtenció de la informació rellevant d'aquest apartat, s'han consultat diverses fonts d'investigació. Per una banda, s'ha fet cerca a la pàgina Web Oficial de l'ajuntament de Viver i Serrateix, així com a altres llocs web d'interès per a complementar la informació. D'altra banda, s'ha ampliat i complementat la informació mitjançant l'accés a arxius i documents pertinents de la pròpia família.

A continuació, s'ha portat a terme una investigació de camp amb el propòsit d'ampliar la perspectiva i obtenir una visió més àmplia sobre el tema, extreure dades i coneixements pràctics, i poder contrastar la informació tot aplicant-la al treball. Aquesta fase inclou diferents mètodes de recerca i tècniques. En primer lloc, s'han realitzat entrevistes a perfils diversos:

1. A Ramon Pujol, actual propietari de l'explotació i la granja familiar, amb el fi de conèixer la història i la situació actual de la propietat.
2. Als responsables de dues explotacions que han implementat amb èxit activitats turístiques similars per conèixer el model de visita, les pràctiques utilitzades, les estratègies que han seguit per desenvolupar l'activitat, i d'altres informacions útils per al propi desenvolupament de l'experiència, així com, per comprovar de primera mà, in situ, com porten a terme l'activitat.
3. Amb empreses d'allotjament rural i restauració de la zona, amb l'objectiu d'explorar oportunitats de col·laboració i la creació de paquets turístics integrats.

Altrament, s'han realitzat 127 enquestes per avaluar l'interès i la disposició del públic potencial davant de l'experiència proposada, així com per mesurar altres variables rellevants i identificar punts d'oportunitat per a millores actuals i futures. Aquestes s'han realitzat a través d'un formulari de Google difós a través de la plataforma de WhatsApp.

Un cop realitzat un minuciós anàlisi del municipi i la comarca, així com, d'examinar detingudament la realitat de l'explotació objecte d'estudi, es procedeix a abordar la part pràctica del treball. Aquesta secció es divideix en tres parts clarament diferenciades: la Fase 1, la Fase 2 i la Fase 3. Cada una d'elles es centra en el desenvolupament de l'experiència a l'explotació, específicament, la visita a la granja (fase 1), la visita a l'obrador (fase 2), i el tast de productes (fase 3). En aquest apartat en particular, no s'ha recorregut a fonts externes per a la seva elaboració, ja que es basa en els resultats de la investigació prèviament realitzada i de les idees extretes de les entrevistes a dues explotacions catalanes que porten a terme activitats turístiques.

Finalment, un cop realitzada la part teòrica i pràctica del present treball, s'han formulat les conclusions que resumeixen els temes clau i proporcionen una visió global de la viabilitat i el potencial del producte turístic creat.

4. MARC TEÒRIC

4.1. L'activitat turística en espais rurals

L'activitat turística en espais rurals ha experimentat una evolució significativa al llarg de les últimes dècades, emergint com un fenomen complex i heterogeni que no només ha transformat els paisatges físics, sinó també les dinàmiques econòmiques i socioculturals de les comunitats rurals. En aquesta secció, s'exploraran els antecedents i el desenvolupament d'aquesta activitat turística, examinant tant el context europeu com la realitat actual i específica d'Espanya i Catalunya. Aquest enfocament es recolza en les contribucions d'experts reconeguts en el camp, enriquint la comprensió dels factors que han anat modelant les dinàmiques del turisme en espais rurals.

El concepte de turisme rural i turisme en espais rurals abasta diverses i variades interpretacions, realitzades per diversos autors, que han permès observar una pluralitat d'enfocaments i perspectives derivades del concepte de turisme rural. Segons Ivars (2000) la realitat turística de cada espai és única, alhora que també ho és la percepció turística que se'n té. Així mateix, la gran varietat de manifestacions turístiques localitzades en espais rurals fan que sigui un terme difícil de definir. En aquest context, el turisme rural comprèn:

las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en espacios rurales, con una permanencia mínima de una noche, con motivo de disfrutar de los atractivos de “lo rural” y de las posibilidades que ofrecen estos espacios para la satisfacción de necesidades más específicas. (Ivars, 2000, p. 75).

El turisme rural implica dur a terme una activitat turística en un espai rural amb motiu de gaudir a partir de les oportunitats que ofereixen aquests espais. En aquest sentit, “es pren la denominació de turisme en espai rural en un sentit ampli i amb la perspectiva de recollir el màxim d'activitats, que s'estan implantant en l'espai rural, vinculades a oferir serveis i experiències d'oci i turisme” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 53). Alhora, Beteille (1996a) i Deroi (1991b), exposen que el turisme en espais rurals:

se vislumbra como una actividad que permite mitigar la emigración de las zonas rurales, generar ingresos complementarios en las economías rurales, beneficiarse del intercambio cultural entre el mundo urbano y rural, revalorizar los modelos de vida rural y diversificar la economía”. (citat per Cànoves i Villarino, 2000, p. 53).

La contribució d'Ivars (2000) enriqueix el concepte en exposar que més enllà del denominador comú del terme “rural”, existeixen altres motivacions específiques que defineixen productes turístics particulars. Aquests inclouen l'agroturisme (quan existeix un interès especial en tenir experiències de vida agrícola), el turisme esportiu (desig de practicar esports a l'espai rural), el turisme d'aventura (com a variant de l'anterior, comprendria el desig de practicar esports d'aventura a l'espai rural), o el turisme verd (quan el valor més apreciat és el mediambiental).

Es donen a conèixer també altres perspectives que destaquen que el redescobriment dels espais interiors, específicament les àrees rurals, on es diversifiquen els usos i es generen canvis, comporta repercussions positives, tant per a les comunitats locals com pels usuaris que exploren aquests entorns.

Los espacios rurales han pasado a diversificar sus usos y uno de ellos es el turístico. Este redescubrimiento de los espacios de interior, y la reconversión del espacio-patrimonio rural para usos turísticos viene acompañado de la revalorización de aspectos como la autenticidad, la identidad cultural de los lugares, la revalorización de las raíces y una concienciación medioambiental de las sociedades urbanas. (Cànoves, Herrera i Villarino, 2005, p. 65).

4.1.1. Antecedents i desenvolupament del turisme en espais rurals a Europa i Espanya

Per tal de comprendre l'estat actual del turisme en espais rurals i les diverses modalitats que en deriven, resulta obligat explorar els seus antecedents i comprendre la seva evolució fins a l'actualitat. Aquesta revisió oferirà una perspectiva clau per contextualitzar les dinàmiques contemporànies del turisme en espais rurals, posant èmfasi en les transformacions i les tendències que han modelat aquesta forma de turisme al llarg dels anys.

El desenvolupament del turisme rural a Espanya esdevé un fenomen recent, el qual “surge como resultado de una conjunción de factores propios de las sociedades post industriales, en donde las tendencias de consumo recreativo han evolucionado hacia lo que se ha denominado “turismo a la carta”. (Cànoves i Villarino, 2000).

Aquesta recent evolució va tenir lloc a mitjans dels anys seixanta a causa de l'important fenomen d'emigració que es va produir des de les àrees rurals cap a les urbanes. Cànoves, Herrera i Blanco (2005) argumenten que aquest procés es va desenvolupar més tard a Espanya en comparació amb la resta d'Europa. Atribueixen aquest retard a la percepció històrica de les àrees rurals com a “zones pobres” i a la concepció tradicional d'aquests espais com a idíl·lics i paisatges verges plens de pau.

En aquest període, com assenyalen Cànoves, Herrera i Blanco (2005), “el modelo de alojamiento en casas rurales en España existe desde los años 60, bajo el programa de Casas de Labranza, cuyo objetivo era dar acogida en un alojamiento sencillo a los visitantes rurales, a la vez que era una manera de renovar y mejorar las condiciones de las casas y permitir unos ingresos extras a los agricultores”. (p. 43).

La irrupció del turisme rural, segons Cànoves, Herrera i Blanco (2005) no va tenir lloc fins als anys vuitanta. Aquesta transformació es va desencadenar com a resposta a la crisi de l'agricultura, l'aparició d'un model turístic incipient basat en el sol i platja, i l'emergència de noves formes de turisme, com ara el turisme d'interior o cultural. En aquest procés també s'hi va sumar una considerable pèrdua de les arrels rurals de bona part dels habitants de les grans ciutats espanyoles.

En aquest període, Cànoves i Villarino (2000) exposen que:

Desde la década de los ochenta parece que el resurgir de la moda naturalista (aunque el espacio rural ha sido siempre frecuentado por los turistas), el cambio en las pautas de consumo del tiempo de ocio, la segmentación de las vacaciones — con los puentes largos— y los intentos cada vez más corrientes en Europa de la desestacionalización de los periodos vacacionales, están comportando un nuevo relanzamiento del Turismo en Espacios Rurales (TER). Ello se da con nuevos parámetros que van desde los diferentes niveles de calidad —tanto de los alojamientos como de los servicios—, el mantenimiento de unos precios competitivos y la oferta simultánea de prestaciones y actividades lúdicas, atractivas y

singulares. En este nuevo marco de referencia, cabe hablar ya de producto turístico, al igual que sucede para las formas de turismo tradicional, pero que en este caso equivale al conjunto del territorio. (p. 54).

Per entendre la dinàmica que va adoptar el turisme rural a Espanya, és necessari explorar els seus inicis a Europa i veure com aquest model va evolucionar i influir en el desenvolupament del turisme rural al territori espanyol. Segons Cànoves i Villarino (2000), l'acollida de turistes a les granges va tenir els seus inicis a principis del segle XX. Aquest primer contacte va tenir lloc al Tirol i al medi rural anglès sota la denominació de "Chambre d'Hôtes".

Desde los inicios, la base del TER ha sido el alojamiento en las casas rurales, aunque las fórmulas en Europa son diversas, desde la popular y extendida en Francia del cámping en la granja, hasta las caravanas fijas, o bungalows, o las cabañas en Dinamarca. En Inglaterra los populares Bed & Breakfast, o los Cottages, en caso del alquiler de la casa completa, en Alemania los Zimmer frei. Estos productos están regulados por las diferentes organizaciones, como la Irish Farm Holidays o las Gîtes de France (la primera abierta en 1951), que controlan el nivel de calidad de las casas y las habitaciones. (Cànoves i Villarino, 2000, p.61).

Fins als anys seixanta, es parla de turisme en espais rurals i d'activitats d'oci associades, però no específicament del terme turisme rural, atès que es limitaven principalment a l'allotjament de camp, constituint un fenomen puntual i esporàdic a la majoria d'Europa. Aquesta activitat turística va permetre a un reduït nombre d'agricultors obtenir un complement a les seves rendes agrícoles.

Cànoves i Villarino (2000) també destaquen que, si es compara amb el cas espanyol, pot equiparar-se amb les vacances a "Casas de Labranza" dels anys setanta. Aquestes vacances possibilitaven l'increment de les rendes familiars en un entorn rural amb poques oportunitats de diversificació, alhora que es concedien ajudes per adaptar i millorar els habitatges per a l'allotjament dels hostes.

Progressivament, el turisme en espais rurals experimenta una evolució que va més enllà del simple allotjament. Cada vegada més, es busquen formes més especialitzades per atendre una demanda més diversa i exigent, prenent també en consideració la fidelització del client.

[...] encontramos desde las ofertas relacionadas con la acogida y las actividades gastronómicas, hasta las relacionadas con las actividades ecuestres, o de pesca y caza, o las diferentes terapias o cursos, hasta las más populares en Francia e Inglaterra, como la recogida de fruta (pick your own) o, en el caso francés y portugués, con las actividades relacionadas con la vendimia. (Cànoves i Villarino, 2000, p. 62).

Cànoves, Herrera i Blanco (2005) argumenten que al voltant dels anys noranta, el turisme rural comença a revelar aspectes positius i negatius. Posant èmfasi amb els països pioners, com Anglaterra, França, Àustria i Itàlia, el turisme en espais rurals comença a presentar-se com un sector madur i els iniciadors de l'activitat experimenten cansament i desil·lusió, juntament amb uns resultats econòmics poc positius i prometedors. En aquest context, Cànoves i Villarino (2000) assenyalen que s'hi ha de sumar "un cierto estancamiento de la demanda, que cada vez tiene más ofertas de turismo rural-natural en lugares alejados y exóticos, un mercado más competitivo y unos consumidores más exigentes que valoran el escenario del medio rural, pero exigen las infraestructuras y la profesionalización de los servicios" (p. 54).

Segons Cànoves, Herrera i Blanco (2005), aquestes noves exigències de la demanda impulsen una selecció i diversificació del turisme rural, així com dels agricultors implicats en aquest sector. En aquest context, alguns continuen amb la seva activitat tradicional, oferint únicament serveis d'allotjament. D'altres, en canvi, decideixen fer un pas més i optar per la restauració de qualitat, les rutes temàtiques o, fins i tot, especialitzar-se en activitats complementàries d'acord amb les característiques particulars de la zona. Fusté (2016), també destaca que a mesura que:

l'agricultura s'ha anat veient relegada de la seva posició hegemònica en l'economia de les àrees rurals, altres sectors complementaris a aquesta activitat agrícola han anat agafant cada vegada més força, com l'elaboració de productes artesans, la gastronomia o, evidentment, el turisme. (p. 171).

Entrant a la dècada dels 2000, emergeix clarament la dinàmica que ha adoptat el turisme rural en espais rurals. Tal com argumenten Cànoves, Herrera i Blanco (2005) aquesta etapa es veu marcada per una consolidació del producte que s'ha estès arreu del territori espanyol i esdevé conegut i apreciat pels consumidors. Aquest producte no té com a objectiu competir amb altres productes, sinó ser un complement i apostar per la qualitat com a element distintiu. En aquest context, "la tradicional sustentació que abans suposava la producció agrícola ha derivat cap a una nova economia fonamentada en la comercialització de l'espai rural" (Fusté, 2016, p. 171).

L'evolució del turisme en espais rurals al llarg dels anys ha experimentat canvis significatius que han donat forma a una transformació significativa en aquesta modalitat turística. D'acord amb les reflexions de Cànoves, Herrera i Villarino (2005) és essencial entendre que la filosofia del turisme rural implica simplement col·locar el turisme en el medi rural, contribuint activament en dinamitzar aquest entorn. És crucial reconèixer que el suport humà i social d'aquest medi rural és la comunitat local, que es converteix en l'element clau amb la capacitat de conservar tant el paisatge com la cultura.

Cànoves, Herrera i Villarino (2005) assenyalen que el turisme rural no deixa de ser un reflex dels canvis que es produeixen en els espais rurals, els quals responen a diversos motius. Afegeixen que aquests canvis són el resultat d'una societat amb una creixent sensibilitat mediambiental i de retorn a les arrels rurals, "con una extensión y segmentación del tiempo de ocio y [...] con una nueva mirada hacia el espacio rural como un espacio con patrimonio, cultura, paisaje y nuevas oportunidades más allá de la producción agrícola" (p. 75).

4.1.2. Característiques del turisme rural i del turisme en espais rurals a Espanya

Considerant l'evolució que el turisme en espais rurals ha experimentat al llarg del temps, es presentaran les característiques i models fonamentals que donen forma al que avui anomenem turisme rural. Aquesta modalitat de turisme es manifesta de manera molt diversa, adaptant-se a les particularitats territorials, les demandes específiques i les expectatives dels usuaris contemporanis.

Cànoves i Villarino (2000) destaquen tres factors principals que influeixen en els desplaçaments dels turistes rurals. Aquests factors esdevenen el temps o la freqüentació, la proximitat i la planificació. Defensen que el factor temps, juntament amb els seus dos components d'estacionalitat i freqüència de les estades a granges, introdueix una primera discrepància entre els diversos espais rurals, siguin regionals o locals. Aquesta diversitat d'objectius i de potencialitats

implica uns resultats econòmics diferents tant per a les explotacions com pels agricultors, generant alhora un impacte desigual en el desenvolupament local. En aquest sentit, “podemos hablar de un TER esporádico donde la frecuentación de turistas es breve e irregular, como lo sería en zonas rurales periféricas, alejadas de los centros urbanos, con una implantación de casas rurales muy incipiente” (Cànovas i Villarino, 2000, p. 55).

Aquest primer factor evidencia la presència d'un turisme rural poc homogeni, el qual varia en funció de la ubicació geogràfica, atribuït a una freqüentació esporàdica, de curta durada i irregular. Aquesta modalitat de turisme rural contrasta amb el turisme rural intensiu, que es distingeix per una freqüentació més regular i sostinguda al llarg del temps. Amb aquest factor, cal afegir un altre element rellevant: la proximitat a les grans aglomeracions urbanes.

Cànovas, Herrera i Blanco (2005) destaquen que hi ha territoris que es beneficien d'un turisme rural intensiu, alimentat pels desplaçaments de caps de setmana o vacances curtes, a causa de la proximitat amb les grans aglomeracions urbanes amb ràpides vies de comunicació. Aquest fenomen es destaca particularment a Catalunya, “donde el foco emisor es Barcelona con los desplazamientos de fin de semana hacia la montaña de los Pirineos”, i “que en un máximo de 3 horas permite un desplazamiento rápido hacia zonas atractivas para el turismo rural” (Cànovas, Herrera i Blanco, 2005, p. 50). Conseqüentment, la proximitat entre les grans aglomeracions urbanes i les àrees rurals de l'interior i els Pirineus de Catalunya, acompanyada de les eficients vies de comunicació, actuen com un impuls significatiu per als desplaçaments i la pràctica del turisme rural intensiu.

A partir d'aquest segon factor apareix un altre terme rellevant, el fraccionament de les vacances. Tal com mencionen Cànovas i Villarino (2000), aquest fraccionament es va consolidant juntament amb les facilitats d'accessibilitat i mobilitat dels turistes, “lo que permite ampliar los espacios y las estancias en las casas de TER que se ubican próximas a los ejes rápidos de desplazamiento” (p. 56).

Els desplaçaments realitzats entre les grans aglomeracions i les zones rurals solen portar-se a terme amb cotxe. Segons Cànovas, Herrera i Blanco (2005), “los usuarios del turismo rural suelen utilizar en un 80% el automóvil para desplazarse por el territorio” (p. 50). A més, Cànovas i Villarino (2000) destaquen que el viatger rural planifica la seva visita de manera personalitzada, prenent en consideració els seus interessos i coneixements personals. Aquest tipus de turista a més busca evitar les rutes massificades i concorregudes per altres turistes.

Així, el turisme rural actual reflecteix una diversitat que respon a factors marcats pel comportament envers la seva estada en espais rurals, com la temporalitat o freqüentació, la proximitat a les grans àrees urbanes o la planificació del viatge. Per consegüent, es posa en manifest una notable adaptabilitat del turisme rural, modulant-se en resposta als canvis en les preferències dels viatgers i les seves expectatives.

4.1.3. Motivacions de la demanda

El turisme, especialment en espais rurals, ha experimentat una evolució cap a experiències més autèntiques i participatives, impulsada per un canvi en les motivacions de la demanda. Des de la dècada dels seixanta, quan les “Casas de Labranza” proporcionaven simplement un allotjament als visitants rurals, s’ha evolucionat cap a una dinàmica en la qual els visitants i turistes reclamen una immersió més profunda i participar en activitats significatives, demostrant una major expectativa i una demanda cada vegada més sofisticada.

Cànoves, Herrera i Villarino (2005) assenyalen que el perfil del turista tradicional a l’espai rural, ha experimentat un procés de transformació. Es contraposa al visitant específic i al turista convencional, exposant que en el desenvolupament d’aquesta modalitat de turisme “hay una parte creciente de la demanda que se está segmentando, a la que habrá que responder con la especialización de las actividades” (p. 70).

Ivars (2000), a través d’un estudi europeu (CCE), il·lustra les característiques de “lo rural” que atrauen la demanda turística. Aquestes inclouen l’explotació agrícola, el poble i l’espai, contraposades a les característiques de les grans ciutats i els principals focus d'emissió del turisme rural. En aquest sentit:

La explotación agrícola mantiene gran interés en la demanda de origen urbano pues supone experiencias de vida agrícola que le son ajenas, productos naturales, animales con los que se ha perdido el contacto, un estilo de vida peculiar con valores ancestrales, etc.

El pueblo constituye un hábitat de dimensión humana (importante para la imaginaria ciudadana), con la pervivencia de actividades tradicionales (fiestas, costumbres), un rico patrimonio histórico y cultural; en suma, toda una serie de imágenes que entran dentro del terreno de la añoranza del ciudadano.

Por último, el espacio, un espacio identificado con la naturaleza, con la posibilidad de disfrutar de actividades diversas en la naturaleza. Espacio que se identifica con “el paisaje natural, la libertad, la contemplación, ...”. (Ivars, 2000, p. 74).

Partint de les característiques que atrauen a la demanda, Cànoves, Herrera i Blanco (2005) exposen que:

el turismo rural es el resultado de una opción personal y suele estar motivado por la búsqueda de las raíces rurales, de una imagen en positivo del medio rural, de la moda de la naturofilia y de dotar de contenido a la experiencia turística. (p. 42).

Cànoves, Herrera i Villarino (2005), sostenen que el turista rural manifesta una sensibilitat conservacionista envers l’entorn que el rodeja, i es dedica a explorar amb deteniment llocs i poblacions emblemàtiques, adoptant una modalitat de desplaçament caracteritzada pel seu ritme pausat i reflexiu. A més:

está especialmente sensibilizado por la gastronomía, los productos de calidad, el medio ambiente y el patrimonio cultural. Huye de la masificación y valora la calidad tanto en el trato como en el producto. Este perfil [...] está muy lejos de los iniciadores del turismo rural en la oferta de las “Casas de Labranza” y ello es así porque también la sociedad actual no es comparable a la de los años 60. (p. 73).

A partir de les característiques que resulten atractives i significatives per a la demanda, es pot dir que el turisme rural es configura com una elecció personal i motivada per la cerca de les arrels rurals. En l’àmbit més català, Cànoves, Herrera i Villarino (2005), expressen que els usuaris de Catalunya fan una valorització territorial patrimonial del medi rural que visiten. En el seu estudi sobre la situació del turisme rural a Espanya incidint a Catalunya i Galícia, Cànoves, Herrera i

Villarino (2005), expressen que els aspectes que més valoren els usuaris del turisme rural entre el 2002 i el 2003 són “el contacto con la naturaleza y el paisaje, la tranquilidad y la paz del lugar y la relación calidad-precio” (p. 72).

Aquesta evolució del turisme rural reflecteix una adaptació dinàmica a les expectatives canviants i les demandes dels viatgers i turistes contemporanis, evidenciant un gir cap a experiències més autèntiques, participatives i sostenibles amb l'entorn amb el qual es troben.

4.2. L'agroturisme

4.2.1. Concepte d'agroturisme i principals característiques

En l'actualitat, la creixent demanda d'experiències més autèntiques i rellevants estimula els viatgers a explorar noves modalitats turístiques que vagin més enllà de la convencionalitat, permetent-los descobrir i comprendre noves formes de viure i treballar. En aquest context, apareix l'agroturisme com una alternativa al turisme tradicional destacant-se com una modalitat turística clau per conèixer de primera mà les formes de vida de les comunitats rurals. En aquesta secció, s'explorarà el concepte d'agroturisme, les principals característiques i l'impacte d'aquesta modalitat en el territori.

En el transcurs dels anys, les contribucions de diversos experts en el camp del turisme han permès el desenvolupament i la configuració del concepte d'agroturisme. L'Organització Mundial del Turisme (OMT), citat per Barrera (2006), defineix l'agroturisme com “la actividad que se realiza en explotaciones agrarias, donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios” (citat per Riveros i Blanco, 2011, p. 118). Riveros i Blanco (2011), afegixen que el terme agroturisme s'inclou dins de la categoria de turisme rural, juntament amb l'ecoturisme i el turisme d'aventura.

En la mateixa línia, Rodríguez (2019) assenyalava que l'agroturisme, partint de la perspectiva que el mateix concepte inclou medi rural, agrari i agrícola, esdevé:

una forma de Turismo Alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen a su vez servicios por los que se cobra. (p. 63).

Les definicions elaborades pels diversos autors situen en el centre de la qüestió la idea que el visitant s'immergeix i participa activament en les activitats executades pels mateixos agricultors a les explotacions agràries, representant així un complement a la seva renda. Tanmateix, Cors (s.d) afegix que la present modalitat turística ajuda a revalorar el patrimoni rural, i la defineix com:

aquell conjunt d'activitats turístiques i de lleure proposades i realitzades per titulars o bé responsables d'explotacions agràries en el marc d'un entorn rural i adreçades a un públic majoritàriament urbà, és una de les modalitats turístiques que ha revalorat millor el patrimoni rural. Des de l'allotjament en una masia centenària fins a la participació en certes tasques del

camp, l'agroturisme valoritza a tots aquells aspectes relacionats amb el món de la pagesia a través dels quals el ciutadà pot entrar en contacte amb el *modus vivendi* tradicional del camp. Per la seva banda, l'agricultor concep el turisme com una nova font d'ingressos que pot ajudar a mantenir la seva explotació agrària i, en conseqüència, a preservar un tipus de paisatge centenari.

El concepte d'agroturisme és sovint confós amb turisme rural, i tot i compartir similituds, ambdós conceptes contenen diferències importants. Riveros i Blanco (2011) sostenen que els dos termes sovint presenten confusió en la descripció de determinades ofertes tot i ser productes diferents. Per una banda, el turisme rural “se privilegia el disfrute de la vida rural y el contacto con sus pobladores, sin destacar específicamente las prácticas agropecuarias” (p. 118), mentre que l'agroturisme “tiene como eje de su oferta las actividades propias de las explotaciones rurales, tales como: cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales” (p. 118). A més, Riveros i Blanco (2011) afegeixen que aquestes activitats es relacionen amb d'altres activitats recreatives com caminades al voltant de la finca, passejades, observació d'aus, entre altres.

Considerant la definició d'aquesta modalitat turística, és essencial destacar les principals característiques que la configuren. Segons Riveros i Blanco (2011), l'agroturisme emergeix com una activitat recreativa que s'inclou dins de les modalitats de turisme en espais rurals. En aquest context, es poden integrar una o diverses fases relacionades amb la producció agropecuària, agroindustrial, així com l'artesania i la gastronomia. A més, afegeixen que l'agroturisme:

suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen como una forma de diversificar los ingresos de su negocio principal. Para ello se aprovecha la capacidad instalada en la propiedad y el saber hacer tradicional. Además, se agregan otros productos y servicios complementarios, tales como: alojamiento, alimentación y venta de productos. Esto proporciona mayores oportunidades de empleo para la propia familia y otras personas de la localidad donde se desarrolla dicha actividad. (Riveros i Blanco, 2011, p. 117).

En aquest context, Riveros i Blanco (2011), exposen que l'oferta recreativa en finques especialitzades en agroturisme es centra principalment en recorreguts per les instal·lacions, brindant l'oportunitat de conèixer, aprendre i experimentar les diverses tasques que s'hi porten a terme. A més, afegeixen que la participació en aquestes activitats pot ser tan activa com passiva, adaptant-se als gustos i les preferències individuals dels visitants i, “es frecuente que se ofrezca alimentación y hospedaje, en respuesta a las exigencias del turista y a la necesidad de diferenciar el producto de modalidades turísticas similares” (p. 119).

En la seva anàlisi, Riveros i Blanco (2011) destaquen diverses característiques clau del turisme agroindustrial, incloent-hi aspectes sobre els processos i les possibilitats d'èxit. En aquest sentit, exposen el següent:

En la mayoría de casos, la entrada es gratuita, se ofrecen degustaciones y se brinda la oportunidad de comprar en el sitio. En general, son empresas que aplican procesos artesanales o en pequeña escala y buscan por medio de estas visitas dar a conocer sus productos. [...] También ayuda si los establecimientos están localizados en una zona de gran belleza paisajística, si los productos se obtienen por medio de técnicas tradicionales de procesamiento, si se aplican buenas prácticas agrícolas, de manufactura y se presta especial atención al uso de energías renovables, recuperación de desechos, tratamiento de aguas residuales, reducción de humo, ruido, y reciclaje de envases y embalajes. (p. 121 i 122).

Continuant amb les característiques pròpies d'aquesta modalitat turística, Calatrava i Sayadi (2001) destaquen que, amb una certa freqüència, l'agroturisme ha estat una estratègia eficaç en situacions de crisi per a les explotacions agrícoles, especialment aquelles situades en zones de muntanya. A més, Calatrava i Sayadi (2001), també exposen que aquesta modalitat desperta l'interès dels agricultors, incitant-los a explorar la diversificació d'activitats tant dins com fora de l'explotació, atesa la seva familiaritat i comprensió en aquest àmbit. Segons les contribucions de Riveros i Blanco (2011), la conceptualització que vincula el turisme amb l'activitat agrícola s'ha percebut com una alternativa per a la revitalització de les àrees rurals.

Rodríguez (2019), afegeix que en els últims anys, a part d'esdevenir una estratègia idònia per dinamitzar el progrés de les àrees rurals i contribuir a la generació de recursos econòmic als productors vinculats a l'activitat agrícola i ramadera, permet "vincular a los turistas con las propias tradiciones del lugar en un intento de presentar los valores relacionados con la agricultura que se convierten en elementos patrimoniales de interés turístico" (p. 63).

Tenint en compte la rellevància d'aquesta activitat, Cors (s.d) subratlla que "l'agroturisme emfatitza doncs un estil de vida tradicional, que molt probablement ja no existeix en el dia a dia dels seus habitants, però que es manté viu, encara que només sigui per a satisfer les demandes dels turistes".

4.2.2. Impacte socioeconòmic de l'agroturisme

Després d'explorar la complexitat del turisme en espais rurals, i havent introduït el terme agroturisme amb les seves característiques específiques, és oportú fer referència a l'impacte que aquesta modalitat turística té en els entorns on es desenvolupa. S'analitzarà de manera detallada l'impacte social i econòmic de l'agroturisme, mostrant la influència del lligam entre la tradició agrícola i l'experiència turística, a les comunitats locals i en el teixit econòmic d'aquestes àrees.

Primerament, s'ha d'exposar que aquesta modalitat turística, l'agroturisme, emergeix com una oportunitat única a les àrees rurals, exercint les funcions de diversificació, preservació i revitalització. Alguns autors, com ara, Cors (s.d), assenyalen la seva funció rehabilitadora des del punt de vista patrimonial, atès que permet "reutilitzar antigues dependències o edificacions rurals, que anteriorment havien estat destinades a usos agropecuaris", i que, per tant, "assumeix una ineludible i tangible funció rehabilitadora del patrimoni rural construït, amb la qual cosa contribueix a preservar el seus elements arquitectònics". Per altra banda, Cors (s.d), exposa que l'agroturisme ajuda a fer difusió de la cultura rural del món de la pagesia entre els visitants.

Un coneixement que s'adquireix per múltiples vies: el contacte directe amb els titulars de l'explotació, els productes que es mengen a taula i es compren, la presència d'estris i estances dins de la casa, la presència d'animals de corral i de granja i la contemplació del paisatge que envolta la casa.

D'aquesta manera, l'agroturisme, permet conservar la diversitat del patrimoni de les zones rurals. Tal com assenyalen Calatrava i Sayadi (2001), mantenir vives les activitats agràries tradicionals permet, que es conservi el paisatge, així com, la gran diversitat del patrimoni històric i cultural de les zones rurals, com els diferents tipus de cultius i explotacions, els hàbitats i arquitectures, entre altres.

En aquest context, Cors (s.d) destaca que atorgar valor al patrimoni rural, ja sigui mitjançant l'agroturisme, els ecomuseus, les rutes temàtiques, les festes tradicionals, entre altres, es presenta com un motor de canvi per a un desenvolupament sostenible del territori. Alhora, Cors (s.d), afegeix que "l'ús del patrimoni rural no implica *a priori* un increment de sòl urbanitzat i contribueix a mantenir la resta d'elements paisatgístics". Aquest enfocament té en compte les necessitats específiques dels espais rurals i dels petits municipis de la Catalunya interior. És a dir, mitjançant la valorització del patrimoni local, es fomenta la conservació dels recursos culturals i ambientals, així com, la creació de noves oportunitats econòmiques ajustades a les comunitats rurals.

Continuant amb aquesta perspectiva, Riveros i Blanco (2011), assenyalen que "el paisaje natural y agropecuario, las prácticas culturales ancestrales y la elaboración artesanal de productos son recursos inherentes a la vida rural, que valorizados a través del turismo pueden complementar y diversificar las economías de muchas familias rurales" (p. 119). A tall de resum, a través de l'impuls proporcionat per aquesta modalitat de turisme, es permet preservar la identitat del territori alhora que es fomenta un futur sostenible, atès que es tenen en compte les necessitats d'aquestes àrees rurals i dels seus productors.

Tot i la creixent oferta d'aquesta modalitat turística, l'agroturisme "todavía es una actividad minoritaria, que apenas representa entre el 5% y 10% del turismo rural en países como España" (Riveros i Blanco, 2011, p. 120). En aquest context, Riveros i Blanco (2011), afegeixen que és una modalitat turística que ha estat poc estudiada i, a part de tenir poca incidència en general, és poc coneguda com una oferta diferenciada del turisme rural. Cal fer menció també, que mica en mica, els "cambios de hábitos de los turistas están provocando un crecimiento de la demanda" (Riveros i Blanco, 2011, p. 120).

En aquest context, és possible identificar mancances en el sector que contribueixen a un desenvolupament lent de l'agroturisme. Segons Budowski (2001), es destaquen dos obstacles principals: la insuficiència de personal preparat i la manca d'interès del turista pel producte ofertat:

[...] el principal obstáculo para el desarrollo del agroturismo es la carencia de personal entrenado para interpretar de forma atractiva y con suficientes conocimientos científicos, las prácticas que más atraen a los turistas. Tampoco se ha "explotado" la forma de satisfacer el interés de los visitantes por participar en la cosecha de productos agrícolas o en la elaboración de un queso, por ejemplo. En muchas de las ofertas, además, falta interacción y prevalece el efecto demostrativo, por razones de tiempo, de logística o porque no siempre el producto de interés está disponible durante todo el año. (citad per Riveros i Blanco, 2011, p. 121).

Considerant les mancances d'aquesta activitat, és evident la necessitat d'abordar les actuals limitacions per potenciar un desenvolupament sostenible des de totes les perspectives de l'agroturisme. Segons Rodríguez (2019), l'agroturisme aconsegueix una visió sostenible quan es garanteix la participació equitativa de la població en els beneficis econòmics generats.

Mitjançant aquesta exploració de les característiques que defineixen i abasten l'activitat agroturística, s'evidencia la seva importància com a catalitzador de diversificació i preservació en les àrees rurals. A tall de conclusió, tot i enfrontar-se a

desafiaments diversos, l'agroturisme emergeix com un agent de canvi amb un impacte positiu en les comunitats locals on es desenvolupa.

4.2.3. Impacte ambiental de l'agroturisme

L'agroturisme, tot i ser un dels segments de turisme amb menys impacte sobre el territori, no està exempt de generar certs efectes negatius en alguns territoris, com pot ser l'increment de la pressió sobre els recursos o l'alteració dels ecosistemes naturals. Aquest fet destaca la importància de prendre en consideració els impactes ambientals generats per aquesta modalitat turística, tant per als propietaris de les explotacions agrícoles i ramaderes, com pels usuaris que decideixen viure aquesta experiència.

Totes les formes de turisme en espais rurals, ja sigui turisme d'aventura, ecològic, etnoturístic o altres, tenen potencial de generar impactes en el medi ambient, encara que a diferents nivells. Aquest fet és especialment rellevant per aquest tipus d'activitats, ja que la naturalesa esdevé l'epicentre de l'experiència turística. Barrera i Bahamondes (2012) assenyalen que la relació entre l'activitat turística i l'impacte en el medi ambient és molt complexa, atès que l'estat del medi condicionarà la fortalesa i persistència del turisme. És a dir, comptar amb un entorn de qualitat i amb unes condicions òptimes, esdevé fonamental per al producte turístic. Barrera i Bahamondes (2012) també afegeixen que els turistes satisfets i que retornen a un desí turístic, són aquells que valoren els atributs ambientals, i que aquests siguin espais nets i lliures de tota contaminació.

Malgrat això, és important reconèixer que algunes tipologies de turisme, com l'agroturisme, poden tenir impactes negatius sobre el territori i l'ecosistema. Entre aquests impactes, els més freqüents inclouen la pèrdua de biodiversitat, la generació de residus, així com el consum excessiu d'aigua i energia (Barrera i Bahamondes, 2012, pàg. 52). Tot i això, hi ha diversos impactes positius derivats d'aquesta activitat, com ara la "valoración de los recursos naturales y culturales y el aumento en la conciencia sobre la calidad ambiental" (Barrera i Bahamondes, 2012, p.52). A més, Hereu (1994) destaca que una de les virtuts més importants del turisme rural, posant especial èmfasi amb l'agroturisme, és la seva capacitat per generar ocupació en les zones rurals amb un impacte ambiental reduït, alhora que contribueix a la seva rehabilitació.

És indubtable que molts dels impactes negatius associats a l'activitat agroturística, com la contaminació del sòl o l'erosió en certes àrees, són fruit tant d'una gestió inadequada de l'activitat com de les pràctiques deficientes adoptades pels usuaris que hi participen. Aquesta realitat posa de manifest la necessitat d'adoptar estratègies de gestió sostenible en el context del turisme en espais rurals, especialment en l'agroturisme, ja que, malgrat ser una activitat amb un baix impacte ambiental, sempre hi ha aspectes de millora.

En aquest context, Barrera i Bahamondes (2012) remarquen que assolir l'ideal de turisme sostenible és un procés continu que requereix un seguiment constant dels impactes que es generen, per tal de poder implementar les mesures preventives o correctives necessàries per aconseguir-ho.

4.3. Pasturisme i turisme vivencial

En els paràgrafs precedents, s'ha analitzat el context en què les explotacions agrícoles i ramaderes es troben immerses. Aquesta situació, que ha anat evolucionant en el transcurs dels anys, ha plantejat interrogants sobre la seva sostenibilitat en determinades ocasions, a causa de la pressió exercida per factors externs i per diversos reptes presents al món rural. D'acord amb Monllor i Soy (2018), davant d'aquest escenari, les explotacions agràries tenen tres vies: "abandonar l'activitat, adaptar-se al model agroindustrial o renovar-se des dels recursos propis". En aquest marc, un nombre significatiu d'aquestes explotacions han "optat per renovar-se, per donar un tomb vers allò que els pertany, per valorar la tasca pagesa i per explicar-ho a una població cada vegada més allunyada de la realitat agrària i del món rural" (Monllor i Soy, 2018, p. 95).

Monllor i Soy (2018) també destaquen la significativa importància col·lectiva que representa la renovació del sector agrari català, donat el seu impacte al conjunt del territori:

La renovació del sector agrari català passa per prendre decisions des de la lògica territorial i ambiental, per interactuar amb el món urbà i les seves dinàmiques, per repensar els productes que s'ofereixen i de quina manera, per valorar les oportunitats agroalimentàries i per manifestar un compromís ferm vers una cultura, un paisatge i una manera de fer. (p. 95).

A través d'aquest canvi de paradigma, emergeix una nova tendència en el món turístic: el turisme vivencial. Vogeler i Hernández (2002), citat per Monllor i Soy (2018), destaquen que el nou turista busca gaudir d'una experiència única, sensorial i memorable, que transcendeixi més enllà d'un simple destí turístic.

Cohen (2005) afegeix que aquesta tipologia de turista busca el que és veritablement autèntic, com ara el contacte humà, la vivència sensorial, el menjar local, i sobretot, sentir-se part activa de les seves vacances (citat per Monllor i Soy, 2018).

D'altra banda, Moya (2006) sosté que el turisme vivencial implica una vivència directa on el contacte entre el turista i la població local genera una relació més humana i profunda. En altres paraules, sorgeix un intercanvi que dona lloc a valors més profunds en comparació amb el turisme tradicional. A més, la mateixa autora afegeix:

El turismo vivencial puede significar una buena práctica, comprendida como una vivencia auténtica sin ingredientes artificiales, que de manera controlada brinda respeto a la cultura y dota de una responsabilidad socioeconómica al turismo, como generador de fortalecimiento organizativo, al seno de una actividad económica que implique autonomía local. (Moya, 2006, p. 20).

L'emergència viscuda en els darrers anys de noves tendències de turisme sostenible mostra la demanda creixent que experimenta l'activitat de lleure en contacte directe amb la natura i el paisatge. Dins d'aquest marc, sorgeix la idea de crear un producte turístic innovador centrat en la descoberta del món de la pastura i tot el que significa. Així, pren forma el pasturisme, un concepte novell que neix amb l'objectiu de dinamitzar les activitats de turisme experiencial, vinculades al món de la pastura i que vol convertir les explotacions ramaderes en un atractiu sostenible i vivencial (Monllor i Soy, 2018). Les autores que conceptualitzen aquest terme afirmen que:

el pasturisme ha de ser capaç de reivindicar el paisatge, en fer-ne un atractiu viu i dinàmic, posicionar productes agroalimentaris locals a la centralitat del producte turístic, i construir un relat que permeti fer emergir les activitats tradicionals agroramaderes des d'una perspectiva de nous productes de turisme vivencial. (p. 29).

Aquest enfocament pretén fomentar una interacció respectuosa entre els visitants i l'entorn agrícola i ramader, amb l'objectiu de promoure una consciència ambiental i la comprensió dels processos tradicionals de pastura.

4.3.1. Definició de pasturisme

El fenomen del pasturisme és un concepte recent que va ser proposat per primera vegada per Monllor (2014) en l'estudi de la capacitat de compravenda dels productes agroalimentaris del Ripollès. En aquest moment, l'autora identifica una nova oportunitat pel territori, a l'integrar les necessitats del sector ramader amb les del sector turístic.

En aquest sentit, el pasturisme és una experiència turística basada en gaudir, descobrir i conèixer de primera mà el món ramader, els seus paisatges, les persones que hi treballen i els aliments que produeixen, tot obtenint una repercussió positiva pel desenvolupament rural. No consisteix només a fer una simple visita, sinó també sentir-la a partir de les sensacions i emocions. Monllor i Soy (2018), defineixen el pasturisme com:

una experiència turística basada en l'activitat agrària i alimentària vinculada a la pastura amb l'objectiu de gaudir, descobrir i conèixer el món ramader, els seus paisatges, les persones que els fan possibles i els aliments que produeixen, amb una repercussió positiva per a la població local i el desenvolupament rural. (p.32).

L'objectiu principal d'aquest concepte és establir una connexió entre la societat urbana i el sector primari. Monllor i Soy (2018) exposen que per posicionar el territori com a eix vertebrador i motor de desenvolupament del món rural, és essencial fomentar el coneixement i la consciència ambiental, els quals es generen a través del contacte de les persones amb la ruralitat. A més, destaquen que el pasturisme "vol ser un producte turístic que generi valor al territori i que faci de pont entre qui produeix i qui consumeix" (p. 96).

Com s'ha exposat anteriorment, el pasturisme es configura com un producte de turisme vivencial principalment dirigit a aquelles persones que desconeixen la realitat pagesa i que desitgen descobrir que hi ha darrere d'un ramat, una formatgeria o un camí transhumant (Monllor i Soy, 2018).

4.3.2. Tipologies de pasturisme

Monllor i Soy (2015), a part de desenvolupar exhaustivament el concepte de pasturisme, procedeixen a la seva classificació en diverses categories, prenent en consideració la naturalesa de la relació que el turista manté amb l'activitat ramadera vinculada a la pastura i amb l'experiència sensorial que el producte li ofereix. D'entre aquestes categories se'n

distingeixen quatre: el pasturisme passiu, el pasturisme indirecte, el pasturisme indirecta amb demostració i el pasturisme directe amb experiència.

Cada categoria mostra un grau d'implicació i contacte diferent per part del turista amb l'explotació. D'aquesta manera, el pasturisme passiu esdevé la categoria amb menys grau d'implicació, mentre que el pasturisme directe amb experiència és la tipologia en què el turista esdevé més participatiu en l'activitat.

A continuació, es proporciona una descripció detallada de cadascuna de les tipologies de pasturisme, juntament amb exemples que il·lustren la seva aplicació pràctica i proporcionen una comprensió més clara de les característiques de cada una d'aquestes modalitats:

- **Pasturisme passiu:** El pasturisme passiu és la tipologia que presenta una menys implicació i contacte del turista amb la pastura. La pastura no forma part.
Exemples: Allotjar-se en una explotació ramadera de pastura. Caminar per un camí ramader sense pastor ni guia interpretatiu.
- **Pasturisme indirecte:** El pasturisme indirecte és la tipologia en què no hi ha contacte directe amb la pastura, el pastor ni el ramat, però sí que s'experimenta un contacte indirecte.
Exemples: Comprar producte agroalimentari de pastura. Degustar un menú gastronòmic de pastura. Visitar un centre d'interpretació sobre la pastura.
- **Pasturisme directe amb demostració:** El pasturisme directe amb demostració és la tipologia en què el turista entra en contacte amb el món de la pastura de la mà dels seus protagonistes, tot i que no s'hi implica directament.
Exemples: Visitar una granja amb tast de producte agroalimentari. Visitar una formatgeria amb explicació. Assistir a una esquilada d'ovelles.
- **Pasturisme directe amb experiència:** El pasturisme directe amb experiència és la tipologia en què el turista s'implica més en l'activitat ramadera vinculada a la pastura.
Exemples: Acompanyar el pastor a pasturar el ramat. Compartir un àpat i una xerrada amb el pastor. Participar en un taller de formatges de pastor. (Monllor i Soy, 2015, p. 48).

4.3.3. Descripció de l'oferta turística en explotacions que porten a terme aquesta activitat

En l'estudi sobre el Pasturisme, realitzat per Neus Monllor i Emma Soy (2015), el concepte es desenvolupa mitjançant una anàlisi de tretze explotacions que actualment porten a terme aquesta activitat. Algunes d'aquestes disposen d'una oferta turística ben estructurada, mentre que les restants mostren potencialitat per a desenvolupar un producte turístic més formalitzat.

Mitjançant l'anàlisi de l'oferta turística duta a terme en aquest treball, s'ofereix una visió global de la situació de les explotacions a les comarques gironines que exerceixen aquesta modalitat turística, amb la possibilitat d'extrapolació al context català. Per aquesta raó, en aquesta secció, es proporcionarà una descripció detallada de les principals característiques i pràctiques que configuren el pasturisme al territori.

En una primera instància, Monllor i Soy (2015) destaquen que, d'entre les tretze explotacions analitzades, l'enfocament de l'oferta es concentra en el bestiar boví, cabrum i oví, les quals es dediquen a la producció de carn i llet. A més, en pràcticament totes les explotacions, la pastura emergeix com una característica destacada de l'activitat.

En segon lloc, les dades revelen que, de manera general, es tracta d'empreses petites amb pocs treballadors i un fort caràcter familiar (Monllor i Soy, 2015).

En tercer lloc, es constata una homogeneïtat en l'oferta turística pel que fa al preu, la durada, la temporalitat, el tast, entre altres característiques. A trets generals, les diferències entre les explotacions es centren en el grau d'interacció que els turistes poden tenir amb els animals i l'explotació, la capacitat d'acollir visitants, el públic al qual es dirigeixen, els idiomes que ofereixen, així com les diverses activitats que realitzen.

En quart lloc, des de la perspectiva de les explotacions que disposen d'una oferta turística estructurada, hi ha diverses motivacions que han impulsat a aquestes a iniciar l'activitat turística. Principalment, destaquen tres factors fonamentals: educar als consumidors, obtenir ingressos addicionals i l'existència de la demanda turística.

En cinquè i últim lloc, les tipologies de clients segueixen un patró comú, ja que els perfils predominants són les famílies i els grups d'amics, generalment de Barcelona i les comarques gironines. A més, cal destacar la participació activa d'escoles com a públic rellevant i la presència de clients estrangers (Monllor i Soy, 2015).

4.3.4. Reivindicació del territori

Al llarg dels anys, a Catalunya, han sorgit diverses iniciatives fruit de la col·laboració entre el sector públic i privat, amb l'objectiu de dinamitzar el món rural mitjançant l'activitat turística. Aquestes iniciatives tenen com a finalitat apropar la tasca pagesa a la ciutadania, un públic que cada vegada està més desconnectat d'aquesta realitat. Entre les nombroses propostes desenvolupades arreu de Catalunya:

Destaca «Visita granges» a la Garrotxa, en què diferents explotacions agràries s'han unit per a oferir una oferta turística conjunta a través de la seva pàgina web. Altres comarques com el Ripollès, amb «Vine a pagès!», o com el Pallars Jussà, amb «Vine al Pallars, viu el Jussà», també han organitzat els seus recursos turístics i els posen a l'abast del turista [...] el Catàleg d'experiències de descoberta dels productes locals del Parc Natural del Cadí-Moixeró, en què s'identifiquen experiències vinculades a la pastura. Finalment, a escala de tot Catalunya, [...] «Benvinguts a pagès!», amb un cap de setmana d'obertura de portes al món agrari català [...]. (p. 99).

D'aquesta manera, es constata una implicació conjunta en la tasca de posar en valor el territori i els seus productors, així com un interès creixent del públic, que cada cop més cerca activitats més allunyades del turisme convencional.

4.4. Normativa

Davant de la situació actual del sector ramader, especialment en el cas del sector porcí, és crucial comprendre la normativa i els requisits que regeixen l'inici d'activitats que es duen a terme en explotacions agràries i ramaderes, on convergeixen el sector primari amb el terciari. En aquest apartat, s'exposarà el marc normatiu relatiu a les visites guiades, tallers pràctics i sessions de degustació en explotacions agràries i obradors, per tal de proporcionar una visió completa del context actual.

En l'actualitat, no existeix una normativa específica que reguli aquesta activitat ni estipuli els requisits necessaris perquè una empresa sigui considerada com a lloc visitable. Tanmateix, Raiels, en col·laboració amb el Consorci de Turisme del Vallès Occidental, ha elaborat una guia que recopila un seguit de recomanacions i bones pràctiques que s'han de tenir en compte, tant en l'inici d'una nova activitat com en el cas d'activitats ja establertes. En aquest sentit, donat l'absència d'una normativa específica, cada explotació o obrador té la llibertat d'incorporar al seu protocol intern de visites aquelles recomanacions que consideri més pertinents per a la seva activitat.

Entre les recomanacions generals, en destaquen dues: la necessitat de disposar d'una assegurança de responsabilitat civil que cobreixi els riscos i les eventualitats que puguin sorgir de les activitats executades a l'explotació, i la importància de comunicar a l'Ajuntament corresponent l'inici de la nova activitat, per tal que aquesta sigui inclosa en el registre d'activitats pertinents.

4.4.1. Explotacions ramaderes

En el camp de les recomanacions generals i de seguretat, així com en les mesures sanitàries, s'estableixen les següents:

- Comunicar a l'Ajuntament l'inici d'aquesta nova activitat perquè la incloguin en el seu registre d'activitats.
- Portar un llibre de registre de visitants.
- Valorar la sol·licitud d'acreditació com a Aula d'Entorn Rural.
- Disposar d'un accés adient a l'explotació, apte per a qualsevol tipus de vehicle.
- Disposar d'una correcta senyalització direccional per facilitar l'arribada dels visitants fins a la finca.
- Disposar d'un espai de pàrquing habilitat per als vehicles dels visitants.
- Disposar d'un lavabo apte per als visitants.
- Disposar d'un espai de recepció dels visitants des d'on donar la benvinguda i iniciar l'activitat que s'ofereixi.
- Definir una política de preus per les visites que s'ofereixin.
- Establir uns horaris per les visites o vehicular-les sota reserva prèvia.
- Senyalitzar de forma adequada les àrees restringides al públic.

També és recomanable elaborar un Pla d'autocontrol específic de l'explotació ramadera, per identificar possibles punts de perill per als visitants i adaptar la visita per minimitzar-los. A més, és aconsellable establir rutes de visita segures dins de l'explotació per evitar molèsties als animals i prevenir situacions de risc entre els visitants i els animals.

Pel que fa a les mesures sanitàries i d'higiene, cada explotació ha de seguir les que determina la normativa relativa a la tipologia de l'explotació.

4.4.2. Obradors agroalimentaris

Pel que fa a les recomanacions generals i de seguretat en obradors agroalimentaris, es mantenen les mateixes que les anteriors. No obstant això, en aquest àmbit, les mesures sanitàries experimenten algunes modificacions.

En aquest darrer cas, s'ha de disposar d'una zona d'elaboració separada de la zona de visitants, per garantir que aquests no hi puguin accedir. També hi ha l'opció que el públic pugui contemplar la zona d'elaboració mitjançant finestres o portes de vidre. A més, si es permet la visita a l'espai de treball de l'obrador quan aquest no estigui en funcionament, cal proporcionar roba i sabates d'ús exclusiu per a l'obrador i, si escau, gorres per protegir els cabells.

4.4.3. Tast de productes

En el cas dels tastos de productes propis en explotacions agroramaderes, tampoc hi ha una normativa específica que reguli l'activitat. Malgrat això, tal com s'ha exposat en els punts anteriors, hi ha una sèrie de recomanacions per gestionar aquesta activitat de manera adequada.

En aquesta secció, és crucial tenir en compte diversos aspectes relacionats amb l'espai on es realitza el tast, la manipulació dels productes i els procediments per a la seva preparació. A continuació, es presenten les recomanacions generals per a les diferents fases d'aquest procés:

- Delimitar un espai net i condicionat amb la finalitat específica d'oferir-hi els tastos i degustacions. Aquest ha d'estar allunyat de les zones considerades "brutes" d'una explotació.
- Espai separat de la zona de manipulació de l'activitat comercial.
- Lliure d'elements de perill, allunyat de fonts de contaminació i d'emmagatzematge de productes tòxics.
- Suficientment ampli i ben il·luminat per a poder degustar els productes amb comoditat.
- Organitzat de tal manera que sigui fàcil escoltar a la persona responsable d'explicar el tast i/o els productes.
- Preveure algun lloc per seure per si hi hagués algú que ho necessités.
- Zona senyalitzada per la gestió dels residus, així com, comptar amb punts de neteja.

4.4.4. Venda directa de productes i preu de visita

En el cas concret de la venda dels productes, és essencial complir amb les disposicions establertes pel Decret 24/2013, de 8 de gener, que regula l'acreditació de la venda de productes agroalimentaris, i disposar del segell de Venda de Proximitat. A més, es recomana tenir un punt de venda integrat dins del recorregut de la visita.

D'altra banda, no existeix cap regulació específica que estipuli els preus que han de cobrar-se per les visites. En aquest sentit, cada productor decideix si vol establir un cost per la visita i la quantitat corresponent. Tanmateix, es recomana que l'import fixat sigui global per a tota la visita, incloent-hi la degustació.

5. DIAGNOSI

5.1. Anàlisi externa

5.1.1. El Berguedà

El Berguedà, situat a l'extrem nord de la província de Barcelona, és una comarca de la Catalunya central amb una geografia única que s'estén des de l'alt Pirineu fins a la plana de la Depressió Central, passant també pel Prepirineu. Aquesta singular característica proporciona al Berguedà una riquesa natural molt diversa, la qual ha tingut una influència destacada en la manera de viure i treballar dels berguedans.

Històricament, el Berguedà ha destacat per la seva forta presència de la indústria tèxtil, afavorida principalment per l'eix del Llobregat, així com per l'activitat minera i les activitats agrícoles centrades sobretot en el conreu de blat de moro. Amb el pas del temps, s'ha observat una transformació en l'estructura econòmica tradicional, evolucionant cap a una ramaderia més intensiva, especialment enfocada en la cria de bestiar porcí i boví. A més a més, al llarg de les últimes dècades s'ha produït clarament un augment significatiu del turisme rural a la comarca, indicant una diversificació de l'economia local i un creixent interès per part dels visitants amb els recursos naturals i culturals de la comarca.

5.1.1.1. Viver i Serrateix

A l'extrem sud de la comarca del Berguedà es localitza un dels municipis més extensos de tota la comarca: Viver i Serrateix. Aquest municipi està format per tres pobles: Viver, Serrateix i Sant Joan de Montdarn. A diferència d'altres localitats, aquests pobles no presenten un nucli urbà clarament definit; més aviat, estan compostos per masies disseminades enmig de l'entorn rural.

El municipi gaudeix d'un emplaçament privilegiat amb paisatges boscosos i impressionants vistes al Prepirineu. A més, conserva diversos vestigis i jaciments de l'època medieval. El monestir benedictí de Santa Maria de Serrateix esdevé un dels indrets més preuats per la comunitat, ja que esdevé un testimoni tangible de la història i la identitat de Viver i Serrateix.

L'any 2023, la població d'aquest municipi era de 173 habitants, una xifra que ha anat disminuint amb el pas dels anys i que està molt lluny dels gairebé 500 habitants que hi havia fa un segle. Malgrat aquesta tendència a la baixa, l'activitat econòmica principal del municipi es centra en l'agricultura de secà, la ramaderia i el turisme rural, amb una tendència a la diversificació.

No obstant això, molts dels habitants actuals es desvinculen progressivament de l'activitat del sector primari, optant per oportunitats laborals en el sector terciari, sovint fora del municipi. Malgrat aquesta tendència, la coexistència d'activitats entre el sector primari i el terciari proporciona una diversificació econòmica esperançadora per al municipi, contribuint a la resiliència econòmica i a la vitalitat de la comunitat.

5.1.2. El Berguedà des d'un punt de vista turístic

El Berguedà gaudeix d'una ubicació geogràfica just al peu d'una àrea d'atracció significativa per al turisme de muntanya i neu. Tot i trobar-se a les portes d'entrada, la comarca no assumeix un paper clau en aquest context. Aquesta posició estratègica converteix la comarca en un espai de pas o de transmissió entre dos grans pols. D'una banda, Barcelona i l'àrea metropolitana actuen com a grans espais emissors, mentre que de l'altra, la Cerdanya i el Pirineu n'esdevenen espais receptors. Sovint, la comarca pateix les conseqüències d'aquests moviments, ja que no aconsegueix retenir als turistes, el que provoca perjudicis sobretot a la població local: embussos al principal eix de comunicació entre les dues àrees i a l'interior d'alguns pobles. Aquesta situació és especialment recurrent durant la temporada de neu, però també durant altres dates senyalades.

Aquesta realitat intensifica encara més la posició del Berguedà com a espai de transmissió, convertint-se sovint en un espai neutre que no aconsegueix establir-se de manera clara al mapa mental del turista i del visitant com un destí ideal per passar-hi les vacances. El principal problema rau en la manca d'identificació amb les icones o les característiques distintives del Berguedà, més enllà del patrimoni cultural, com és el cas de la Patum.

Tot i trobar-se immersa en aquesta situació, la comarca berguedana destaca per la seva gran riquesa natural i paisatgística, així com per un vast patrimoni monumental, cultural i també gastronòmic. La comarca ofereix una àmplia varietat d'experiències als visitants perquè puguin gaudir d'una estada completa i memorable al territori. Aquesta diversitat d'opcions posa de manifest el gran potencial turístic de la comarca, que s'ha anat desenvolupant amb el temps. Malgrat això, encara es poden identificar algunes àrees de millora que podrien ser abordades amb una gestió i promoció més eficaç dels seus atractius

5.1.3. L'oferta

L'oferta turística al Berguedà és notablement extensa i diversificada. Pel que fa a l'allotjament, la comarca presenta una àmplia gamma de tipologies que inclouen hotels, càmpings, turisme rural, apartaments turístics i habitatges d'ús turístic. Segons les dades d'Idescat corresponents a l'any 2022, el Berguedà comptava amb un total de **512 establiments turístics**, distribuïts de la següent manera: 47 hotels, 19 càmpings, 166 cases de turisme rural, 3 apartaments turístics i 277 habitatges d'ús turístic. Aquests establiments disposaven d'un total de **12.263 places**, repartides de la següent manera:

- Hotels: **1.048** places.
- Càmpings: **8.046** places.
- Turisme rural: **1.620** places
- Apartaments Turístics: **18** places.
- Habitatges d'Ús Turístic: **1.531** places.

Es destaca una notòria prevalença de places de càmping, que representen la tipologia d'allotjament amb la major capacitat d'acollida de turistes. En segona i tercera posició, les cases de turisme rural i els habitatges d'ús turístic compten amb més de 1.500 places cadascuna.

Quant a les cases de turisme rural, cal destacar la seva presència representativa arreu de la comarca, amb una distribució homogènia de 1.380 places en masoveries, 117 en masies, 97 en cases de poble independents i 26 en cases de poble compartides. Per altra banda, els habitatges d'ús turístic presenten una distribució més desigual, concentrant-se principalment als grans nuclis de la comarca.

Finalment, pel que fa als establiments hotelers, la majoria d'ells són d'una i tres estrelles, de dimensions petites situats també als principals nuclis urbans.

A continuació, es presentarà una taula amb algunes de les experiències turístiques i llocs d'interès més rellevants de la comarca del Berguedà. Aquesta està organitzada per categories, especialment enfocades en la natura i la cultura, permetent així conèixer l'ampli ventall d'opcions turístiques disponibles a la comarca que enriqueixen i complementen l'estada a la zona.

Taula 1: Classificació d'experiències turístiques al Berguedà segons categories

CATEGORIA	EXPERIÈNCIES I LLOCS D'INTERÈS	LOCALITAT	EMPRESA	
NATURA I AVENTURA	Rutes amb Segway	Olvan	Indòmit	
	Paracaigudisme	Avià i Berga	Xtrem.cat / Sky Crew Parapent	
	Parcs d'aventura	Saldes, la Pobla de Lillet i Borredà	Pedraforca Parc d'aventura / Parc d'aventures del Catllaràs / Borredà Parc Aventura	
	Barranquisme	Alt Berguedà	Relleus gent de muntanya	
	Activitats amb alpaques	Berga	Merolla Berguedà	
	Activitats amb rucs catalans	Olvan	Fuives	
	Rutes amb cavall	Viver i Serrateix, Berga i Castellar de n'Hug	Cavalls de Trulls, Hípica Vilaformiu, Hípica Les Freixes	
	Itineraris i xarxa de camins	A tot el Berguedà	Turisme del Berguedà	
	Activitats aquàtiques al Pantà de la Baells	Cercs	Indòmit	
	Floriturisme (ACTIVITAT TEMPORAL)	Capolat	Niudalia Flower Farm	
	Pedraforca	Saldes i Gòsol		
	Les fonts del Llobregat	Castellar de n'Hug		
	Parc Natural del Cadí-Moixeró	Alt Berguedà		
	Llac de Tumí	Vallcebre		
	Bauma de les set portes	Casserres		
	Santuari de Queralt	Berga		
	Estació d'esquí i muntanya de Rasos de Peguera	Berga, Cercs, Fígols, Castellar del Riu i Montmajor		
	CULTURAL	Visites guiades, tallers i activitats en un jaciment paleontològic i centre d'interpretació	Fígols	Dinosaures de Fumanya
		Visites teatralitzades al patrimoni tèxtil	Puig- Reig	Colònia Pons i Colònia Vidal
Visites i activitats a l'antiga fàbrica de ciment Asland		Castellar de n'Hug	Museu del Ciment de Castellar de n'Hug / MNACTEC	
La Patum de Berga (ACTIVITAT TEMPORAL)		Berga	La Patum	
Visites guiades a una església preromànica		Cercs	Església de Sant Quirze de Pedret	
Visites guiades al Monestir de Santa Maria de Serrateix		Serrateix	Patronat d'amics de Serrateix	
Necròpolis del Castellot de Viver		Viver		
Museu del Bolet		Montmajor		
Museu de les trementinaires		Tuixent		
Tren del Ciment (ACTIVITAT TEMPORAL)		La Pobla de Lillet		
Jardins Artigas		La Pobla de Lillet		
Pobles muntanyencs amb encant		Castellar de n'Hug, Gòsol i Saldes		
Mina de Petroli de Riutort		Guardiola de Berguedà		
Museu de les Mines de Cercs		Sant Corneli		
La Fia-Faia (ACTIVITAT TEMPORAL)		Bagà i Sant Julià de Cerdanyola		
GASTRONOMIA		Visites i compra de cereals tradicionals escairats a l'Escairador	Cal Rosal	
		Fira de la Puríssima. Artesania i gastronomia (producte estrella, el "blat de moro escairat")	Gironella	
		Fira de Serrateix. Fira agrícola, d'artesanía i proximitat	Serrateix	

Font: Elaboració pròpia.

5.2. Anàlisi interna

5.2.1. La Granja

5.2.1.1. Antecedents de l'exploració

L'any 1927, Pere Pujol Simon pren la decisió de comprar la propietat de Bechs a Viver i Serrateix. En resposta a les oportunitats de l'època, la família d'en Pere es guanya la vida mitjançant les tradicionals tasques agrícoles, com el conreu de la terra i tenir cura dels animals, entre altres tasques pròpies del món rural. Anys més tard, específicament el 1974, es pren la decisió de construir una petita granja de porcs d'engreix, la qual es gestiona mitjançant un sistema d'integració, ja que en aquell moment no hi havia prou nombre de garrins disponibles. Fins llavors, la família disposava de pocs caps de bestiar, dues o tres truges, fins que al voltant dels anys vuitanta es decideix ampliar les instal·lacions, concretament, la nau central, per fer front a un considerable augment de truges, arribant a superar els 100 caps. Aquesta transició va ser principalment impulsada per Joan i Ramon Pujol, l'antic i l'actual propietari, que van veure en el sector porcí una bona oportunitat per guanyar-se la vida. Es realitzaven millores continuades a les instal·lacions i es perfeccionaven les pràctiques de maneig.

A causa de les circumstàncies del moment, la pràctica adoptada consistia en la venda dels garrins, en lloc de dedicar-se a l'engreix dels porcs. Quinze anys després, es decideix llogar la granja del Soler de Jaumàs, una propietat veïna a l'exploració, on es traslladaven els garrins per iniciar el procés d'engreixament. Posteriorment, entre el 1998 i 1999, a través de la cooperativa Agrocat, es posa en marxa la recerca de granges externes a l'exploració amb l'objectiu no de vendre els garrins, sinó de poder-los engreixar.

Paral·lelament, durant l'any 1994, es construeix una sala de maternitat i un desmamador amb condicions més bones. En aquest punt, ja es disposava d'aproximadament 200 truges, i es complia amb tot el cicle de producció. Tots els garrins que naixien eren engreixats entre les instal·lacions de Bechs, el Soler de Jaumàs i les granges integrades entre Cardona i el Solsonès.

Fa poc més de quinze anys, aproximadament al voltant del 2007, es va decidir realitzar millores a les instal·lacions, les quals van consistir en la construcció de noves sales de maternitat. En aquest mateix període, de manera paral·lela, es van iniciar diverses proves per avaluar les diferents races de porc amb l'objectiu d'obtenir una qualitat de carn superior. Entre tots els resultats assolits, el duroc per gascó va resultar ser una opció de gran qualitat, presentant-se com una elecció idònia per a la producció de productes derivats del porc, mantenint així la tradició de la matança del porc portant-la un pas més enllà.

En el transcurs dels anys, i gràcies a les iniciatives de millora impulsades pels diversos membres de la família Pujol la granja de Bechs ha experimentat un destacat creixement en totes les dimensions. Amb un enfocament ferm cap al futur,

aquestes millores, que han perdurat gairebé cinquanta anys, demostren, per part de la família, un compromís continu amb la qualitat i l'exploració d'oportunitats per a la diversificació de les activitats i l'adopció de pràctiques sostenibles.

5.2.1.2 Dimensió de l'explotació i capacitat de producció

La finca de Bechs, amb una extensió total de 25 hectàrees, es destaca per la seva diversitat funcional. Una petita part, equivalent a cinc hectàrees, està destinada al conreu, mentre una altra àrea similar està conformada per la granja i les edificacions. La major part de la superfície restant es configura com a terreny forestal.

Malgrat que l'activitat principal de l'explotació sigui la cria de bestiar, es destaquen dues altres pràctiques complementàries: l'elaboració de productes de carn de porc i el conreu extensiu de secà.

En relació amb les instal·lacions de la granja, la major part opera sota un model intensiu, mentre una petita part de les truges gaudeixen d'un espai semi-extensiu. El cens d'animals ascendeix a 200 mares, a part de la capacitat per als garrins allotjats al desmamador, que és d'aproximadament 450 animals. A la zona semi-extensiva, coneguda com "el pati", es disposa d'espai per a 12 truges, afavorint que el bestiar pugui gaudir d'un espai a l'aire lliure.

5.2.1.3. Tipologia d'animals

Des dels inicis de l'activitat a Bechs, s'ha mantingut una prioritat clara: criar un porc de perfil rústic, semblant a les races que predominaven fa uns 50 o 60 anys, i amb l'objectiu d'obtenir una carn de primera qualitat. Per assolir aquesta meta, es van dur a terme diverses proves mitjançant encreuaments de races amb la finalitat de produir una carn que complís amb els estàndards desitjats. Després d'aquesta fase experimental, es va arribar a la conclusió que la raça duroc per gascó era la més bona, i es va decidir seguir aquest camí.

Avui dia, a la granja, es crien dues línies d'animals clarament diferenciades. D'una banda, es crien els porcs convencionals, una variant caracteritzada per ser més magre i de ràpid creixement. D'altra banda, destaca el porc especial, que durant el seu cicle de vida gaudeix de més espai i rep una alimentació de qualitat superior. Aquesta darrera categoria de porc és la triada per la família per a la producció dels seus productes carnis.

5.2.1.4. Instal·lacions

La granja de Bechs consta d'un total de tres naus i diversos espais adaptats a les necessitats dels animals al llarg de tot el seu cicle de vida. Les instal·lacions comprenen la zona de cobriment i control, les àrees per a les gestants, les sales de maternitat i els desmamats.

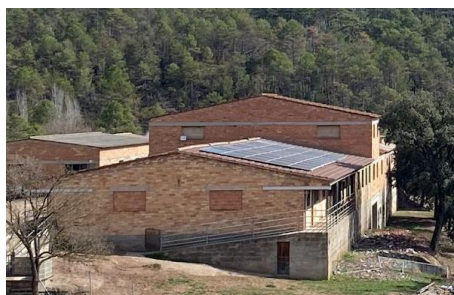
Il·lustració 1. Fotografia aèria de l'explotació de Bechs.



Font. Elaboració pròpia a partir de la vista aèria de Google Maps.

En primer lloc, destaca la zona de **cobriment i control**, on es troben les truges recentment deslletades dels garrins, les quals, ben aviat, entren en zel i han de ser cobertes, generalment mitjançant inseminació artificial. Aquest espai es divideix en dues sales específiques; una dedicada al cobriment, amb capacitat per a trenta truges i dos mascles, i una altra de control, amb capacitat per a trenta-vuit truges.

Il·lustració 2. Nau central.



Il·lustració 3. Sala de cobriment.



Il·lustració 4. Sala de control.



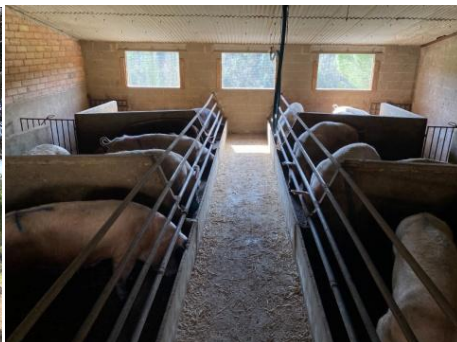
Font. Elaboració pròpia.

Després d'aquesta fase, les truges romanen en aquesta zona fins un total de vint-i-vuit dies, abans de ser traslladades a les zones de gestació lliure, conegudes com a àrees de **gestants**. Aquests espais són compostos per patis tancats situats tant a la nau central com a la nau inferior, a més del pati exterior. La nau inferior pot albergar fins a 65 truges, mentre que el pati té una capacitat de 12.

Il·lustració 5. Nau inferior.



Il·lustració 6. Patis tancats a la nau inferior. Il·lustració 7. Pati exterior.



Font. Elaboració pròpia.

Una setmana abans de la data prevista pel part, les truges són traslladades a les **sales de maternitat** per assegurar un entorn idoni adequat durant el procés de parir. A aquesta zona específica, s'hi disposen quatre sales amb capacitat per a 14 truges i els seus respectius garrins.

Il·lustració 8. Sala de maternitat.



Il·lustració 9. Paridera.



Il·lustració 10. Garrins amb la mare.



Font. Elaboració pròpia.

Posteriorment, els garrins es traslladen a la nau superior, als **desmamadors**, amb aproximadament cinc setmanes de vida, on romanen fins a assolir un pes proper als 20 quilograms, abans de passar a la fase d'engreix. Aquest espai es compon de cinc sales i té una capacitat de fins a 90 garrins per sala.

Il·lustració 11. Nau superior.



Il·lustració 12. Sala dels desmamadors.



Il·lustració 13. Garrins a les corralines.



Font. Elaboració pròpia.

5.2.1.5. Recursos humans

L'exploració de Bechs, des dels seus inicis, ha estat gestionada mitjançant recursos familiars, incloent-hi la gestió integral de la granja. Tot i que aquesta gestió és principalment interna, en alguns moments s'ha optat per buscar ajuda externa per a tasques específiques. Considerant les dimensions de la granja, una única persona pot encarregar-se de la gestió global de les instal·lacions i les responsabilitats diàries.

5.2.1.6. Perspectives de futur

D'ençà que la família va començar l'activitat porcina, els objectius i prioritats han experimentat canvis significatius al llarg dels anys. Al començament de l'activitat, l'objectiu era clarament incrementar el nombre d'animals i aconseguir una producció més elevada. Amb els anys, han revertit aquest punt de vista i han reconsiderat aquest enfocament inicial, centrant-se a reduir la quantitat de producció i dirigir el negoci cap a l'elaboració i producció de carn de qualitat.

Amb aquest canvi d'orientació, l'exploració s'obre a la possibilitat de diversificar les activitats, explorant opcions relacionades amb el turisme i l'oferta d'allotjament.

5.2.2. Bechs, activitat d'elaboració de productes de carn de porc i embotits artesans d'elaboració pròpia

5.2.2.1. Una mica d'història

“A Bechs, criem porcs rústics, com els d'abans, i els alimentem amb matèries naturals perquè creixin a poc a poc, sense pressa” (<https://bechs.cat/>, 2024).

L'elaboració de productes i embotits amb carn de porc ha estat una pràctica profundament arrelada a la tradició familiar, mantenint l'essència de les generacions passades que realitzaven la matança del porc durant l'hivern, especialment al voltant de les festes de Nadal, per aprofitar les òptimes condicions per processar la carn i emmagatzemar-la per la resta de l'any. Aquesta tradició s'ha transformat i perdura com una activitat fonamental.

Un cop presa la decisió de dur a terme aquesta iniciativa i oferir els productes a l'abast de tothom, la família va fer ajustos per definir l'enfocament tant del negoci com dels productes. Per una banda, tenien clar que volien mantenir la tradició i obtenir un producte rústic i cuidat, de qualitat elevada. A més, es van proposar millorar els processos de producció i diversificar els productes, incloent-hi versions actualitzades dels més tradicionals.

D'altra banda, un dels processos més prolongats de l'activitat va ser la recerca de la raça de porc més adequada, que s'ajustés als objectius de la família: obtenir una carn allunyada de la convencional, diferent, de nivell i qualitat superiors.

Aquestes proves van començar el 2008 i fins al 2010 no es van posar en funcionament. Es van dur a terme diverses proves amb encreuaments de diverses races, i amb l'encreuament de Duroc i Gascó es va observar la diferència més notable. Un cop van trobar la combinació idònia, van començar a cobrir un grup de truges de forma periòdica i, al mateix temps, iniciar la producció dels seus productes carnis.

De mica en mica, la família comença a elaborar i a fer proves. A mesura que van aconseguint clients, aquests confien en els productes que elaboren, ja que evoca la qualitat dels productes rústics que els transporten al passat, quan encara es feia la tradicional matança del porc. En aquest punt, la família de Bechs veu que el producte que estan elaborant té bona acceptació i potencial per funcionar. Des d'aquell moment fins avui, l'experiència acumulada els ha permès aprendre, millorar els processos, adequar les instal·lacions i expandir el negoci en tots els nivells, vetllant sempre perquè sigui el màxim sostenible possible.

5.2.2.2. Instal·lacions

L'any 1998 quan es va construir Bechs nou, es van dedicar uns baixos de dimensions considerables amb una visió orientada a possibles usos futurs diversos. Amb el temps, aquesta visió es va materialitzar, ja que es van adaptar diversos espais per donar vida a l'activitat d'elaboració de productes carnis. Amb la implicació de tota la família, es va dur a terme l'adequació progressiva de diferents àrees. La infraestructura es distribueix en els següents espais amb funcions específiques per a l'elaboració de productes carnis:

- Obrador: Aquest espai abasta tot el procés d'elaboració, des de l'arribada de les canals fins al espejament i l'elaboració de cada un dels productes.

Il·lustració 14. Interior de l'obrador.



Font. Elaboració pròpia.

- Cambra de fred o de conservació: En aquesta àrea es guarden les peces desglossades i els paquets preparats per a la venda al final del procés.

Il·lustració 15. Interior de la cambra de fred.



Font. Elaboració pròpia.

- Sala de Cuits: Aquesta zona té una temperatura més elevada i està equipada amb una marmita per coure els productes. També disposa d'espais per rentar i cuinar productes específics com les cotnes.

Il·lustració 16. Sala de cuits.



Font. Elaboració pròpia.

Il·lustració 17: Assecador al fons vist des de l'exterior.



- Assecador: Aquest està integrat dins de la sala de cuits, i està dissenyat per funcionar de la manera més natural possible i assegurar la qualitat desitjada dels productes.

Il·lustració 18. Interior de l'assecador.



Font. Elaboració pròpia.

- Magatzem: És l'espai designat per emmagatzemar envasos, carros, caixes i altres materials necessaris per al funcionament diari de l'activitat.

- Botiga: Esdevé el punt de venda, on els clients recullen els paquets. Inclou una cambra d'expedició on es mantenen els productes acabats fins a la seva distribució.

Il·lustració 19. Interior de la botiga. Il·lustració 20. Entrada de la botiga.



Font. Elaboració pròpia.

5.2.2.3. Recursos humans

L'activitat es gestiona de manera totalment familiar. Des dels seus inicis, tota la família s'ha involucrat activament en el projecte, prescindint de l'ajuda externa en totes les fases de desenvolupament de l'activitat. Actualment, el personal que hi treballa consta de tres membres, tot i que la seva participació varia en funció del volum de feina i del moment, atès que, per la seva naturalesa familiar, permet una gran flexibilitat tant en horaris com en tasques.

5.2.2.4. Perfil del client

L'empresa té un perfil de consumidor clarament definit, predominantment el client és local i d'edat avançada. Aquest públic es veu atret per aquest producte que els aporta records de quan eren petits. Encara que s'han tingut alguns clients nacionals en ocasions puntuals. A més, també s'ha identificat una petita base de clients joves que aprecien i recomanen els productes. Amb aquesta dinàmica, l'empresa expressa la intenció de captar gradualment l'interès d'un públic més jove, centrat en la qualitat dels productes, amb l'esperança de fidelitzar aquest nou segment de consumidors.

En ser una empresa familiar local, es prioritza un tracte altament personalitzat amb els clients, una característica que és molt apreciada per aquest públic. La família posa èmfasi en la transparència, assegurant-se que els clients estiguin ben informats i valorin tots els esforços realitzats per l'empresa.

5.2.2.5. Venda i promoció

Actualment, la família realitza l'elaboració de productes aproximadament cada quinze dies, seguint un sistema específic. Una setmana abans de començar aquest procés, es notifica als clients mitjançant correu electrònic, trucades o missatges personalitzats indicant-los que s'apropa el període d'elaboració i donant-los un termini per a fer les seves comandes. Aquest sistema permet a la família organitzar-se i determinar les quantitats necessàries per posar en marxa l'activitat.

Amb vista al futur, ja que es preveu que la freqüència de l'elaboració passi de quinzenal a setmanal, es preveu una reorganització per ajustar-se a un nou calendari i atendre les necessitats dels clients actuals i potencials.

La venda es realitza directament al consumidor final, amb algunes vendes puntuals a botigues locals.

Fins al moment, l'empresa no ha implementat cap estratègia de màrqueting específica, ni fa ús de xarxes socials. En aquest context, la principal font d'atracció de clients és el boca orella. Malgrat això, disposen d'una pàgina web completa amb tota mena d'informació i dades de contacte.

6. CREACIÓ DEL PRODUCTE TURÍSTIC

6.1. Descripció de l'experiència

Casa Bechs obre les portes de l'explotació porcina familiar, concretament la granja i l'obrador, amb l'objectiu de proporcionar als visitants una experiència única fins al moment a la comarca del Berguedà. A través de l'adequació de diversos espais i la creació de visites guiades formatives, es brinda als visitants la possibilitat d'observar i participar de manera directa en les tasques associades a la cria de porcs i a la producció de productes carnis.

L'explotació té la capacitat de proporcionar una àmplia gamma d'activitats, prenent en consideració els recursos disponibles. D'una banda, la mateixa finca, amb les seves característiques distintives, constitueix un recurs en si mateix, gràcies als diversos espais que conformen la granja, amb especial rellevància al pati on els animals gaudeixen d'un entorn semi extensiu, així com a les diverses tipologies d'animals (garrins, porcs d'engreix i truges) que s'hi poden observar. D'altra banda, les característiques pròpies de l'obrador tradicional, juntament amb els productes d'alta qualitat que se'n deriven, representen un altre recurs significatiu. Finalment, seguint la mateixa línia que l'anterior, un altre recurs destacat esdevé el procés artesanal i tradicional que la família segueix en el procés d'elaboració i el qual permet obtenir un producte d'alta qualitat.

El projecte es desenvoluparà en diversos espais de l'explotació, tant a l'exterior de la granja com a l'interior de l'obrador, perquè els visitants ho puguin gaudir des de diferents perspectives. A trets generals, la visita s'iniciarà en un espai d'observació habilitat a l'exterior de la granja. Un cop finalitzada la visita en aquest espai, els participants, juntament amb la guia, es dirigiran a l'obrador per continuar amb la visita i realitzar un taller. Finalment, tindran l'oportunitat de gaudir d'una degustació dels productes de Casa Bechs acompanyada d'unes vistes panoràmiques a l'explotació.

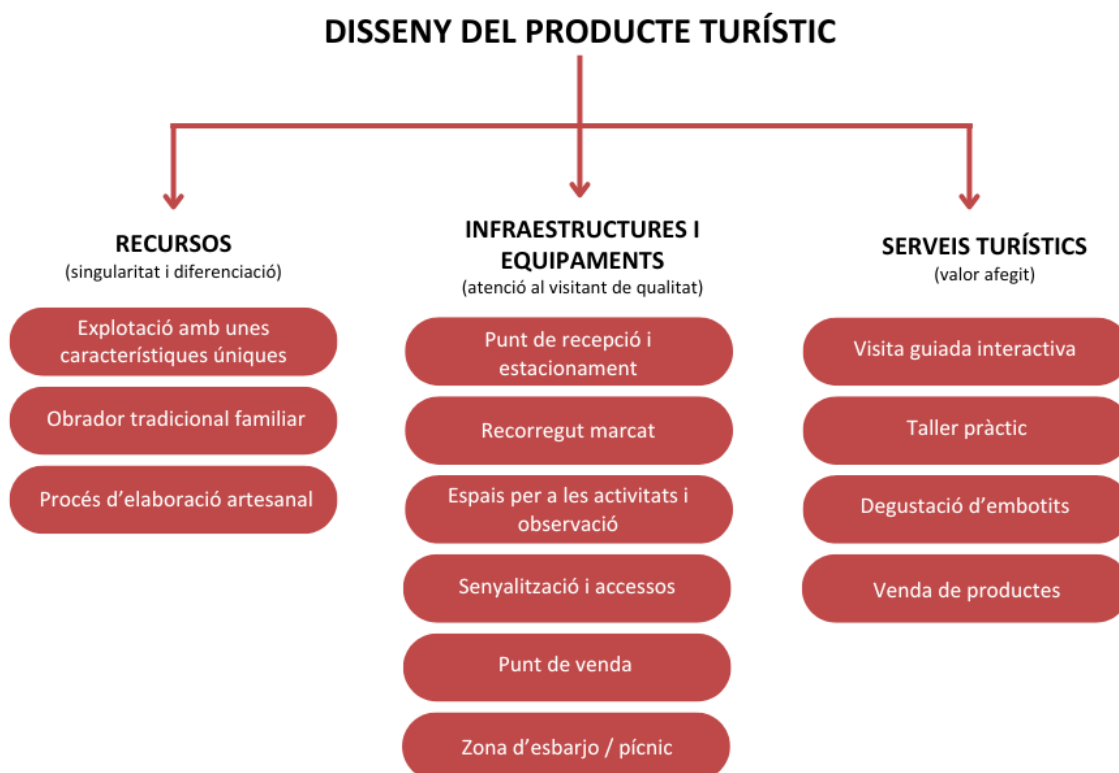
L'experiència persegueix un objectiu clarament definit: enriquir, educar i conscienciar als visitants sobre el model agroalimentari del porcí des de totes les perspectives possibles. Des del moment en què l'animal neix fins al moment en què se n'obtenen els productes, es pretén donar forma de manera dinàmica a les activitats diàries que es realitzen tant a la granja com a l'obrador, per tal de contextualitzar al visitant sobre el dia a dia a l'explotació. L'aspiració és crear una

experiència completa que abasti temes com l'alimentació, el cicle de vida del porcí, els espais, el benestar animal, els processos adoptats per la família i altres àmbits rellevants de la indústria porcina. Amb aquest propòsit, les visites s'organitzaran amb grups reduïts, de màxim 10 persones, per garantir un contacte més personal i directe amb els visitants, fomentant una experiència més immersiva. Aquest aspecte serà un element distintiu que atorgarà un valor afegit a l'experiència.

Un dels aspectes que la família vol ressaltar en totes les seves fases, és la capacitat de transmetre al visitant el seu compromís amb l'excel·lència, la dedicació en el tracte amb els animals i les atencions necessàries cap a aquests per a obtenir una carn d'una qualitat superior. Es pretén destacar i revalorar la rica història que hi ha darrere de cada producte i de la família que en fa l'elaboració, amb la finalitat d'establir una connexió emocional amb els visitants i assegurar que visquin una experiència veritablement enriquidora. A més, es pretén orientar el producte des d'un punt de vista de la sostenibilitat, adoptant pràctiques que guiïn el projecte cap a un model de negoci responsable i respectuós amb el medi ambient.

Amb aquestes línies introductòries referents al projecte de visites guiades formatives, els següents apartats desenvoluparan i abordaran detalls específics sobre el disseny de l'experiència, de cada fase, espai, equipament, activitat, i altres aspectes rellevants. No obstant això, per tal d'obtenir una visió global més clara sobre el disseny de les visites, es proporcionarà un esquema amb la informació clau per abordar la creació i execució d'aquesta.

Il·lustració 21. Esquema del producte turístic dissenyat.



Font. Elaboració pròpia.

6.2. Visita a la granja

“A la granja, on tot comença”

6.2.1. Descripció general

La visita comprendrà un recorregut guiat per tres espais clau de l'explotació: primerament, un espai d'observació dissenyat i habilitat a l'exterior de la granja, des d'on els visitants podran observar els animals en el seu entorn natural; seguidament, l'obrador, on els clients tindran l'oportunitat de participar en activitats i tallers; i finalment, un altre espai a l'aire lliure just al costat de l'obrador, on es realitzarà la degustació de productes, oferint una vista magnífica de l'explotació i dels seus animals. Aquesta estarà dinamitzada des de l'inici fins al final per dues membres de la família Pujol: la Maria Rosa Pujol i la Núria Pujol, coneixedores de l'explotació, l'entorn i les necessitats de l'animal.

L'inici de l'experiència tindrà lloc a la granja, on els participants tindran el primer contacte amb els animals i les activitats ramaderes. En aquesta fase, se'ls brindarà l'oportunitat de conèixer a fons el funcionament de la granja i el món del porc, des del seu naixement fins a la seva sortida cap a l'escorxador. Es mostraran les activitats diàries de la granja, i un dels punts més destacats esdevindrà l'oportunitat de poder observar de primera mà els animals en diferents etapes de la seva vida per comprendre la seva evolució. És important assenyalar que, a causa de les circumstàncies actuals de malalties dins del sector porcí, la visita tindrà lloc sempre a l'exterior, en un espai específicament habilitat per a aquest propòsit, i sempre mitjançant un contacte indirecte entre l'animal i l'usuari. D'aquesta manera, malgrat les limitacions imposades, es dissenyarà una experiència que permeti un contacte proper, tant entre el participant i la guia, com amb els animals i l'activitat.

6.2.2. Espais i instal·lacions

Il·lustració 22. Vista aèria de l'explotació. NOTA. Els números 1, 2 i 3, fan referència als tres espais que inclou el recorregut per la granja.



Font. Elaboració pròpia.

Per garantir un funcionament i desenvolupament òptims de la visita a la granja, s'habilitaran diversos espais a l'exterior de la granja. Aquests inclouen una àrea d'aparcament, un espai d'observació amb animals en el seu interior i una zona amb vista al pati exterior i els animals, el qual s'anomena el mirador del pati. És important tenir en compte que tot el recinte de la granja està envoltat per una tanca, de manera que els espais per on es durà a terme la visita es trobaran fora d'aquesta àrea delimitada. La Il·lustració 23 mostra amb un cercle vermell la zona per on es farà la visita a la granja, inclosos els tres espais esmentats.

Seguint la filosofia de la família, que valora la simplicitat, tot el que es dissenyi i inclogui en la visita estarà concebut tenint en compte els recursos disponibles, sense la intenció de crear grans infraestructures o usar recursos excessius. Tot i això, l'objectiu es centra en oferir una experiència completa i satisfactòria per als visitants, per la qual caldrà habilitar i adaptar espais.

D'aquesta manera, la fase inicial del producte constarà dels següents espais:

1. Àrea d'aparcament
2. Espai d'observació amb animals en el seu interior
3. Mirador del pati

6.2.2.1. Àrea d'aparcament

Actualment, a la granja, ja hi ha una zona designada per a l'aparcament dels visitants, situada just al costat de la porta principal d'entrada a la granja. En aquest sentit, els clients que arribin a l'explotació per dur a terme la visita faran servir aquesta àrea d'aparcament, la qual té una capacitat per a uns deu cotxes en total, un autobús i una zona per a bicicletes. Pel que fa a l'accessibilitat, tot i que el terreny està cobert de sorra i grava, és pla i no presenta grans desnivells que dificultin l'accés a l'espai d'observació i al mirador al pati on es farà la visita. Aquest espai, així com els altres inclosos en l'itinerari de la visita, és accessible per a persones amb mobilitat reduïda gràcies al pla del relleu, a les rampes d'accés instal·lades en els diferents espais i a la curta distància entre els diversos indrets.

Il·lustració 23. Àrea d'aparcament a la granja.

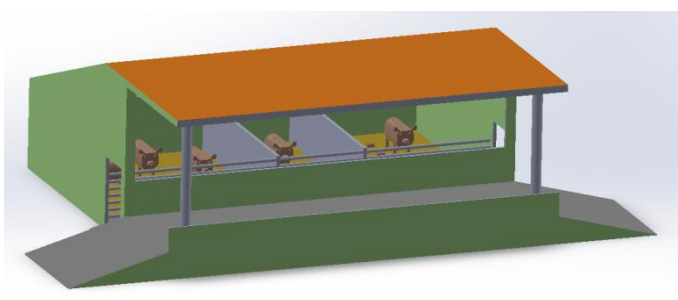


Font. Elaboració pròpia.

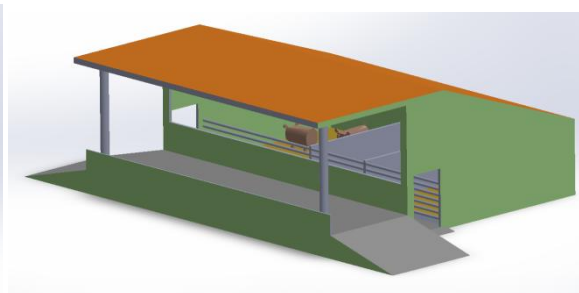
6.2.2.2. Espai d'observació

Tenint en compte les actuals circumstàncies de la indústria porcina que impedeixen la realització de visites a l'interior de la granja, s'ha pres la decisió de dissenyar i construir un espai que permeti als visitants observar els animals de ben a prop en les diverses etapes de vida. Així doncs, es procedirà a la construcció d'un espai d'observació contigu al pati exterior, on els visitants podran contemplar, a través d'un vidre, el cicle de vida dels porcs: des del naixement fins a l'engreix. La concepció d'aquest espai, situat entre la zona exterior de la granja i l'interior, es presenta com la solució més adequada per apropar els visitants als animals i a les activitats que es realitzen a l'explotació, facilitant que durant la visita guiada les explicacions prenguin forma.

Il·lustració 24. Disseny de l'espai d'observació.



Il·lustració 25. Vista lateral de l'espai d'observació.



Font. Elaboració pròpia.

Il·lustració 26. Espai on s'ubicarà l'espai d'observació.

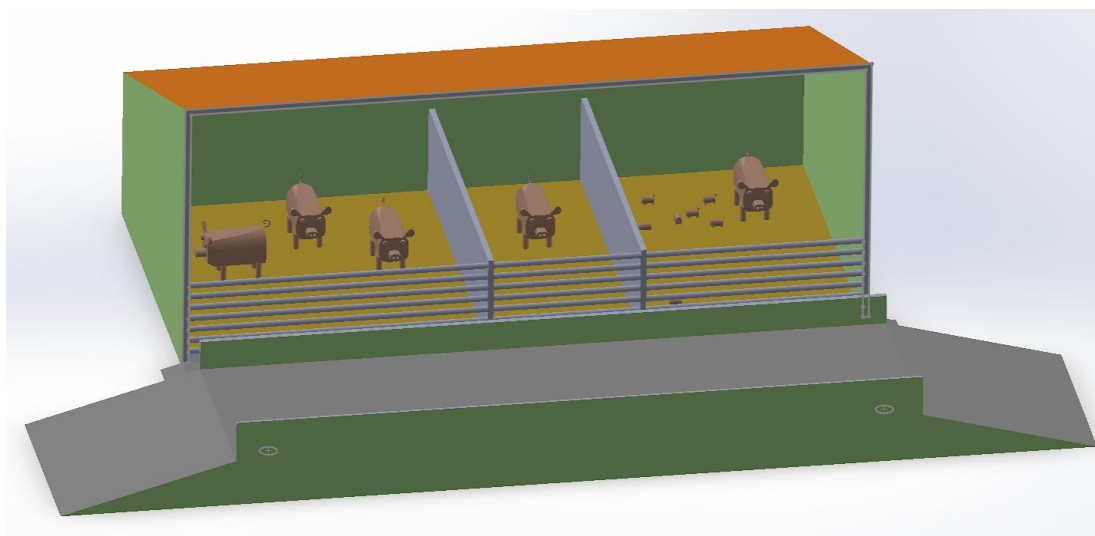


Font. Elaboració pròpia.

La construcció de l'espai d'observació tindrà lloc davant de l'espai on les truges del pati reben l'alimentació, ocupant l'actual emplaçament del paller. En aquest sentit, el paller serà traslladat a un altre punt de l'explotació. Aquesta disposició permet oferir una experiència de visita completa sense necessitat d'accedir a l'interior de la granja.

L'espai d'observació, es disposarà en tres corralines que exhibiran el cicle de vida dels porcs, concretament dels porcs especials (duroc per gascó) des del naixement fins a l'engreix. A un extrem es trobarà una corralina amb una truja i els garrins, al centre una altra amb garrins desmamats, i a l'altre extrem, una corralina amb porcs d'engreix. Cada un dels espais comptarà amb tots els elements necessaris per al seu benestar.

Il·lustració 27. Vista frontal de l'espai d'observació.



Font. Elaboració pròpia.

Aquest espai estarà completament tancat per mantenir unes condicions òptimes per als animals, i els visitants els observaran a través d'una gran vidriera que els separarà de l'exterior, proporcionant una visió excepcional dels animals. És rellevant destacar que els visitants estaran situats a una altura superior a la dels espais on es trobaran els animals, permetent una millor perspectiva de la corralina. Finalment, es disposarà d'un passadís al centre que permetrà als treballadors, accedir a l'interior de cada corralina per dur a terme les tasques necessàries.

6.2.2.3. Mirador del pati

Just al costat de l'espai d'observació, es situarà el mirador del pati, una zona amb vista al pati exterior i animals. En aquesta àrea no serà necessària cap mena de construcció, ja que l'objectiu principal és permetre que l'usuari pugui veure les truges en semi-extensiu de la manera més directa possible, únicament a través de la tanca que separa el pati de l'exterior. Aquest espai ofereix unes vistes panoràmiques al pati, que inclouen la zona on mengen les truges, la bassa i tot l'espai restant on poden passejar.

Il·lustració 28. Vista frontal del mirador del pati.

Il·lustració 29. Vistes panoràmiques al pati i la bassa.



Font. Elaboració pròpia.

6.2.3. Recorregut i activitats

1. Fase 1: Recepció dels participants i contextualització

La visita a la granja començarà just davant del pati exterior, al costat de l'àrea d'aparcament. Els visitants arribaran amb els seus vehicles particulars i els estacionaran a l'àrea designada, on la persona encarregada de conduir la visita els estarà esperant. Tan aviat com hagin aparcat, se'ls acompanyarà fins al mirador del pati per iniciar la visita. Es reservarà un breu moment inicial perquè els visitants es puguin familiaritzar amb l'entorn, observar els animals al pati i gaudir de les vistes, i en aquest punt, es donarà principi a la visita.

El recorregut per la granja tindrà una durada de 40 minuts, tenint en compte les explicacions de la persona dinamitzadora de l'activitat, les preguntes per part dels participants, la contemplació de l'espai, entre altres.

Es començarà la visita fent una contextualització sobre la història de la granja i del cas particular de Bechs:

“El 1927, Pere Pujol Simon va adquirir la propietat de Bechs aquí a Viver i Serrateix. En aquella època, com en moltes altres cases de pagès, la subsistència es basava principalment en la realització de tasques agrícoles i tenir cura dels animals. A Bechs, es criaven vaques, porcs, gallines i conills, principalment per al consum personal i per a la venda local a familiars i veïns. Aquesta pràctica s'arrelava en la tradició rural, i era habitual fer la matança del porc durant l'hivern per tal de conservar-ne la carn durant els mesos següents. Així, ens transportem gairebé 100 anys enrere per comprendre els inicis de l'explotació agrícola i ramadera a Bechs.

De mica en mica, en Ramon i Joan Pujol van veure en el món porcí una bona oportunitat per guanyar-se la vida, i l'any 1974 van construir una petita granja de porcs d'engreix, ja que fins aleshores, a més d'engreixar els porcs, es venien els garrins directament. Sis anys més tard, l'any 1980 van decidir ampliar considerablement el nombre de truges, arribant a superar els 100 caps. Paral·lelament, el 1994 es va construir una sala de maternitat i un desmamador més gran i amb millors condicions. Des de llavors, la granja ha mantingut aproximadament 200 truges, complint amb tot el cicle de producció: la cria, el deslletament i l'engreix.

Fa uns quinze anys, amb un enfocament més centrat en l'elaboració i comercialització de productes derivats del porc, es van iniciar una sèrie de proves per avaluar la qualitat de les diferents races porcines. A través d'encreuaments entre races, es va buscar millorar la qualitat de la carn. Després d'aquestes proves, la raça duroc per gascó va resultar ser la més idònia i de més alta qualitat. Com a resultat, avui en dia a la granja es mantenen dues línies d'animals clarament diferenciades. D'una banda, hi ha els porcs convencionals, caracteritzats per tenir més magre i un creixement més ràpid. D'altra banda, hi ha el porc especial, que gaudeix d'un cicle de vida amb més espai i rep una alimentació de qualitat superior, i també és la categoria de porc que s'utilitza per elaborar els productes carnis”.

Després d'oferir al visitant el context sobre la història de Bechs, es procedirà a detallar el conjunt d'espais i naus que conformen la granja, amb l'objectiu que entenguin el seu funcionament. Un cop completat aquest pas, es passarà a la següent fase per dirigir-se a l'interior de l'espai d'observació i contemplar els animals de prop.

“Com podeu observar, ens trobem a l'exterior de la granja, ja que per qüestions de bioseguretat és complicat accedir a l'interior de l'explotació. És per aquest motiu que vam optar per construir aquest espai d'observació, que us permetrà veure els porcs en diferents etapes de la seva vida, des del seu naixement fins al moment en què estan llestos per marxar de la granja. Ara ens dirigirem cap a l'interior, però abans, m'agradaria comentar-vos els diversos espais que tenim a la granja, perquè posteriorment entengueu el funcionament:

- 1. Al centre, trobem la nau principal, dividida en dues parts ben diferenciades: les sales de cobriment i control, i les sales de maternitat. A les sales de cobriment i control, hi ha les truges que estan a punt d'entrar en zel i són inseminades normalment a través d'inseminació artificial. Posteriorment, passaran a la sala de control, on se'ls realitzaran ecografies per confirmar la gestació. D'altra banda, les sales de maternitat són l'espai on les truges donen a llum i lacten els garrins fins que compleixen un mes d'edat.*
- 2. La nau inferior, juntament amb el pati exterior que tenim davant, és l'espai on es troben les truges gestants, durant un període de 3 mesos, 3 setmanes i 3 dies.*
- 3. Finalment, hi ha els desmamadors a la part superior de la granja, on es traslladen els garrins un cop són deslletats. Aquest és l'últim espai abans d'anar a les altres granges on s'acaben d'engreixar per finalment ser traslladats a l'escorxador.”*

2. Fase 2: Visita a l'espai d'observació

Un cop finalitzades les explicacions al mirador del pati i després d'obtenir una comprensió més amplia sobre l'entorn i el cicle dels animals, es convidarà els visitants a dirigir-se cap a l'espai d'observació. En aquest punt, els visitants es situaran sobre la plataforma des d'on tindran una vista completa, a través del vidre, de les tres corralines amb els respectius animals: la truja amb els garrins, els garrins deslletats i els porcs d'engreix. La visita es farà de dreta a esquerra per tal que el fil conductor de l'activitat segueixi les diferents etapes de la vida dels animals de manera ordenada i comprensible.

“Com podeu observar, aquí tenim tres corralines amb els animals a l'interior, que representen les tres principals etapes de la vida d'un porc. A la dreta, veiem una truja amb els seus respectius garrins, al centre tenim els porquets que han estat desmamats de la seva mare i, finalment, a la corralina situada més a l'esquerra, trobem els porcs d'engreix. A través d'aquesta representació, us podré explicar detalladament com funciona el cicle de vida de l'animal, que és relativament curt. Tots els porcs que veiem aquí dins són porcs especials, de la raça Duroc per Gascó, i són els únics que utilitzem per elaborar-ne la carn.

Al final del primer any de vida, entre els 12 i 13 mesos, les truges poden tenir el seu primer part. Quan una truja entra en zel, s'ha d'inseminar per quedar prenyada. Un cop confirmada la gestació amb ecografies, la truja passa gran part del període de gestació aquí, al pati exterior, i a la nau inferior, per tenir més espai i comoditat. Una setmana abans de la data prevista del part, es trasllada a la zona de maternitat, un espai ambientat amb la temperatura i l'equipament

adequats per facilitar el procés del part sense problemes. Per saber si una truja està a punt de parir, s'observa si treu llet, i si és així, es condiciona l'espai perquè els garrins puguin néixer en condicions òptimes. Per tant, el que fem és:

- Netejar la zona del darrere de la truja per eliminar-ne els excrements.
- Col·locar paper especial a la part posterior per mantenir els garrins càlids i secs en el moment del naixement.
- Instal·lar una llum a la part posterior com a font de calor addicional.
- Col·locar pols secant a la placa de cada corralina per assegurar una temperatura òptima pels garrins.
- En cas que la truja experimenti complicacions durant el part, caldrà assistir-la o medicar-la per facilitar el procés.

Normalment, una truja sol donar a llum entre 10 i 15 garrins, tot i que aquesta xifra pot variar segons l'edat de la truja, la seva condició física i altres factors. Els garrins poden presentar mides molt diverses, i s'ha de vetllar per garantir que tots puguin mamar, especialment els més febles. Al segon dia de vida, se'ls vacuna amb ferro, un mineral essencial perquè estiguin forts i tinguin un bon creixement. En aquest moment també es fan canvis entre garrins, ja que algunes truges poden tenir més garrins dels que poden alimentar. La qüestió és que al final, s'ha de mirar que tots els garrins tinguin una mamella per poder mamar. Els garrins mostren una gran vitalitat i poden posar-se drets i buscar el mugró per mamar en qüestió de minuts després de néixer.

Seguint la normativa, els garrins han de mamar un mínim de 28 dies, però nosaltres els deixem amb la mare durant aproximadament 35 dies, i en algunes ocasions fins i tot una mica més, ja que hem observat que és millor que puguin mamar durant més temps. A partir de les dues o tres primeres setmanes, comencem a introduir un platet amb farina de pinso perquè els garrins comencin a acostumar-se al pinso i es preparin per al canvi que suposarà el desmamament. Un cop superat aquest període, els traslladem al desmamador.

D'aquesta manera, passen de dependre de la llet de la mare a alimentar-se exclusivament amb pinso. Per tant, ara entrem a la segona fase, que és el deslletament i l'inici de l'engreix. Aquí podem veure garrins desmamats (els que hi hagin en aquell moment), els quals tenen entre un mes i dos mesos llargs de vida i pesen al voltant de 10 quilos. Són porcs molt enèrgics i els agrada jugar i interactuar amb els altres garrins. Durant aquesta etapa, solem proporcionar "joguines" a les corralines, com ara cadenes o troncs, per evitar que es mosseguin les cues entre ells. A la nostra granja, els garrins estan al desmamador fins que arriben a un pes d'uns 25-30 kg, moment en què són traslladats a altres granges que tenim llogades amb integració per continuar amb el procés d'engreixament.

Aquest procés, com he explicat, no es realitza aquí mateix, sinó que disposem de diverses granges llogades amb integració en municipis propers, on traslladem els porcs per continuar el procés d'engreixament abans de ser enviats a l'escorxador. Aquí, a la tercera fase, podem observar "10 porcs", que tenen entre dos mesos i nou mesos (depenent del moment). Aquest és també el moment en què els porcs convencionals i els porcs especials reben una alimentació diferent, ja que fins a aquest punt, s'alimentaven del mateix pinso. D'aquesta manera, els porcs convencionals estan a l'engreix durant aproximadament tres mesos i mig o quatre, la qual cosa significa que, amb mig any de vida, són enviats a l'escorxador, mentre que els porcs especials romanen en aquesta fase durant sis mesos llargs i són enviats a l'escorxador amb uns vuit o nou mesos de vida. En termes de pes, els porcs convencionals arriben a l'escorxador amb uns 110-115 kg, mentre que els especials arriben als 135-140 kg. Aquestes dades posen de manifest que els porcs especials, dels quals obtenim els productes que elaborem, reben un tractament més mimat, amb un procés d'engreixament més lent i podríem dir, menys forçat, proporcionant-nos productes d'una qualitat més alta."

Després d'explicar les tres fases del cicle de vida dels animals, també se'ls proporcionarà informació sobre la gestió de l'alimentació dels animals.

"També és important que coneguem com gestionem l'alimentació dels animals a la nostra granja. Aquesta té uns anys i compta amb poca automatització, transportem el pinso manualment, utilitzant carretons. En el cas de les truges, fem servir una mesura coneguda com el "llaurador", que ens permet proporcionar la quantitat de pinso adequada per a cada truja, ajustant-nos a les seves condicions físiques, com ara la mida, el pes, l'estat de salut, entre altres factors. Pel que fa als garrins, aquests disposen de "platets" on se'ls posa farina de pinso dues vegades al dia perquè s'hi vagin familiaritzant. Pel que fa als porcs més grans, reben el pinso en tremuges, des d'on poden menjar lliurement quan els hi vingui de gust.

Aquesta alimentació varia considerablement segons l'etapa de la vida en què es troben els animals. Per exemple, durant la lactació, el pinso és d'un tipus per estimular una major producció de llet, mentre que per als garrins petits, es proporciona un pinso altament energètic perquè puguin créixer i desenvolupar-se adequadament. Quant a l'aigua,

tots els animals tenen abeuradors que permeten un accés lliure a l'aigua, permetent-los a ells mateixos gestionar el seu consum”.

Per finalitzar la visita a la granja i fer-la més interactiva, es compartiran diverses curiositats sobre els porcs, incloent-hi el seu comportament, aspecte físic i altres aspectes interessants relacionats amb la seva vida i experiències a la mateixa granja.

"Ja per anar finalitzant la visita aquí a la granja, m'agradaria compartir amb vosaltres algunes curiositats sobre el porc. Malgrat la seva aparença senzilla, aquest animal té aspectes molt interessants que segur que us agradarà conèixer.

- 1. Són animals molt intel·ligents, ja que tenen la capacitat de recordar i fins i tot memoritzar coses.*
- 2. Existeixen diversos termes per referir-se als diferents membres de la família porcina: el mascle es coneix com a mascle o verro; mentre que la truja l'anomenem, truja o àvia (si els dos pares són de la mateixa raça. Ex: duroc per duroc, doncs, àvia duroc). Els garrins reben el nom de garrí o godall (godai). Després, al conjunt de garrins nascut els anomenem una covada, i els sorolls que emeten, esgüells.*
- 3. No suen, ja que no tenen glàndules sudoríferes. És per això que les truges que estan al pati, tenen un espai cobert i una bassa d'aigua per poder-se refrescar els dies més calorosos.*
- 4. Tenen el sentit de l'olfacte molt desenvolupat i molta força amb el morro, i els encanta furgar el terra.*
- 5. Amb els anys la selecció ha fet que la capa de greix que tenien abans els porcs hagi disminuït molt, cosa que els dificulta suportar baixes temperatures.*
- 6. A diferència dels bovins o ovins, que són remugants, el porc és un animal monogàstric, és a dir, té un únic estómac. A més, és omnívor.*
- 7. Ja ho he mencionat anteriorment, però és curiós el temps de gestació, doncs és de 3 mesos, 3 setmanes i 3 dies.*
- 8. Una de les causes de mort més freqüents entre els garrins petits, de pocs dies, és l'esclafament. Tot i intentar-ho evitar, ajustant la mida de les gàbies, es fa pràcticament inevitable.*
- 9. No és un animal agressiu, tot i que s'hi pot tornar. Aquí hem vist en alguna ocasió com una truja ha matat algun garrí o que s'ha tornat agressiva que, fins i tot, havies d'anar amb compte que no et fes mal o mossegues.*
- 10. Quan mor una truja el que fem és treure-la de la gàbia o espai on es trobi amb un carro especial, ja que una truja pesa molts quilos, i després la portem amb el tractor fins a un contenidor on també portem els garrins que moren. Posteriorment, passa un camió especial i se'ls emporta.*

Un cop la persona encarregada de guiar la visita a la granja hagi conclòs l'explicació i s'hagin respost totes les preguntes dels visitants, se'ls convidarà a sortir de l'espai d'observació i dirigir-se cap al pròxim punt, l'obrador. Un cop a fora de l'espai d'observació, se'ls deixarà uns minuts addicionals perquè, si ho desitgen, puguin continuar veient els animals del pati abans de continuar amb la visita al següent espai.

6.3. Visita a l'obrador

“A l'obrador, on es transforma”

6.3.1. Descripció general

En aquesta segona part de la visita, els visitants seran conduïts cap a l'obrador familiar on s'elaboren els productes càrnis per continuar amb les explicacions. La responsabilitat de guiar aquesta part de la visita també recaurà tant en la Maria Rosa, com en la Núria Pujol, depenent de la disponibilitat i mida del grup. En aquest punt, els visitants ja tindran una perspectiva més àmplia del que es porta a terme a la granja, quines són les activitats que s'hi desenvolupen i el cicle de vida dels porcs, de manera que podran comprendre millor el procés complet, des de la cria dels animals fins a la transformació de la carn per obtenir el producte final.

En aquesta etapa, es brindarà als visitants l'oportunitat de conèixer el funcionament de l'obrador, les activitats que s'hi realitzen i els processos que es segueixen des de l'arribada de la canal del porc fins a la comercialització dels productes al client final. La visita a l'obrador consistirà en un recorregut guiat pels diversos espais que conformen l'àmbit de treball, mentre la persona encarregada de dinamitzar la visita explicarà diversos aspectes relacionats amb el procés que la família segueix per obtenir un producte de gran qualitat.

Una vegada finalitzat el recorregut, els visitants tindran l'oportunitat de participar activament en l'elaboració d'un producte sota la supervisió i orientació del personal encarregat de dinamitzar l'activitat. Aquesta experiència única permetrà als visitants, després d'haver adquirit coneixements sobre les diverses etapes del cicle de vida del porc, submergir-se en el procés d'elaboració de manera pràctica.

Aquesta segona fase està dissenyada per fomentar una interacció directa i personal amb els visitants, encoratjant-los a mostrar curiositat, formular preguntes i, sobretot, involucrar-se en les explicacions proporcionades pel guia. A més, tenint en compte que a la primera fase de la visita s'estableix un contacte més indirecte amb els animals, la visita a l'obrador ofereix una oportunitat per a una immersió completa, permetent als visitants experimentar-ho de primera mà.

6.3.2. Espais i instal·lacions

L'obrador està situat als baixos de la casa "Bechs Nou", residència de la família. Aquest espai, que ocupa una superfície útil de 116,41 m², ha estat adaptat amb el pas del temps per incloure diversos espais destinats a realitzar un procés d'elaboració integral. Tal com s'ha exposat al capítol 5.2.2.2 sobre les instal·lacions que conformen l'espai de treball a l'obrador, aquests consisteixen en l'obrador mateix, la cambra de conservació, la sala de cuits, l'assegador, el magatzem i la botiga. Cadascun d'aquests espais adopta una funció específica, de manera que el recorregut estarà orientat per passar per cadascun d'ells i conèixer quina funció té i quines activitats s'hi duen a terme. A més, l'establiment està equipat amb

un lavabo totalment habilitat per al servei dels visitants en cas que ho necessitin. En contrast amb la visita a la granja, en aquest espai no s'hi realitzarà cap adaptació especial, sinó que la visita s'ajustarà a les característiques de l'espai i es mostrarà de primera mà tal com és a la realitat.

6.3.3. Recorregut i activitats

1. Fase 1: Trasllat de la granja a l'obrador

Després de la visita a la granja, el guia encarregat acompanyarà els visitants fins a l'obrador. Aquest recorregut es realitzarà a peu, ja que la distància entre els dos punts és relativament curta, amb una durada d'uns 3 a 5 minuts, permetent als visitants gaudir d'un agradable passeig. El camí es troba en bones condicions i està adaptat per a vianants, tot i que es farà constar que per aquelles persones amb mobilitat reduïda o alguna discapacitat, la millor opció és arribar en cotxe pel camí general i estacionar a prop de l'entrada de l'obrador. Així, es pretén proporcionar una experiència còmoda i accessible, tenint en compte les necessitats individuals dels visitants.

Il·lustració 30. Recorregut A i B per accedir a l'obrador des de la granja. NOTA. La línia vermella ressegueix el camí general que seguiran els visitants des de la granja fins a l'obrador (A). La línia blava ressegueix el camí general com a opció alternativa amb cotxe (B).



Font. Elaboració pròpia.

S'aprofitarà aquest breu recorregut perquè els visitants puguin contemplar la granja des d'una altra perspectiva, així com l'entorn de l'explotació. Alhora, la guia començarà a contextualitzar els visitants sobre l'activitat que es porta a terme a l'obrador i els informarà sobre aspectes rellevants que convé conèixer.

"Ara passarem a la segona part de la visita, perquè pugueu conèixer de primera mà el procés d'elaboració que seguim aquí a casa Bechs per produir una carn de gran qualitat. Fins ara, heu pogut descobrir i aprofundir com viuen els animals a la nostra granja. Ara, us detallaré el procés que es segueix un cop els porcs marxen de la granja i són enviats a l'escorxador, ja que el sacrifici és l'única etapa del procés que no podem realitzar in situ per raons legals. Com ja he esmentat anteriorment, al nostre obrador familiar només es treballa amb els porcs especials, els Duroc per

Gascó, ja que són porcs més rústics i els que ens donen una carn superior. Doncs, un cop assoleixen un pes d'entre 135 i 140 quilos en viu, arriba un camió aquí a la granja per fer el trasllat cap a l'escorxador, on es sacrifica l'animal i es prepara la seva canal. Les canals dels animals són posteriorment transportades en camió fins aquí, a l'obrador, per iniciar el procés d'elaboració dels productes. Nosaltres, actualment, elaborem cada quinze dies, tot i que es preveu que la freqüència augmenti a setmanal. Per tant, el procés que seguim és el següent: enviem els porcs a l'escorxador un dimarts i rebem les canals dels porcs dimecres per ja començar amb el procés d'elaboració. El que farem a l'obrador és fer un recorregut pels diferents espais on treballem, concretament, us mostraré el mateix recorregut que nosaltres seguim durant la producció dels nostres productes”.

S'anirà seguint el camí fins a arribar al punt d'inici de la visita a l'obrador. El que resultarà més interessant d'aquesta part és la possibilitat de contemplar l'espai de treball i, sobretot, la gestió que s'hi porta a terme.

2. Fase 2: Visita a l'obrador

El recorregut per l'obrador tindrà una durada d'aproximadament 20 minuts, seguit del taller d'embotits que durarà uns 30 minuts addicionals.

D'aquesta manera la visita començarà a la porta d'entrada a l'obrador. En aquest moment, se'ls proporcionarà una bata que cobreixi la vestimenta a l'entrar als espais de treball, així com fundes per cobrir les sabates. Un cop estigui tothom a punt, la persona encarregada de guiar l'activitat demanarà als visitants que el segueixin fins al primer espai, fins a la zona de càrrega i descàrrega, per començar amb el recorregut.

"Ens trobem al primer espai on les canals tenen el seu primer contacte després de ser traslladades des de l'escorxador. Doncs aquí, els dimarts al matí, en Ramon, el camioner encarregat, arriba amb el camió carregat amb les canals. El procediment que seguim implica la descàrrega de les canals una a una, col·locant-les en aquest carretó que ens facilita el seu trasllat cap a l'obrador, i es pengen a una barra per a deixar-la reposar en fred. En alguna ocasió, per traslladar les canals del camió fins a l'obrador, en Ramon Pujol, es carregava les canals a l'espatlla, però ho vam deixar de fer. És important destacar que una canal de porc és el cos d'un porc sacrificat i seccionat per la meitat. Així doncs, ens arriben les canals juntament amb les altres parts, conegudes com a "peces". I a partir d'aquí ja comença el procés d'elaboració com a tal. Simultàniament, uns dies abans de començar el procés, es realitza el procediment de netejar i lligar els budells del porc per garantir que el producte es troba amb les condicions d'higiene i neteja òptimes, per elaborar posteriorment els productes desitjats. És un procés bastant entretingut, ja que s'ha de netejar budell per budell”.

Un cop el visitant és coneixedor dels primers passos i processos emprats per la família un cop arriba el producte a l'obrador, es dirigirà cap al següent espai, que correspon a l'obrador, per continuar amb les explicacions. Atès que durant els caps de setmana els visitants no tindran l'oportunitat de presenciar directament la feina de la família en aquesta activitat, s'adaptarà l'espai per tal que la visita prengui forma i els visitants puguin observar amb els seus propis ulls la maquinària, el material i els productes càrnics utilitzats. D'aquesta manera, damunt de la taula de treball, es disposaran diversos exemples de matèria primera derivada del porc, amb el qual s'elaboren els productes, així com algunes peces del porc, productes acabats, espècies i altres elements rellevants, amb l'objectiu de complementar la visita conforme la persona encarregada de dinamitzar-la ofereix les explicacions pertinents sobre el procés d'elaboració. Pel que fa als ingredients i matèries primeres que es presentaran, inclouran carn picada, llom, costella, secrets, cansalada, peus de porc, greixons, sal, pebre i sang. D'altra banda, els productes que es mostraran inclouran botifarres blanques i botifarres negres, hamburgueses i un pot de confit de costella. Pel que fa a la maquinària i el material, s'exposaran equips com una embotidora, una màquina per fer hamburgueses, una picadora, una serra i una pastadora. D'altra banda, durant els

dimecres, dijous i divendres, els visitants podran presenciar en directe el personal treballant en l'elaboració dels productes, rebent les mateixes explicacions.

"Ara ens trobem a l'espai central de la nostra activitat, ja que és on dediquem la major part del temps. Aquest obrador és el lloc destinat a l'especejament, el trossejat, el picat, l'amassat, l'embotit i el lligat de la carn, així com l'envasat i l'expedició dels productes. Aquí es troben totes les màquines i utensilis necessaris per transformar i elaborar la carn i els seus derivats. Un cop les canals han reposat a la temperatura adequada, comença l'especejament, és a dir, el tallat de la carn en peces individuals. Aquí podem observar diverses peces, com el llom, la costella, els secrets i la cansalada. Un cop s'han acabat de "desfer" totes les canals les pengem a la cambra frigorífica per mantenir-les en òptimes condicions i facilitar-ne la manipulació. A partir d'aquí, comencen dos processos coneguts com "el blanc" i "el negre", els quals fan referència als productes frescos i els cuits, respectivament.

S'inicia el procediment del "blanc" seleccionant les millors carns del porc per a l'elaboració tant de la part d'embotits curats (tastets i llonganisses) com de la resta d'embotits (botifarra blanca, bulls, costella, etc.). Quan ens referim a les millors carns, parlem dels pernils i les espatlles. Aquest procés implica desfer les peces, separant l'os de la carn, picar-la amb una picadora i barrejant-hi únicament sal i pebre, i opcionalment espècies com és el cas del pebre vermell amb el xoriç. D'aquesta manera obtenim la carn picada, com podeu observar aquí. Posteriorment, es procedeix a embotir les llonganisses, els tastets, les botifarres, els bulls i els xoriços amb l'ús de l'embotidora. Pel que fa a les llonganisses i tastets, aquestes es pengen a l'assecador per iniciar el procés d'assecatge, el qual anirem a veure després. En el cas de les botifarres, els bulls i un ampli ventall de peces com ara la costella, el llom, les galtes, les llamineres i la resta de productes, aquestes es tallen (si és necessari) i es reserven per ser empaquetats en una etapa posterior. Els reservem aquí, a la cambra de fred o de conservació, que com podem veure, està directament connectada amb l'obrador. Si entrem, veiem que hi ha una zona on hi deixem les peces càrniques que han estat prèviament despecejades i disposa d'una zona que serveix per guardar el producte elaborat en caixes fins que es venut perquè es conservi amb la temperatura adequada, entre 1 i 3 graus. La temperatura de l'obrador, en canvi, és d'uns 6-7 graus, per una millor manipulació.

Un cop finalitzat aquest procediment, s'inicia el procés del cuit o "el negre", on es treballa amb la botifarra negra i els bulls. Aquesta fase resulta ser la més costosa, ja que implica l'ús de moltes parts del porc i requereix una major atenció en la seva elaboració. Per a l'elaboració de la botifarra negra, es fan servir aquests quatre ingredients principals: carn, greixons, arròs i sang. El primer que fem és introduir en una marmita els ossos, que prèviament s'han separat de les peces, i les restes de carn que no s'han utilitzat en la fase del "blanc", com ara els pulmons, el cor, les pells, el cap i altres per a la cocció. Un cop cuit, es separen les restes de carn adherides als ossos, els quals es descarten com a residus. I amb la carn obtinguda, juntament amb els greixons, l'arròs que ha estat prèviament cuit, la sang, la sal i el pebre, es realitza una barreja que s'emboteix per a obtenir les botifarres negres i bulls, els quals completen el seu procés de cocció final a la marmita. Llavors, per elaborar el bull blanc, es segueix el mateix procés que amb la botifarra blanca tot i que s'ha de coure posteriorment, i el bull negre també segueix el mateix procés que la botifarra negra, tot i que per a la producció d'ambdós s'utilitza un budell més gran. Per al bull de la llengua, en canvi, s'utilitza un budell encara més gran i es segueix un procés similar al del bull blanc, però amb l'afegit d'introduir-hi un tros de llengua en el seu interior.

A més dels productes tradicionals o "bàsics" que tots coneixem, amb el temps hem anat incorporant nous productes per diversificar l'oferta, com és el cas del xoriç. A més, elaborem hamburgueses normals, de ceba i de formatge. Considerem que tant la ceba com el formatge potencien el sabor de la nostra carn i la complementen molt bé, per això preferim fer les hamburgueses únicament d'aquests dos gustos i mantenir la simplicitat per preservar la qualitat i el sabor propis de la carn, sense fer massa barreges.

També continuem utilitzant tècniques antigues tal i com feien les nostres generacions passades, quan no existien mètodes moderns per emmagatzemar i conservar els aliments, com és el cas dels confits. Aquí podem veure un pot de confit de costella. El que es fa és coure el producte, posar-lo en un pot, que antigament era de terrissa, i cobrir-lo fins al cap de munt amb el greix que ha deixat anar durant la cocció. Seguim aquesta tradició elaborant pots de confit de costella, botifarra blanca i salsitxes, aprofitant el llard com a agent conservador, que assegura una llarga conservació del producte i li aporta un sabor únic i excepcional.

En aquest punt, una vegada tots els productes estan preparats, es procedeix a l'embolicat manual de cada un d'ells, col·locant-los individualment dins de les caixes de cada client, per deixar-ho tot a punt per quan el client vingui a recollir el paquet. En el nostre cas entreguem els productes en caixes, de les quals tenim tres mides. En acabar hi

posem una etiqueta que posa Bechs i ja tenim el paquet a punt per al client. Ens agrada mirar el producte i seguir un procés artesanal, com es feia antigament aquí a casa, tot i haver incorporat maquinària amb motor. Per això, malgrat la introducció d'aquesta maquinària, hem mantingut els procediments tradicionals utilitzats durant la matança del porc, ja que molts dels processos es duen a terme de manera manual i artesanal, ja que les botifarres es lliguen a mà, les hamburgueses s'elaboren d'una en una, si es talla el llom es fa a mà i només fem servir sal i pebre, sense cap mena d'additiu.

Així doncs, aquest seria el procediment que seguim per elaborar cada un dels nostres productes, i els processos que seguim aquí a l'obra i a la cambra de fred. Ara ens dirigirem cap a la sala de cuits i l'assegador, per mostrar-vos aquests dos espais.

Un cop surtin de l'obra, se'ls acompanyarà cap a la sala de cuits i a l'assegador. En aquests espais se'ls mostrarà la maquinària i les instal·lacions pertinents per tal de reforçar la comprensió del procés d'elaboració que se'ls ha estat explicant prèviament, així com se'ls proporcionarà informació rellevant sobre l'activitat.

“Ens trobem a la sala de cuits, que com podeu notar amb l'ambient, hi ha una temperatura considerablement més elevada en comparació amb l'obra, ja que per als processos que s'hi realitzen no és necessari que estiguin amb fred. És l'espai destinat a la cuita de diferents productes: la botifarra negra, el bull negre, el bull de la llengua, la carn i peces del porc necessàries per a l'elaboració de la botifarra negra així com l'arròs. El cor de les operacions en aquest espai és la marmita, aquesta olla de grans dimensions que ens permet aprofitar al màxim la calor generada amb aquesta gran tapa. Aquesta s'omple tota d'aigua i hi anem posant els productes, en el cas dels bulls, els anem posant un per un, però per exemple les botifarres negres s'han de lligar sis botifarres amb un cordill, per tal que hi hagi un ordre i sigui de més fàcil manipulació. Aquest espai també alberga la zona de manipulació dels productes una vegada finalitzada la cocció, així com la tasca de neteja dels budells. En aquest sentit, es desenvolupen diverses tasques, en funció de la fase del procés en què ens trobem. A més, és aquí on es tallen les cotnes, petits daus de cansalada amb pell que són fregits amb la pròpia grassa. És a dir, tallem la cansalada en trossets i posteriorment els posem a coure lentament en aquest gran perol. Mica en mica, el greix es va fonent i les cotnes es van coent amb el propi greix, fins a obtenir un producte cruixent amb un sabor únic. En aquest gran perol també s'hi couen els greixons per poder elaborar la botifarra negra.

Si ens desplaçem cap aquí, accedim a l'assegador, l'espai dedicat a l'assecat de les llonganisses, els tastets, els xoriços, el llom, el cap de llom curat i les cansalades. Aquest espai està dissenyat per funcionar de la manera més natural possible, garantint la qualitat desitjada dels productes. Fins a dia d'avui, hem seguit el procés de curació i assecat dels nostres productes en un assegador tradicional i antic, ubicat als baixos de la casa vella. Aquest espai permetia l'entrada directa d'aire exterior, durant els mesos més freds, i el resultat eren productes curats excel·lents. Per aquest motiu, hem concebut aquest nou espai amb l'objectiu de mantenir aquesta pràctica tradicional, assegurant-nos que continuem obtenint productes de qualitat excepcional, tan bons i gustosos com els d'abans.

Després de mostrar els dos espais principals on la família treballa durant el procés d'elaboració, es finalitzarà el recorregut amb l'observació dels altres espais, que inclouen el magatzem i la botiga o punt de venda. En sortir de la sala de cuits, els visitants es dirigiran cap al magatzem, que es troba al centre de tots els espais.

“Ens dirigim cap al magatzem, el qual, a part de complir amb la funció d'emmagatzematge com indica el seu nom, també serveix com a espai de pas entre tots els altres àmbits. Aquesta disposició ens permet tenir a l'abast qualsevol utensili, recipient o material necessari durant totes les etapes del procés.

I ara, per aquesta porta, entrem a la botiga, que és, per nosaltres, l'espai principal. Aquest pas ha estat crucial, ja que fins fa poc temps, rebíem els clients al garatge de casa nostra, i ara podem afirmar que tenim una botiga en condicions. L'obra i els espais que hem anat veient ara, els hem anat construint i ambientant mica en mica, sobretot a partir de recursos propis i mantenint sempre la simplicitat i rusticitat de casa nostra i la nostra feina, ja que per nosaltres aquesta activitat és complementària a la principal, que és la gestió de la granja. Doncs en aquest espai és on rebem als clients quan vénen a recollir els productes que han encomanat anteriorment. Aquí veiem també la cambra d'expedició, una cambra frigorífica on conservem els productes curats a punt per al consum, de manera que

quan el client vingui a buscar-los ja estiguin preparats. A continuació, trobem un gran taulell de fusta, amb una vitrina a l'extrem, on exposem algunes de les nostres referències de productes frescos, per tal que el client pugui observar-les i, si ho desitja, adquirir-les. A més, a la barra superior, com podeu observar, hi pengem tots els productes curats que són: llonganissa, tastet, xoriç, sobrassada, cap de llom curat, llom curat i cansalada.

El que nosaltres fem consisteix en elaborar cada quinze dies, de manera que, tan bon punt el client coneix la propera elaboració, ens fa la comanda, li preparem el producte i normalment el dissabte bé a recollir-ho en aquest espai, tot i que també oferim l'opció d'enviament. Tot i que, de cara en un futur proper, la nostra idea és anar reduint la cabana d'animals, és a dir, anar criant menys porcs, però que aquests siguin dels especials, i poder dedicar-nos al complet a l'activitat d'elaboració de productes.

Com heu pogut veure, som una explotació familiar petita, però que ens agrada molt cuidar el nostre producte i la nostra gent, i la nostra màxima prioritat és reflectir l'excel·lència amb el producte que oferim. El que ens interessa és fer més qualitat i no tanta quantitat, ja que des de que vam començar a oferir-los al públic, hem rebut un reconeixement molt positiu per part dels nostres clients, cosa que ens satisfà enormement.

Doncs, per concloure la visita aquí a l'obrador, us convidem a participar en un taller d'embotits. Això us permetrà posar en pràctica alguns dels processos que hem vist durant la visita i experimentar de primera mà l'elaboració dels productes de Bechs. Així que, tornarem a l'obrador i ens posarem mans a l'obra!"

1. Fase 3: Taller d'embotits

Un cop completat el recorregut pels diversos espais de l'obrador, se'ls guiarà novament cap a l'interior de l'obrador per començar amb el taller d'embotits de Casa Bechs. En aquest taller, es reproduirà el procés d'elaboració d'una botifarra negra, una hamburguesa de formatge i un bull de la llengua de manera tradicional. Aquesta experiència permetrà comprendre tres processos totalment diferents, elaborats des de zero.

En grups de 10 persones màxim, es formaran dos subgrups de tres i un de quatre per assegurar un correcte desenvolupament del taller. En el moment de l'entrada a l'obrador, se'ls demanarà als visitants quin dels tres productes desitgen elaborar. Aquests es situaran al voltant de la taula, mentre que la persona encarregada de dirigir l'activitat ocuparà un extrem per tenir una perspectiva global de tots els participants. Abans de procedir, es demanarà als visitants que es rentin bé les mans i es posin els guants. En aquest punt, tal com es mostra a la il·lustració 32, es trobaran amb tota la matèria càrnia, espècies, material i maquinària necessària per a la preparació dels tres productes, i el taller començarà. Aquest tindrà una durada aproximada de 30 minuts.

Il·lustració 31. Material per a la preparació de la botifarra negra. NOTA. Dins dels recipients superiors, a l'esquerra es troba l'arròs, al mig els greixons i a la dreta la carn cuïta. A la part inferior es troba la sang, la sal i el pebre, la tripa natural i el cordill.



Font. Elaboració pròpia.

“Aquí comença el taller pràctic d’elaboració de productes de Casa Bechs. Us explico breument l’organització que seguirem per tal de garantir un bon funcionament de l’activitat. Com podeu veure, davant vostre teniu tot el material i els ingredients necessaris per a elaborar la botifarra negra, l’hamburguesa de formatge i el bull de la llengua. Així doncs, procediré a explicar a cada grup els passos a seguir, mentre tots observarem també el que fan els nostres companys. Un cop hagi acabat d’explicar un procés, passarem als altres, i tan bon punt s’hagin acabat les explicacions dels tres, començarem l’elaboració tots junts. Començarem per la botifarra negra, passarem a explicar l’elaboració del bull de la llengua i, finalment, acabarem explicant el procés de l’hamburguesa de formatge.

Botifarra negra → *Començant amb la botifarra negra, aquí tenim tots els ingredients que, alguns d’ells ja han estat processats anteriorment per facilitar-vos l’elaboració: la carn picada, les restes de carn cuïta a la marmita, els greixons, la tripa natural, la sal, el pebre, l’arròs i la sang. El que heu de fer és posar tots els ingredients al recipient i barrejar-los fins a obtenir una massa homogènia. Finalment, posarem el producte a l’embotidora i començarem amb l’embotit.”*

Bull de la llengua → *El procés que seguim amb el bull de la llengua és una mica diferent. Els ingredients que trobem són: carn picada, llengua, tripa natural, sal i pebre. Començareu tallant la llengua en tres parts iguals i condimentar-les amb sal i pebre pels dos costats. Després, haureu de fer una massa en forma cilíndrica posant-hi dos trossos de llengua en el seu interior, i posar-ho dins la tripa natural per posteriorment lligar-ho. Com a curiositat, dir-vos que el bull de la llengua antigament era un dels productes més preuats i només s’encetava en dates especials, perquè només se’n podia elaborar una o dues peces per cada porc sacrificat.*

Hamburguesa de formatge → *Finalment, per a la preparació de l’hamburguesa de formatge, s’utilitzen únicament dos ingredients principals: carn picada i formatge, a més de sal i pebre per condimentar. En primer lloc, es talla el formatge en trossos grans i s’introdueix a la picadora. Posteriorment, es barregen la carn picada i el formatge fins que estiguin totalment integrats. Un cop complerts aquests passos, es procedeix a donar forma a les hamburgueses utilitzant la màquina que teniu davant”.*

Doncs, és hora de posar-se a treballar! Jo estaré aquí oferint-vos orientació i ajudant-vos en tot moment. Quan hàgiu acabat de preparar els vostres productes, fer-vos saber que anirem cap a l’exterior per gaudir d’un magnífic tast de productes, amb l’opció de degustar alguns dels productes que vosaltres escolliu, tot acompanyat d’unes vistes magnífiques de l’entorn i els animals.”

Tan bon punt els visitants hagin completat l’elaboració dels productes i s’hagin respost totes les preguntes, seran convidats a sortir cap a l’exterior de l’obraador per dirigir-se cap al pròxim i últim punt de la visita a l’explotació, conegut com el racó del tast. Abans, però, passaran per la botiga per recollir els productes que desitgin tastar.

6.4. Tast de productes

6.4.1. Descripció general

El tast de productes representa l’últim pas de la visita, i tindrà lloc a l’exterior de la botiga en una zona específicament habilitada. En aquesta fase final, no es realitzarà cap recorregut guiat, sinó que la persona responsable de la visita acompanyarà els visitants als dos espais, amb la finalitat de proporcionar-los orientació i informació sobre aquesta última. Aquests dos espais esdevenen la botiga i l’àrea exterior habilitada al costat de l’obraador i la botiga, coneguda com el racó del tast.

Aquesta fase final del programa està dissenyada per oferir als visitants l'oportunitat d'experimentar i avaluar tot allò que han après i observat durant la visita. En aquest punt, podran degustar de primera mà els productes oferts per la família, tot tenint una comprensió completa dels processos d'elaboració que es segueixen a l'obrador, així com del cicle de vida de l'animal. Així, aquesta darrera etapa s'iniciarà a la botiga, on es presentaran diverses seleccions de productes curats, donant als visitants l'oportunitat de triar-ne quatre d'ells per a una degustació personalitzada. Posteriorment, al racó del tast, podran degustar diverses varietats de carn a la brasa, acabades de cuinar en el moment, permetent als visitants experimentar tant els productes curats com la carn fresca.

6.4.2. Espais i instal·lacions

Per garantir un adequat desenvolupament de la darrera fase de l'experiència, es disposarà de dos espais específics: la botiga i el racó del tast. Tots dos espais estan ubicats als baixos de la casa "Bechs nou". La botiga, integrada entre els altres espais interiors, i el racó del tast, situat a l'exterior de la casa, adjunt a la botiga. En aquesta fase, per tant, serà necessari realitzar adaptacions a l'espai exterior mitjançant la instal·lació de construccions específiques per tal de poder-hi realitzar el tast, assegurant un entorn adequat i acollidor per al confort dels visitants.

6.4.2.1. Botiga

La botiga actua com a punt de venda on la família entrega als clients els paquets amb els productes que han encarregat, a més de ser l'espai designat per a la compra de tots els productes disponibles. Està dotada d'un ampli taulell, un mostrador posterior per a la manipulació dels productes, una vitrina per als productes frescos i una cambra d'expedició amb els articles curats preparats per a la venda.

Aquest espai serà habilitat i equipat amb tot el material necessari per a la manipulació dels productes que els visitants degustaran durant el tast. La seva principal funció consistirà a presentar tots els productes curats disponibles perquè els visitants puguin triar els que desitgin, a més de tallar el producte i disposar-lo individualment en els plats dels participants.

6.4.2.2. Racó del tast

Amb l'objectiu de proporcionar una experiència completa i confortable als visitants, es dissenyarà i construirà el racó del tast, un espai dedicat exclusivament a la degustació dels productes. Aquest disseny permetrà als visitants concloure la seva visita de la manera més gratificant possible, en un entorn agradable i obert, amb vistes excepcionals mentre degusten els productes carnis seleccionats. El disseny i la construcció d'aquest espai estan concebuts amb la idea de mantenir-los relativament senzills, sense la necessitat de desenvolupar una gran infraestructura, i utilitzant materials rústics que s'integrin harmoniosament amb el disseny de la casa.

Aquesta instal·lació s'ubicarà a l'exterior de la casa "Bechs Nou", just a la sortida de la botiga. Es tracta d'un espai ampli i acollidor, caracteritzat per dues grans alzines que contribueixen a la seva singularitat. La seva localització és idònia per a la instal·lació del racó del tast, ja que es troba a poca distància de la botiga i de l'obrador, així com de l'àrea d'aparcament.

Il·lustració 32. A l'esquerra, l'entrada de la botiga i a la dreta, l'espai destinat al racó del tast.



Font. Elaboració pròpia.

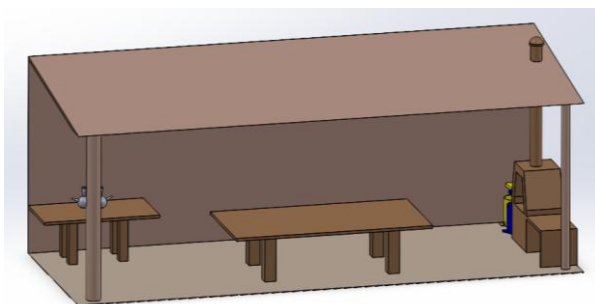
Il·lustració 33. Espai on s'ubicarà el racó del tast.



Font. Elaboració pròpia.

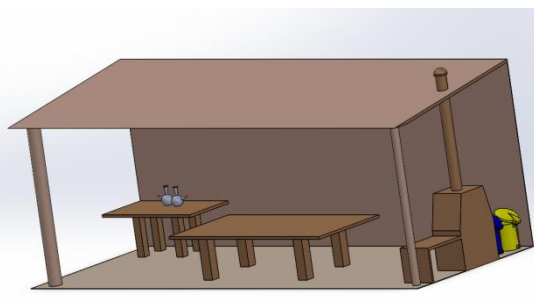
En aquest espai es distingiran clarament dues zones: una destinada als visitants i una altra reservada al personal. La secció assignada als visitants serà l'escenari de la degustació, amb una taula i cadires disposades per oferir un espai acollidor. Per altra banda, una petita secció de l'espai es destinarà a l'ús exclusiu del personal, equipada amb una barbacoa i un tauler per a la preparació prèvia i posterior de la cocció dels productes, així com amb tot el material necessari per a la seva elaboració.

Il·lustració 34. Disseny del racó del tast.



Font. Elaboració pròpia.

Il·lustració 35. Vista lateral del racó del tast.



Aquest espai estarà completament obert per crear una sensació d'amplitud i de connexió amb l'entorn natural. D'aquesta manera, els visitants tindran l'opció de realitzar la degustació drets, si ho desitgen, mentre gaudeixen de les vistes del paisatge que els envolta.

Il·lustració 36. Vistes des del racó del tast.



Font. Elaboració pròpia.

6.4.3. Experiència gastronòmica

Després de concloure el taller d'embotits, es convidarà als visitants a dirigir-se cap a la botiga, on s'iniciarà la tercera i última fase de la visita. Un cop tots situats, la persona responsable de l'activitat els explicarà el funcionament d'aquesta part.

"Ens trobem a l'última fase d'aquesta experiència. Ara, us presentaré tots els embotits curats disponibles, tal com podeu veure aquí penjats. Haureu de triar els quatre embotits que us vinguin més de gust, i jo mateixa us els serviré en un plat. Podeu seleccionar entre: llonganissa, tastet, xoriç, sobrassada, cap de llom curat, llom curat i cansalada. Després, anireu sortint cap a l'exterior, al porxo conegut com el Racó del Tast, on, tal com indica el nom, fareu la degustació. La part més interessant és que en aquest espai també tindreu l'oportunitat de tastar algunes varietats de carn acabada de coure al moment per Ramon Pujol. Així, podreu gaudir tant dels embotits curats com els frescos fets a la brasa. Així doncs, ara us toca seleccionar els embotits curats que voleu provar, i un cop sortiu i us aneu situant a la taula, en Ramon Pujol us servirà quatre referències diferents de productes cuinats".

Il·lustració 37. Interior de la botiga amb els productes curats penjats per a ser degustats.



Font. Elaboració pròpia

Així doncs, cada visitant triarà quatre productes, i la persona responsable de la visita agafarà els productes, tallant-ne dos o tres trossos i disposant-los en un petit plat. Seguidament, el visitant agafarà el plat amb les diverses referències i sortirà cap a l'exterior, dirigint-se cap al racó del tast.

Després que els visitants s'hagin instal·lat a la taula i hagin iniciat la degustació, el mateix Ramon Pujol, encarregat de coure els productes a la brasa, els oferirà dues petites mostres de botifarra blanca, secret, costella i hamburguesa de formatge, permetent-los assaborir alguns dels productes elaborats per la família, tot acompanyant-ho amb pa amb tomàquet. En el moment de servir la carn, els brindarà una breu explicació sobre cada producte, la part del porc de la qual prové, si és més magre o menys, entre altres factors que consideri rellevants. A més, en un extrem de l'espai es disposaran les begudes, incloent-hi una gerra d'aigua, suc, i un porró de vi negre i un altre de blanc. Al centre de la taula, hi haurà una safata amb diverses referències de productes per completar el tast.

Il·lustració 38. Safata amb diverses referències de productes.



Font. Elaboració pròpia

Se'ls deixarà l'estona que necessitin per gaudir del tast i de l'entorn. Amb aquest final de visita es busca que un cop acabat el tast, els visitants disposin d'un temps addicional per relaxar-se, contemplar les vistes i desconnectar. Una vegada finalitzada la degustació, se'ls convidarà a compartir la seva experiència, si els ha agradat i resoldre qualsevol dubte que puguin sorgir. Aprofitant aquest moment, se'ls convidarà a entrar a la botiga i comprar els productes que desitgin, oferint assessorament personalitzat i respondre possibles dubtes. En aquest punt, també s'efectuarà el pagament corresponent per la visita. Finalment, una vegada completades les compres, si així ho desitgen, se'ls acompanyarà pel mateix camí que han fet prèviament fins a tornar a la granja, on podran recollir el seu vehicle i marxar.

6.5. Recursos humans

Les visites guiades seran gestionades exclusivament per membres de la família. D'aquesta manera es podrà garantir una experiència autèntica i de qualitat a través dels relats personals i coneixements de la família sobre l'activitat, la història i l'entorn.

Per assegurar una gestió òptima de totes les fases de l'activitat, tant les visites com les tasques internes a la granja i a l'obrador, serà necessari un equip de quatre o cinc membres de la família. Això permetrà mantenir el control total sobre l'experiència, tot i que en cas de pic de feina, es considerarà la possibilitat de contractar personal extern.

Els horaris i la participació en les tasques variaran segons el volum de feina i les necessitats del moment, proporcionant una gran flexibilitat als membres de la família. Cada persona tindrà assignades responsabilitats específiques, tot i que poden col·laborar en les tasques d'altres membres si és necessari.

A continuació, es detallen les responsabilitats específiques assignades a cada membre de la família per a l'execució de les visites:

Il·lustració 39. Esquema dels treballadors amb les respectives responsabilitats.



Font. Elaboració pròpia

6.6. Manteniment de la infraestructura de suport

En aquest apartat del disseny del producte, es detallarà el manteniment de la infraestructura de suport, un aspecte essencial per a garantir el bon funcionament i la seguretat de les instal·lacions i els serveis oferts.

6.6.1. Senyalització i cartells

Considerant que l'experiència a l'explotació de Bechs no comença únicament en el moment de la visita, és crucial assegurar una experiència de qualitat durant totes les etapes, des de la decisió d'emprendre l'activitat fins a la d'acomiar els visitants. En aquest sentit, és essencial garantir una senyalització clara per a l'arribada a l'explotació, així com per als accessos principals.

Es pretén evitar la sobrecàrrega dels espais amb una senyalització excessiva, ja que l'objectiu és garantir una arribada senzilla als visitants. Per aquest motiu, durant la visita no es disposarà de senyalització ni panells informatius, pel fet que la guia serà present en tot moment per a oferir informació personalitzada sobre els espais, accessos i resoldre els dubtes que puguin sorgir. En aquest sentit, es col·locaran únicament quatre senyals principals per facilitar l'arribada a l'explotació:

- Un gran cartell ubicat al costat de la carretera anunciarà la casa, amb la indicació "Casa Bechs, visites a la granja i a l'obrador". Aquest es posicionarà just al punt d'intersecció entre la carretera i el camí principal que condueix a la casa i la granja.

Il·lustració 40. Camí principal de Bechs.



Font. Elaboració pròpia

- A més, es disposarà d'un cartell indicatiu situat aproximadament a 350 metres endins del camí principal, en el punt on es bifurca, per evitar confusions als visitants. Aquest cartell, col·locat al centre dels dos camins, indicarà amb claredat la direcció cap a la granja amb la inscripció "Visites granja" i una fletxa que apuntarà a la dreta.

Il·lustració 41. Bifurcació entre el camí general, a l'esquerra, i la granja, a la dreta.



Font. Elaboració pròpia

- Un altre cartell s'instal·larà a l'entrada de l'obrador, identificant clarament l'espai amb la paraula "Obrador".

Il·lustració 42. Cartell a l'entrada de la botiga.



Font. Elaboració pròpia

- Per facilitar la localització de la zona d'aparcament, s'utilitzarà una senyalització amb la lletra "P" de pàrquing, la qual serà col·locada a la porta d'entrada a la granja de manera visible.

Totes aquestes senyalitzacions i cartells seguiran una estètica rústica, confeccionats amb fusta i amb les lletres marcades, assegurant que estiguin estratègicament ubicats per garantir la seva visibilitat i una lectura clara.

6.6.2. Accessos i mobilitat

La concepció de la visita ha estat planificada amb una consideració integral de l'accessibilitat. Tots els àmbits i espais que integren el recorregut, siguin adaptats o de nova construcció per a les visites, han estat concebuts per a ser recorreguts a peu, situats pròxims a l'aparcament i garantint la seguretat per a tota mena de públic.

Tot i així, hi ha un moment en el recorregut que presenta certes limitacions, concretament durant el trasllat a peu des de la granja fins a l'obrador, a causa de l'amplada en alguns trams i el desnivell. Tanmateix, s'ha establert una solució alternativa per afrontar aquesta qüestió, consistint a realitzar el trasllat entre aquests dos espais utilitzant el camí principal amb el vehicle privat.

Totes les entrades i accessos s'han dissenyat a nivell del sòl i amb la incorporació de rampes, amb l'objectiu de facilitar l'accés i mantenint sempre la prioritat en l'accessibilitat. A més, es duran a terme millores periòdiques per garantir que els accessos a les instal·lacions es mantinguin en òptimes condicions, abordant qualsevol qüestió que pugui afectar la seguretat o l'accessibilitat dels visitants.

6.7. Públic objectiu

El següent apartat té com a objectiu analitzar el públic objectiu i perfil dels visitants que es preveu atreure a l'experiència de visites guiades a l'explotació de Bechs. Aquesta anàlisi esdevé fonamental per garantir que el recorregut i les activitats ofereixen una experiència satisfactòria i enriquidora per als participants.

L'experiència és dirigida a dos grans segments de públic: el públic general i el públic escolar. El públic general abasta una àmplia gamma d'edats, incloent-hi sèniors, adults, famílies amb nens i joves. D'altra banda, el públic escolar està compost per alumnes de primària i secundària, amb edats compreses entre els sis i els setze anys.

La procedència dels visitants es preveu principalment de caràcter comarcal i regional. Això implica que l'experiència s'orientarà tant als habitants de la mateixa comarca i àmbit local com als de comarques properes i àrees urbanes més grans. D'una banda, es posarà èmfasi en el públic local, el qual inclourà residents de la zona, segones residències i persones que opten per allotjar-se en establiments al Berguedà o voltants. Pel que fa al públic escolar, es buscarà promoure la participació de les escoles de la comarca, però també s'atendrà a escoles de zones urbanes, especialment de Barcelona i altres grans ciutats catalanes.

Els interessos dels visitants que opten per aquesta experiència es centren en la cerca d'una experiència única i autèntica al territori. Mostren un interès particular per connectar amb la natura, l'entorn i la comunitat local, i volen conèixer les activitats tradicionals de la regió.

El nivell de coneixement i l'edat dels visitants són factors rellevants que requereixen adaptar el format de la visita. Tot i que el recorregut i les activitats són estàndards per a tots els participants, les explicacions proporcionades pels guies i el taller d'embotits poden variar segons el grup, especialment en el cas dels grups escolars, les famílies amb nens i els experts.

D'altra banda, també és possible que hi hagi un segment específic de públic amb experiència prèvia i coneixements en la pràctica d'aquesta activitat. Malgrat seguir el mateix model de visita, s'ha de considerar una adaptació del format per a aquest grup particular.

6.7.1. Gestió dels grups

La gestió dels grups es farà sempre orientada a mantenir un format de visita experiencial, reduït i proper, adaptat a les necessitats i interessos dels diferents segments de públic. Això permetrà mantenir una interacció més directa amb el guia durant la visita.

Donada la diversitat del públic, es planteja adaptar el format de la visita segons l'edat i els interessos dels participants. Per als grups generals, que inclouen sèniors, adults, famílies amb nens i joves, la visita i el recorregut seguirà el format estàndard que inclourà la visita a la granja, l'obrador, el taller d'embotits i el tast de productes curats i frescos.

Per als grups escolars, es preveuen petites modificacions en el format de la visita. Les escoles tindran l'opció de triar entre grups reduïts de 10 a 12 alumnes o grups més grans de fins a 30 alumnes. En el cas dels grups reduïts, la visita serà similar, però sense incloure el tast de productes frescos. Pel que fa als grups més grans, només es farà la visita a la granja, l'obrador i el tast de productes curats, sense el taller ni el tast de carn a la brasa.

A més, les explicacions proporcionades als grups escolars es simplificaran per facilitar la comprensió i promoure la interactivitat durant la visita. En el cas de visitants amb coneixements experts sobre el tema, es proporcionarà una visita més tècnica i detallada.

6.8. Horaris

Les visites es faran exclusivament al matí, des de dimecres fins diumenge. Durant la setmana, es donarà prioritat als grups escolars i als sèniors, mentre els caps de setmana s'obriran les portes al públic en general, incloent-hi famílies amb nens, joves i grups d'amics. Aquesta distribució permetrà mantenir una dinàmica contínua d'activitat i adaptar-se a les diferents necessitats dels visitants en funció del dia de la setmana. Cal destacar que serà imprescindible realitzar una reserva prèvia per a totes les visites.

En un matí es faran dues visites: la primera serà de 10.00 h a 12.00 h i la segona visita de 12.00 h a 14.00 h. Cada visita tindrà una durada d'una hora i mitja, a la qual s'afegirà el temps dedicat al tast de productes. Això significa que els visitants passaran un total d'aproximadament dues hores a l'explotació.

6.9. Preu

Tenint en consideració les característiques de la visita i les activitats que inclou, s'han establert les següents tarifes:

- Els infants menors de 4 anys gaudiran de gratuïtat.
- Els visitants amb edats compreses entre 4 i 12 anys, hauran de pagar una tarifa de 8 €.

- Els adults, amb una edat igual o superior als 13 anys, hauran de pagar una tarifa de 14 €.

El procés de pagament s'efectuarà al finalitzar la visita, oferint la flexibilitat de pagar en efectiu o amb targeta. A més, es proporcionaran descomptes per a determinats grups grans, principalment escoles, en funció de les circumstàncies. És important assenyalar que les tarifes es mantindran fixes al llarg de tot l'any, independentment de la temporada o els horaris de visita.

6.10. Comercialització del producte

En aquesta secció s'exposaran les estratègies i canals que seran utilitzats per a la comercialització i difusió de l'experiència entre el públic. Les vies de comercialització i publicitat adoptades seran diversificades, per tal d'abastar els diferents segments de públic.

- **Pàgina web pròpia**

La pàgina web pròpia serà la principal eina de comercialització de l'experiència de visites, ja que no només permetrà al públic conèixer què ofereix i quines activitats inclou, sinó que també serà l'espai de reserves directe.

La pàgina web combinarà la simplicitat i la funcionalitat amb un disseny atractiu i dinàmic que captivarà l'interès dels usuaris. Amb l'objectiu de reflectir l'autenticitat de casa Bechs, es farà ús de colors càlids i es combinaran amb l'ús del vermell per conferir-li personalitat. A més, s'incorporaran fotografies dels diversos espais, l'entorn i, especialment, dels animals, amb la finalitat d'oferir una immersió visual en l'experiència. La pàgina serà accessible i compatible amb tots els navegadors web, oferint informació clara i detallada sobre les activitats, els horaris i les reserves, per facilitar la comprensió dels usuaris. A més, tot el contingut estarà disponible en català i castellà.

L'estructura de la pàgina web seguirà aquest format:

1. **Pàgina d'inici:** En aquesta pàgina principal, els usuaris seran rebuts amb una frase atractiva que captivi l'essència de l'experiència, junt amb una imatge destacada de l'explotació i els seus animals. A més, es proporcionarà informació essencial sobre les visites i la possibilitat de fer reserves directament. En aquesta mateixa pàgina hi haurà una barra superior que facilitarà l'accés ràpid a la resta d'apartats.
2. **Els porcs de Bechs:** S'oferirà una breu descripció de l'entorn i les pràctiques de cria dels porcs a Bechs, proporcionant a l'usuari una visió del context en què es desenvolupen les activitats.
3. **Visites:** Aquest apartat proporcionarà informació detallada sobre les tarifes de les visites i altres aspectes rellevants, com ara les activitats incloses i un calendari amb les pròximes dates disponibles.
4. **Escoles:** En aquest apartat hi haurà tota la informació referent a les escoles interessades a organitzar visites educatives a l'explotació. Es proporcionarà un resum dels serveis oferts, les activitats i els recursos disponibles per a les escoles, així com els passos a seguir per coordinar una visita.

5. **Reserves:** Aquí els visitants podran seleccionar les dates i els horaris disponibles per a les visites i completar fàcilment el procés de reserva mitjançant un formulari en línia.
6. **Els nostres productes:** Aquesta secció redirigirà els usuaris al lloc web dedicat als embotits de Bechs, on podran conèixer més detalls sobre els productes disponibles i comprar en línia si ho desitgen.
7. **Galeria de fotografies:** Una col·lecció d'imatges de l'explotació i els seus animals que permetrà als visitants explorar visualment l'entorn i els aspectes més destacats de l'experiència.
8. **Contacte:** S'inclourà informació de contacte, com ara telèfon, correu electrònic i adreça física de l'explotació, així com enllaços directes a les xarxes socials.

- **Publicitat en altres plataformes en línia i en paper**

A part de la pàgina web, es vol tenir una presència destacada en diversos llocs web amb la finalitat d'arribar al màxim d'usuaris potencials. La selecció d'aquestes plataformes s'ha realitzat considerant especialment el públic objectiu, que majoritàriament està compost per famílies amb nens, joves i grups. Per tant, s'ha decidit establir contacte amb quatre portals web catalans especialitzats en la promoció d'experiències autèntiques i breus a Catalunya, els quals esdevenen: **Benvinguts a Pagès, Fent País, Descobrir i Catalunya Rural**. En el cas de la col·laboració amb el projecte de Benvinguts a Pagès (BAP), possibilitarà una gran presència en línia, facilitant la difusió de l'experiència entre un públic enfocat específicament a conèixer el món de la pagesia i els productors. Per tant, l'adhesió en aquestes plataformes proporcionarà una visibilitat significativa i captarà l'atenció del públic que comparteix els valors i característiques del producte turístic desenvolupat, permetent també fer la reserva directament des del mateix portal.

- **Xarxes socials**

Les xarxes socials esdevenen una peça clau en l'estratègia de promocionar l'experiència a la granja, l'obrador i la degustació de productes. Per poder connectar i fomentar el compromís amb els seguidors, es crearà un compte d'Instagram, de Facebook i de 'X (anteriorment, la plataforma de Twitter). Cada un d'aquests canals possibilitarà arribar a diferents segments d'edat, captivant-los i despertant la seva curiositat per les visites i activitats.

Es publicarà contingut regularment per mantenir els seguidors interessats i compromesos amb l'experiència i activitats que s'ofereixen. A través d'aquestes plataformes, es compartiran fotografies atractives de la granja, l'obrador i els productes, juntament amb vídeos, per mostrar les activitats i els moments destacats de les visites, com ara el taller d'embotits, el tast de productes i l'entorn amb els animals. També es publicaran regularment continguts que mostrin els membres de la família realitzant les tasques a la granja i a l'obrador, amb l'objectiu d'apropar als usuaris el dia a dia a l'explotació i fer-ho d'una manera divertida i propera. A més, s'aprofitarà per compartir testimonis i ressenyes positives dels visitants, fomentant així la confiança i l'interès en l'experiència.

- **Col·laboració amb empreses locals**

També es pretén mantenir un format més tradicional amb l'ús de material imprès en paper, considerat més accessible per a totes les audiències. Per aquesta raó, es dissenyarà una sèrie de **fulletons** que contindran tota la informació rellevant sobre les visites, incloent-hi fotografies i elements clau per captar l'atenció dels potencials visitants. A més del contingut bàsic del producte, els fulletons inclouran la ubicació de l'explotació, el número de telèfon de contacte i un codi QR que dirigirà a la pàgina web. És important destacar que tots els fulletons seran impresos en català.

Pel que fa a la distribució dels fulletons, aquests es faran arribar a diverses empreses i establiments locals, amb l'objectiu que els possibles interessats puguin accedir fàcilment a la informació i coneguin la proposta. D'aquesta manera, es contactarà amb cases de turisme rural del Berguedà per establir col·laboracions que permetin promoure l'experiència entre els seus clients. També, es distribuiran fulletons als restaurants locals i a les petites botigues de queviures de la zona.

- **Col·laboració amb escoles**

Alhora, es buscarà establir sinergies amb centres educatius de la Catalunya central i les comarques properes. Inicialment, es prioritzarà el contacte amb escoles de la comarca, així com amb les de les comarques veïnes del Bages i el Solsonès. A mesura que el projecte es desenvolupi i obtingui reconeixement positiu entre els centres escolars, s'ampliarà la col·laboració amb escoles de Barcelona i l'àrea metropolitana.

Es presentarà als centres educatius el projecte, així com el format de visita que ofereix l'experiència a l'explotació. Es proporcionarà informació detallada sobre les tarifes, els horaris i altres aspectes a tenir en compte segons l'edat dels estudiants i el tipus de visita que desitgin fer. A més, se'ls facilitarà material informatiu detallat sobre l'experiència i les activitats, amb l'objectiu de donar-los tota la informació necessària perquè puguin organitzar la seva visita de manera satisfactòria.

- **Publicitat digital**

S'utilitzarà els serveis de publicitat en línia per arribar a una audiència més gran i segmentada. S'invertirà una petita quantitat de diners a través de plataformes com Google Ads i Facebook Ads per promocionar les visites a la granja. Mitjançant aquestes plataformes, es realitzarà una segmentació precisa de la publicitat, dirigint-se específicament a les persones interessades en el turisme rural, activitats a la natura i a l'aire lliure, així com experiències amb animals i altres activitats experiències. Aquesta via permetrà arribar de manera més efectiva al públic objectiu i una major visibilitat de l'experiència entre aquells que ja tenen un interès previ en aquest tipus d'experiències, atès que permeten mostrar anuncis als usuaris mentre naveguen per llocs web, fan servir aplicacions o veuen vídeos.

Per a obtenir uns bons resultats, s'ha de tenir molt ben definit el públic objectiu, que, en aquest cas, són residents de Catalunya d'entre 25 i 50 anys, amb un fort interès en el turisme rural i les activitats a l'aire lliure, especialment a aquells amb un interès particular en les explotacions agrícoles, la gastronomia local i el contacte amb animals.

6.11. Producte integrat

Un cop dissenyada l'experiència de visites a Casa Bechs, es planteja l'opció d'oferir un producte integrat com a part del futur desenvolupament del projecte. La configuració de l'experiència actual proporciona un entorn idíl·lic i una experiència única als visitants. No obstant això, l'objectiu implica prolongar la seva estada al territori i convertir-la en una experiència més profunda i enriquidora, que no es limiti a ser simplement una visita "de pas".

Amb això present, es pretén abordar les necessitats dels visitants proporcionant una experiència completa en tots els aspectes, que inclogui tant l'allotjament com la restauració, per tal de satisfer les seves expectatives i garantir una estada memorable al territori. Aquest concepte de producte integrat representa una extensió de l'experiència inicialment concebuda, que oferirà valor afegit i reforçarà la proposta turística, així com, la seva integració en el teixit econòmic i social de la comarca.

Per aconseguir aquesta sinergia, és crucial establir una estreta col·laboració amb les empreses locals, especialment amb les cases de turisme rural i els restaurants. En una primera instància, es prioritzarà el contacte amb les empreses de restauració i d'allotjament més properes per a una avaluació inicial. Si es confirma una resposta positiva dels clients, que mostren interès tant en l'experiència com en els serveis complementaris locals, es podria contemplar ampliar l'àmbit d'actuació a altres zones del Berguedà.

D'una banda, s'establirà contacte amb totes les cases de turisme rural situades a Viver i Serrateix. Es presentarà la proposta de visites a Casa Bechs i se'ls facilitarà tota la informació pertinent, incloent-hi material informatiu complet, oferint la possibilitat d'incloure les visites com una experiència destacada que els hostes puguin gaudir durant la seva estada al poble. L'objectiu és establir col·laboracions a llarg termini, integrant l'experiència de les visites a Casa Bechs dins de l'oferta turística de les cases de turisme rural.

D'altra banda, s'ampliarà el cercle de contacte amb restaurants del mateix poble i de localitats veïnes, incloent-hi Navàs, Puig-Reig, Casserres, Montmajor i Gironella. En aquests restaurants se'ls entregarà fulletons com a material informatiu per als seus clients, i alhora, la possibilitat d'incorporar productes de Casa Bechs a la seva oferta gastronòmica. L'objectiu és derivar els clients que visquin l'experiència cap als restaurants que ofereixin els productes de Casa Bechs, permetent-los així completar la seva experiència i gaudir dels productes propis a diferents entorns.

Un cop el projecte estigui en marxa i hagi rebut una bona acollida en el mercat, s'avaluarà la possibilitat d'integrar la informació i la reserva de l'experiència conjunta a través del lloc web de les visites a Casa Bechs. Aquesta integració inclouria un apartat dedicat a la reserva de l'allotjament, la visita i el restaurant de manera conjunta, amb ofertes i

descomptes específics. Paral·lelament, s'estudiarà la viabilitat d'establir col·laboracions amb altres tipologies d'empreses i llocs que ofereixin experiències similars o complementàries, amb l'objectiu de proporcionar als usuaris una experiència completa i immersiva al Berguedà.

6.12. Comparativa amb dues explotacions exitoses

En aquest apartat es durà a terme una comparativa entre el model de visites desenvolupat per Casa Bechs i les activitats turístiques realitzades per dues empreses catalanes: Mas Corominas i el Soler de n'Hug. L'objectiu principal d'aquesta anàlisi és establir una revisió crítica i comparativa entre les característiques de les dues explotacions existents i el model de visita dissenyat per Casa Bechs. A través d'aquesta comparació, es pretén presentar evidències que permetin identificar les característiques úniques i distintives de l'experiència proposada per Casa Bechs en comparació amb les altres empreses del sector.

Abans de procedir amb la comparativa i extreure'n conclusions, es realitzarà una descripció breu de cada un dels casos, ressaltant els seus trets distintius i el format de visita que ofereixen (visita guiada i tast d'embotits) per tal de proporcionar la base necessària per a una anàlisi rigorosa de les pràctiques en relació amb el model propi.

Mas Corominas

Mas Corominas és una explotació familiar situada a Begudà, dins del Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa. Fermí Corominas, responsable de l'activitat, ofereix un model de visita interactiu i divertit, per donar a conèixer el món del porc, dissenyada per a públics de totes les edats. Les visites es concentren principalment els caps de setmana, atraient sobretot, famílies i grups. Les instal·lacions de Mas Corominas estan molt ben equipades per a les visites, amb un ampli espai exterior on els porcs gaudeixen de llibertat, un edifici destinat a les explicacions i degustacions, un obrador per a l'elaboració dels productes i un gran assecador.

El recorregut comença amb una visita al tancat dels porcs a l'aire lliure, oferint als visitants l'oportunitat d'observar-los i interactuar amb ells mentre reben explicacions. A continuació, es dirigeixen cap a la zona principal, l'àrea de tast (vegeu a l'annex), que disposa de taules i cadires disposades amb embotits per a la degustació, així com decoració ambiental adequada. En aquest punt, es continuen les explicacions i s'ofereix una demostració amb un garrí durant uns minuts. Seguidament, es realitza una degustació de diversos productes, acompanyada d'explicacions detallades. Posteriorment, els visitants poden gaudir d'una sessió de tast lliure amb més productes i opcions de beguda i pa amb tomàquet, i tenen l'oportunitat de comprar productes a les mateixes instal·lacions. Aquells interessats també poden fer una visita a l'obrador i l'assecador per conèixer l'espai on es realitza el procés de producció.

Pel que fa a la senyalització i decoració, està molt ben planificada i crida l'atenció del visitant. S'han instal·lat cartells que indiquen la direcció per arribar fins a l'explotació. Quant a la promoció de les visites, es fa a través de la pàgina web i s'anuncia al punt de venda ubicat a la plaça mercat d'Olot.

El Soler de n'Hug

El Soler de n'Hug és una masia situada a Prats de Lluçanès, que desenvolupa una àmplia varietat d'activitats agrícoles i ramaderes. Dirigida per tres germans, juntament amb l'ajuda i col·laboració dels seus pares i altres membres de la família, l'explotació produeix llet de vaca, carn de xai, vedell i porc, a més d'elaborar diversos productes i gestionar el cultiu dels camps. Les visites es concentren principalment els caps de setmana, tot i oferir visites per a grups entre setmana, amb una clientela variada que inclou escoles, turisme familiar, grups tècnics, entre altres.

Les instal·lacions, molt àmplies i diversificades, no estan específicament dissenyades per a les visites, sinó que el format de visita i el recorregut s'adapta a les característiques de l'espai. El recorregut comença davant de la masia, on el guia introdueix breument l'explotació i l'entorn. Seguidament, es visita el bestiar, que inclou vaques, ovelles, xais i porcs, amb explicacions sobre els animals, les tasques agrícoles i l'alimentació. Es dona als participants, especialment als nens, l'oportunitat de tocar els animals i accedir als espais on es troben. El recorregut finalitza amb un tast d'alguns dels productes que elaboren, com la llet, la llonganissa i el bull.

Actualment, l'explotació no disposa d'un punt de venda a la mateixa explotació, però gestionen una carnisseria pròpia anomenada "El Taulell" a Prats de Lluçanès, on venen els seus productes. També estan en procés de rehabilitar un antic espai, per destinar-lo a reunions, incloure-hi un obrador, una zona de degustacions i una botiga pròpia.

Pel que fa a les senyalitzacions, aquestes són mínimes, ja que compten amb un únic rètol indicatiu del nom de la casa i l'àrea d'aparcament. Quant a la promoció, aquesta es realitza principalment a través de les xarxes socials i també formen part de la ruta turística de la Llet del Lluçanès i del programa "Benvinguts a Pagès".

6.12.1. Comparativa

Un cop dissenyat el producte turístic a Casa Bechs, i després d'avaluar de forma exhaustiva les experiències que ofereixen les dues explotacions analitzades, prenent en consideració les seves característiques i el model de visita i recorregut ofert, es procedirà a destacar els punts forts i diferencials de l'experiència plantejada per Casa Bechs. Això implica la identificació de les seves particularitats i el valor afegit que ofereix respecte a la competència, en termes de dimensió dels grups, participació dels clients, personalització de la visita, seguretat, entre altres aspectes rellevants.

En primer lloc, l'experiència proposada per Casa Bechs està concebuda amb un enfocament altament experiencial, amb grups molt reduïts. A diferència de les experiències proporcionades per les dues visites analitzades, en les quals una sola visita està planificada per a unes 50-60 persones o més, l'experiència a Casa Bechs està dissenyada per a unes 10 persones aproximadament. No obstant això, es poden fer ajustos pel que fa al nombre de participants, tot i que el principi clau és mantenir grups petits, prioritzant la qualitat sobre la quantitat. El propòsit fonamental és fomentar la proximitat

amb els ramaders, brindant l'oportunitat d'interactuar amb ells de manera directa, formular preguntes i afavorir la interacció contínua dels participants.

Continuant en la mateixa línia, l'experiència a Casa Bechs ofereix un grau d'implicació elevat per part del client en totes les etapes del recorregut. Aquest nivell de participació no es limita únicament a la interacció amb el productor, sinó que s'estén a la participació en diverses activitats. En aquest context, es col·loca el participant en el centre de l'experiència, atorgant-li la possibilitat d'involucrar-se plenament durant la seva visita mitjançant la participació activa en el taller d'embotits, el recorregut complet per tots els espais i instal·lacions i l'oportunitat de seleccionar els productes que desitgin tastar durant la degustació final. En contrast, les altres experiències presenten un format de visita menys participatiu, on el visitant es converteix en mer observador i ocasionalment participant. Tot i que en els tres casos s'ofereix la possibilitat d'interactuar amb els animals, aquesta interacció no s'equipara en termes de participació activa.

En segon lloc, des de Casa Bechs, es mostra sense filtres la realitat dels espais i de les tasques que es desenvolupen diàriament a l'explotació, tant a la granja com a l'obrador. Tot i que la visita no es produeix directament a l'interior de la granja, s'ha concebut l'espai d'observació com una reproducció efectiva del que l'usuari experimentaria a l'interior d'aquesta, permetent, així, conèixer les condicions en què es troben els animals i observar les diverses fases del seu cicle de vida. Simultàniament, a l'obrador, es presenten tots els espais de treball, aquella part que el client quan compra els productes no veu ni coneix, mostrant-los de manera directa.

Per exemple, en el model de visita ofert per Mas Corominas, no s'ofereix la possibilitat de veure la granja des de l'exterior ni de fer un recorregut complet per l'obrador, oferint-se, així, un model de visita més superficial. En contrast, el model proporcionat pel Soler de n'Hug podria considerar-se més autèntic, ja que permet l'accés a la granja i a pràcticament tots els àmbits on es troben els animals, que coincideixen amb l'espai de treball dels mateixos productors. D'aquesta manera, amb el model de visites dissenyat a Casa Bechs es preserva l'essència d'autenticitat i transparència, mostrant la realitat de la granja i de l'obrador tal com és.

En tercer lloc, un altre dels aspectes més distintius en comparació amb altres empreses és la complexitat del recorregut i de les activitats proposades. A diferència de les altres explotacions, que es centren a fer una visita amb els animals i concloure amb una degustació de productes, Casa Bechs ofereix una visió completa del cicle de producció. Permet una comprensió profunda i una observació detallada de cada fase del cicle de vida del porc, des del naixement i la cria fins a la degustació de productes d'alta qualitat. A més, ofereix l'oportunitat de conèixer l'entorn de treball a l'obrador i participar en un taller d'elaboració d'embotits de primera mà. En aquest sentit, l'experiència dissenyada difereix de les altres en la seva capacitat de mostrar el procés en la seva totalitat.

En quart lloc, un dels aspectes que probablement distingeix més clarament l'experiència oferta per Casa Bechs respecte a les explotacions analitzades és la qüestió de la bioseguretat a la granja. El model de visita proposat per les dues experiències implica l'entrada i el contacte directe amb els animals. Tant a Mas Corominas com al Soler de n'Hug, es permet aquest contacte directe sense tenir en compte les mesures sanitàries. En el cas de Casa Bechs, en canvi, es planteja la visita amb una prioritat clara en la bioseguretat, mitjançant la creació d'un espai específic (espai d'observació)

per prevenir la possible entrada d'agents infecciosos a l'explotació i mantenint sempre un contacte indirecte amb els animals. S'ha de tenir present que aquesta pràctica pot no ser del tot atractiva per als visitants, però és la mesura més adient per no posar en perill la salut dels animals, especialment, prenent en consideració la delicada situació del sector porcí en termes de disseminació de malalties infeccioses.

En general, les dues experiències analitzades presenten un format de visita bastant homogeni. Cadascuna d'elles es dedica a una tipologia específica d'animal; per exemple, Mas Coromines centrat en porcs, i el Soler de n'Hug diversifica l'oferta amb vaques, ovelles i porcs. En aquest sentit, cada opció ofereix la possibilitat de dissenyar un producte únic amb valor afegit, adaptat a les característiques de cada tipus d'animal i tenint en compte factors com els espais disponibles i les activitats proposades. Cal també tenir en consideració el nivell d'adaptació de cada empresa amb les visites, ja que, per exemple, Mas Coromines disposen d'infraestructures concebudes gairebé exclusivament per a aquesta finalitat.

En aquest context, l'experiència proposada per Casa Bechs emergeix com una proposta única i memorable al Berguedà i a Catalunya, permetent als visitants descobrir de primera mà el cicle complet de producció dels porcs i conèixer en profunditat el model agroalimentari relacionat amb aquest sector. Són diverses les característiques que distingeixen aquesta experiència de les altres, com ara els grups reduïts, la participació activa dels visitants, la personalització de les visites i la complexitat del recorregut.

D'aquesta manera, després d'exposar les característiques i els aspectes de cada una de les tres empreses del sector i comparar-los amb el model de visita dissenyat per Casa Bechs, es fa evident una diferenciació destacada, emergint aquest últim com un producte autèntic i innovador a Catalunya, especialment a la comarca del Berguedà.

6.13. Anàlisi del potencial turístic

Aquesta secció final del treball es centra en l'avaluació de la receptivitat i l'interès del públic potencial respecte al format de visita desenvolupat. S'ha utilitzat l'enquesta com a eina principal d'anàlisi del potencial turístic, a través d'un formulari de Google difós a través de la plataforma de WhatsApp. Aquesta metodologia ha proporcionat una visió detallada de les preferències, expectatives i necessitats del públic, permetent avaluar el potencial i l'eficàcia de l'experiència proposada, així com a identificar punts d'oportunitat per a millores tant actuals com futures.

En total, s'han obtingut 127 respostes, les quals seran objecte d'anàlisi per tal de determinar el grau de demanda i acceptació del format de visita proposat. Aquesta anàlisi permetrà prendre decisions fonamentades per ajustar el format de la visita i les activitats, així com implementar les adaptacions pertinents per assegurar l'èxit i la satisfacció dels possibles visitants.

En els següents punts, es presentaran tant el disseny de l'enquesta com els resultats i l'anàlisi obtinguts a partir de les respostes.

6.13.1. Format i estructura de l'enquesta

El disseny de l'enquesta es compon de quinze preguntes, juntament amb dues opcions de resposta lliure. S'organitza en diverses seccions i tipus de qüestions, que inclouen preguntes de resposta única, múltiple, de classificar l'interès en una escala i preguntes obertes. A més, s'ha concebut amb l'objectiu d'estimular la participació de l'usuari, encoratjant-lo a expressar el seu punt de vista i a suggerir possibles àrees de millora, amb la finalitat de conèixer amb profunditat les seves preferències.

El títol del formulari s'anomena "Visita en una explotació agroramadera", i a continuació, s'inclou un breu paràgraf introductor per contextualitzar els usuaris que desitgen respondre l'enquesta, indicant-ne el contingut i l'objectiu. Les preguntes formulades es poden categoritzar en dues seccions principals: les preguntes introductòries, que aborden aspectes com l'edat, el gènere i la comarca de residència dels participants; i el cos de l'enquesta, que inclou preguntes destinades a avaluar el potencial de l'experiència. Aquestes últimes preguntes indaguen sobre l'experiència prèvia dels participants en aquest tipus d'activitats, la seva valoració de les experiències ofertes, les seves preferències quant a la realització de la visita (amb qui i en quin moment), així com la disposició a pagar un determinat preu. Finalment, el qüestionari culmina amb dues preguntes obertes: la primera demana l'opinió personal sobre la part de la visita que considerarien més memorable, mentre que la segona fa referència a les possibles millores a implementar.

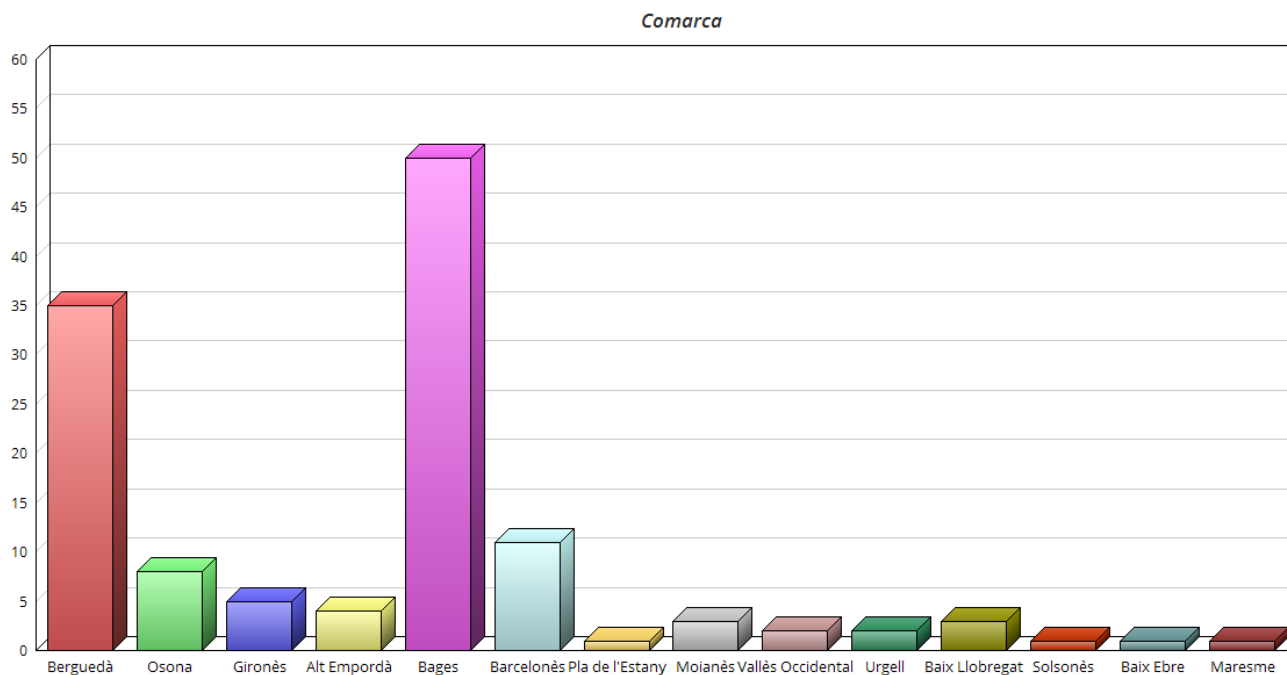
6.13.2. Presentació dels resultats

En aquesta secció, s'exposaran de manera ordenada i precisa les dades i resultats obtinguts a partir de l'enquesta. Aquesta presentació inicial serà seguida per una anàlisi i una interpretació exhaustives dels resultats presentats.

Iniciant l'estudi, s'estableixen les variables d'edat, gènere i comarca de procedència. Els resultats, derivats de l'anàlisi de 127 usuaris participants, revelen el següent: un 16,5% dels enquestats tenen una edat compresa entre els 16 i els 30 anys, el 29,9% es troben en el rang d'edat de 31 a 50 anys, el 44,9% pertanyen al grup d'edat entre 51 i 70 anys, i un 8,7% dels individus superen els setanta anys. Pel que fa a la distribució per gènere, s'observa que el 75,6% dels participants són dones, mentre que el 24,4% restant correspon a homes.

En relació amb la comarca de residència dels participants, es distingeixen un total de 14 comarques catalanes diferents. Tot i que destaquen especialment el Berguedà i el Bages, la presència àmplia de les altres comarques permet una valoració minuciosa del potencial en tot el territori. En aquest sentit, el gràfic 1 proporciona una visió completa de les diverses comarques i el nombre d'usuaris associats a cada una.

Gràfic 1. Distribució per comarques.



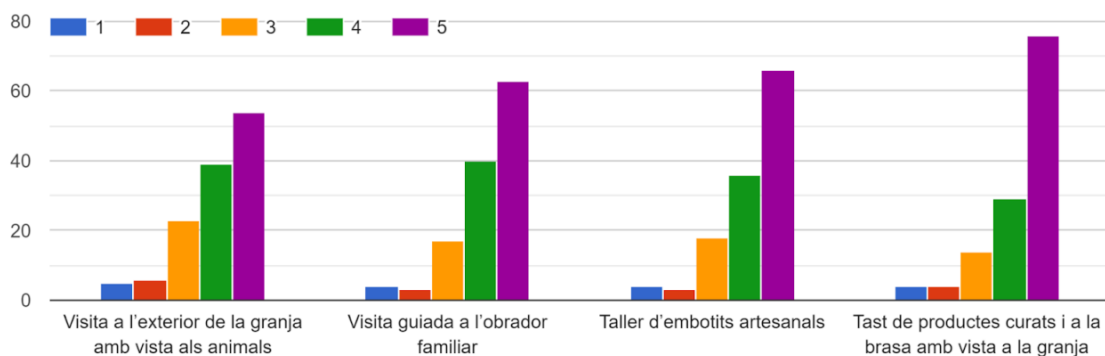
Font. Elaboració pròpia basada en les dades obtingudes de l'enquesta.

La quarta qüestió de l'enquesta, focalitzada en l'experiència prèvia dels usuaris en la participació en una granja o activitat similar, revela que un 62,2% dels enquestats no han participat mai en una experiència d'aquest tipus. Pel que fa a les respostes dels usuaris amb experiència prèvia, són diverses, tot i que existeix una homogeneïtat en la tipologia d'activitats, amb mencions recurrents a visites a granges familiars, granges escola, refugis d'animals i cases de colònies. També s'observa una coincidència en empreses com la Torre d'en Roca, la Fageda d'en Jordà, les alpaques de Merolla i Fuives. A més, alguns usuaris també han fet menció d'experiències varies amb porcs, pollastres, cabres i la producció d'ous.

A continuació, en relació amb la disposició dels participants en una visita experiencial, com la de Casa Bechs, que permet conèixer la granja i cria del porc, participar de primera mà en l'elaboració de productes carnis i gaudir d'una degustació, s'han obtingut resultats interessants. Un 76,4% dels enquestats es mostren disposats a realitzar l'activitat, mentre que tan sols un 8,7% no ho estarien. Pel que fa a la resta, un 16,5%, han optat per la resposta "No ho sé".

En referència a l'avaluació de les diverses activitats que conformen l'experiència, les quals s'avaluen en una escala de l'1 al 5, incloent-hi la visita a l'exterior de la granja, la visita a l'obrador, el taller d'embotits i la degustació de productes, es destaca un patró comú. La puntuació més alta, el cinc, és la que recull major nombre de vots entre les quatre activitats, seguida de la puntuació quatre. Encara que en menor mesura, també hi ha usuaris que han seleccionat puntuacions d'1 i 2 a l'escala. Entre aquestes activitats, la degustació de productes és la que obté la valoració més positiva.

Gràfic 2. Puntuacions obtingudes en les quatre principals activitats.



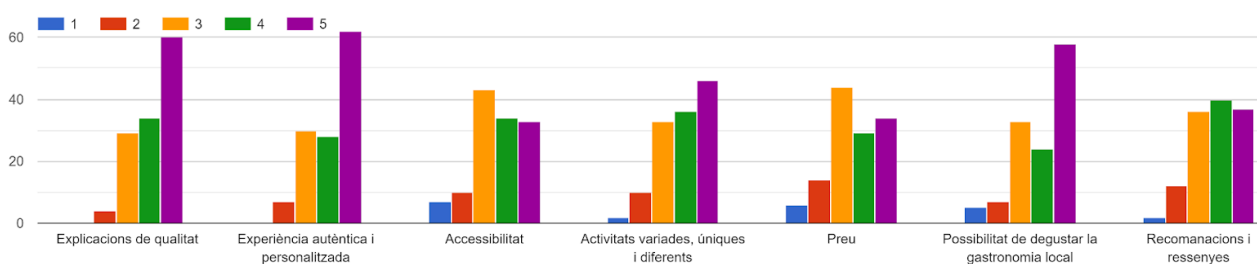
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades obtingudes del formulari de Google.

Pel que fa a la motivació principal per a participar en l'experiència, destaquen dues variables per sobre de les altres: l'oportunitat d'aprendre sobre la granja i el procés d'elaboració dels productes, i la curiositat i diversió. A més, la possibilitat de dur a terme una degustació dels productes i d'observar i conèixer els animals obtenen un percentatge del 34,6% i el 23,65%, respectivament. Finalment, un 11% dels enquestats han seleccionat l'opció de viure l'experiència per complementar la seva estada al Berguedà.

Pel que fa a la motivació principal per a participar en l'experiència, destaquen dues variables per sobre de les altres: l'oportunitat d'aprendre sobre la granja i el procés d'elaboració dels productes, i la curiositat i diversió. A més, la possibilitat de dur a terme una degustació dels productes i d'observar i conèixer els animals obtenen un percentatge del 34,6% i el 23,65%, respectivament. Finalment, 14 persones han seleccionat l'opció de viure l'experiència per complementar la seva estada al Berguedà.

En la mateixa línia, es proporciona una visió global de la importància de diversos factors davant la selecció d'una experiència turística. Entre els set factors valorats en una escala de l'1 al 5, es constata una classificació més diversificada. Tres factors destaquen per sobre dels altres en termes d'importància: la qualitat de les explicacions, l'experiència autèntica i personalitzada, i la possibilitat de degustar la gastronomia local, els quals reben la puntuació més alta de cinc. A continuació, la variable d'activitats variades, úniques i diferents també reben una valoració superior a la mitjana. Pel que fa a l'accessibilitat, el preu i les recomanacions i ressenyes, no es consideren tan rellevants pels enquestats.

Gràfic 3. Puntuacions obtingudes en els diversos factors a l'hora d'escollir una experiència turística.



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades obtingudes del formulari de Google.

En relació amb l'acompanyament durant l'experiència, la gran majoria ha optat per escollir l'opció de la família, el grup d'amics i la parella. "Família" ha estat l'opció més popular, amb un 63% dels vots, seguida pel grup d'amics amb un 47,2% i la parella amb un 36,2%. Tan sols un 4,7% han votat l'opció de realitzar l'experiència de manera individual.

Pel que fa a la temporalitat de l'experiència, s'han registrat dades significativament diverses. Entre les quatre opcions proposades: entre setmana, dissabtes, diumenges i festius, la preferència majoritària ha recaigut en el "dissabte", amb un 54,3% dels vots, seguit dels "festius", amb un 41,7%. L'opció menys popular entre els enquestats ha estat la d'"entre setmana", amb només un 16,5% de les preferències. Alhora, la gran majoria dels usuaris prefereixen fer la visita durant el matí, atès que únicament un 10,2% dels enquestats han escollit la tarda.

Quan al preu de visita al qual estarien disposats a pagar per l'experiència, gairebé la meitat dels participants, ha optat per l'interval de 10 a 15 €. Les altres dues opcions, que corresponen a un preu superior als quinze euros i d'entre 5 i 10 euros, han obtingut un percentatge del 29,9% i del 20,5%, respectivament.

També s'ha valorat en una escala de l'1 al 5, en quina mesura creuen que l'experiència proposada s'adequa als seus interessos personals. En aquest sentit, les opcions més escollides han estat el 3, el 4 i el 5, amb uns valors percentuals de 36,2%, 28,3% i 17,3%, respectivament. La valoració dels intervals 1 i 2 ha estat relativament baixa, ja que han estat escollides únicament per un 18,1%. Per tant, la majoria dels participants consideren que l'experiència s'ajusta relativament als seus interessos personals.

Finalment, el canal pel qual els enquestats preferirien viure l'experiència, els resultats mostren una considerable uniformitat. Les cinc opcions disponibles (pàgina web, pàgines web que ofereixen experiències a Catalunya, xarxes socials, boca-orella i anuncis), tret de l'opció "anuncis", han rebut un percentatge de vots que oscil·la entre el 39% i el 55%. Es pot observar que les xarxes socials i el boca-orella són els canals més populars entre els enquestats, seguits de prop per la pàgina web i les plataformes en línia que ofereixen experiències a Catalunya. L'opció dels "anuncis" ha obtingut la menor quantitat de vots, amb un 7,1% del total.

6.13.3. Anàlisi dels resultats

Una vegada analitzades les dades obtingudes de les enquestes, es procedirà a interpretar els resultats i a identificar les variables que permetin extreure conclusions significatives i proporcionar una major comprensió dels aspectes exposats i estudiats.

La primera variable estudiada ha estat la relació entre l'edat dels enquestats i el factor preu, analitzant la disposició individual a pagar per l'experiència. Les dades mostren que els joves d'entre 16 i 30 anys tenen una major disposició a pagar més de quinze euros que menys de deu. D'altra banda, l'interval d'edat amb més disposició a pagar entre cinc i deu euros és el de 31 a 50 anys. Pel que fa al públic més disposat a pagar més de quinze euros per l'experiència, aquest es troba en l'interval d'edat entre 51 i 70 anys.

Considerant les respostes obtingudes, el preu establert per a l'experiència a Casa Bechs és de 14 euros per als adults, una quantitat que s'ajusta perfectament a les preferències del públic. A més, hi ha més persones disposades a pagar més de quinze euros que no pas menys de deu, un factor rellevant a tenir en compte, ja que indica que es valora positivament l'experiència proposada.

Pel que fa a l'experiència prèvia dels usuaris en la participació en una granja o en activitats similars, aquesta és molt baixa. Això indica un desconeixement important del sector porcí i, en general, del sector agroramader. Alhora, el 37,8% dels enquestats que tenen experiència prèvia, han participat en activitats orientades a conèixer el món rural i els animals, però aquestes es mostren poc experiencials. Tot i així, cal destacar que alguns usuaris han visitat granges de porcs, pollastres o d'altres indrets com és el cas de l'empresa la Torre d'en Roca, que ofereix un model més similar al dissenyat.

En general, els resultats han estat força positius pel que fa a la disposició del públic a participar en una experiència amb les característiques que ofereix la visita a Casa Bechs, amb gairebé un 80% dels enquestats afirmant que hi participarien. Les dues últimes preguntes de l'enquesta, orientades a conèixer més a fons l'opinió personal de cada enquestat, han recollit respostes molt variades però en gran part positives. Aquestes respostes destaquen la bona recepció de l'experiència proposada i les bones perspectives del producte, amb comentaris com “una bona experiència”, “força completa” o “gaudir d'experiències que m'agraden”.

Un altre factor a tenir en compte pel que fa a la motivació de l'usuari a viure l'experiència és la possibilitat de complementar l'estada al Berguedà. Entre les respostes obtingudes, hi ha usuaris de diverses parts de Catalunya, com són de l'Alt Empordà, el Gironès, Osona i el Moianès que han seleccionat aquesta opció. Aquest fet demostra el clar potencial turístic de l'experiència en relació amb l'arribada de turistes a les cases rurals, i subratlla la importància d'establir col·laboracions amb empreses d'allotjament del territori. A més, en els dos apartats finals de l'enquesta, també s'han obtingut suggeriments de millora en aquest camp, com ara incloure l'opció d'allotjament.

En referència a la importància de diversos factors davant la selecció d'una experiència turística, és interessant veure el valor que atorguen els enquestats a cada un d'aquests. Es dona molta importància a la qualitat de les explicacions, l'experiència autèntica i personalitzada, i la possibilitat de degustar la gastronomia local, un fet que exposa l'interès de l'usuari en l'experiència proposada i factors tan rellevants com les explicacions i la qualitat de l'experiència, que acaba sent l'essència.

En referència a la importància de diversos factors en la selecció d'una experiència turística, és interessant observar el valor que els enquestats atribueixen a cadascun d'aquests elements. Es destaca una valoració molt positiva amb la qualitat de les explicacions, l'experiència autèntica i personalitzada, i la possibilitat de degustar la gastronomia local. Això posa de manifest l'interès de l'usuari en l'experiència suggerida i en factors tan rellevants com les explicacions i la qualitat de l'experiència, que acaben sent l'essència d'aquesta.

En el cas dels dies de la setmana amb major preferència, es pot afirmar que els caps de setmana, juntament amb els festius, esdevenen la prioritat. Aquest fet posa de manifest la distribució setmanal que s'ha dissenyat, que abasta des de dimecres fins diumenge. Durant els dies laborables es reserven per a visites escolars i juntament amb públic general, mentre que els caps de setmana estan destinats principalment a la resta de públics, incloent-hi famílies, grups, parelles, entre d'altres. Aquesta distribució també revela una homogeneïtat en la distribució del públic que permet la continuïtat al llarg del temps.

Pel que fa als canals pels quals els enquestats preferirien viure l'experiència, cal destacar especialment les xarxes socials, la pàgina web i el boca-orella. En aquest sentit, és crucial mantenir aquestes plataformes actualitzades amb informació útil i atractiva, així com amb destacades fotografies i vídeos per captar l'atenció dels usuaris. Al mateix temps, es pot observar que el boca-orella és un dels canals als quals els usuaris atorguen especial rellevància, de manera que serà crucial garantir una experiència única i de qualitat en tots els aspectes.

Un dels apartats més enriquidors de l'enquesta són les dues darreres preguntes d'aquesta, en les que es preguntava als usuaris quin seria la part més memorable de l'experiència, així com, donar la possibilitat d'expressar millores i propostes per a aquesta. Un gran nombre d'usuaris ha fet les seves aportacions, les quals ajuden a veure quines opinions es tenen envers l'experiència, i quins suggeriments i millores proposen.

En aquest sentit, quant a la part més memorable de la visita, s'ha destacat una resposta compartida, la paraula "conèixer". Molts enquestats han expressat el desig de comprendre totes les etapes de l'experiència, com ara veure el procés d'elaboració dels productes, escoltar les explicacions dels productors, comprendre el funcionament de la granja i conèixer quin és el tracte dels animals. S'ha observat també una preocupació general per conèixer les condicions de vida dels animals, el tracte que reben i altres qüestions relacionades amb el benestar animal. La possibilitat de degustar els productes també ha rebut una valoració molt positiva. A més, hi ha un gran interès per conèixer tot el procés, ja que molts enquestats consideren que aquest sector queda molt lluny de la seva vida quotidiana i senten curiositat per descobrir-lo.

Finalment, pel que fa als suggeriments de millora, s'han presentat propostes molt interessants, com ara organitzar excursions per l'entorn amb un àpat inclòs, oferir serveis d'allotjament, realitzar maridatges amb vins artesanals i locals, proporcionar material tangible per als infants, ampliar l'oferta de tallers i proposar estades temàtiques (per exemple, la matança del porc o la collita del blat). Aquestes propostes inspiradores reflecteixen les opinions i les necessitats del públic, permetent transformar-les en realitats concretes a curt o llarg termini.

7. CONCLUSIONS

Per concloure aquest treball de final de grau, és pertinent presentar algunes consideracions rellevants que han estat fonamentals per a la seva realització. Es respondrà tant a l'objectiu general com als objectius específics plantejats a l'inici del treball, amb la finalitat d'aprofundir en la temàtica i, si escau, proposar possibles línies d'investigació futures que puguin avançar encara més en aquest camp.

En primer lloc, es pot afirmar que s'han assolit tant l'objectiu general com els objectius específics definits inicialment. L'objectiu principal ha estat dissenyar i desenvolupar un producte de visites a la granja i a l'obrador familiar per posar en valor la cria de porcs i l'elaboració dels productes artesanals derivats d'aquest procés. Tal com s'ha detallat, aquest tipus d'activitats dins del sector primari estan poc explotades i, sovint, el públic interessat a viure experiències immersives i conèixer més profundament el món de la pagesia i la ramaderia troba limitacions i una oferta reduïda, ja que constitueixen un entorn encara molt desconegut i poc explotat, sobretot a Catalunya.

A més, a part de ser enriquidor a nivell personal, aquesta activitat obre noves perspectives de diversificació per al futur pròxim de l'explotació i permet orientar l'activitat cap a una visió més recreativa i turística, amb la possibilitat d'ampliar-la amb allotjament i altres activitats complementàries. Així mateix, ha representat una contribució significativa a la literatura acadèmica en aquest camp, aportant nous coneixements i perspectives.

El producte ha estat concebut a partir d'una visió integral, considerant sempre tant la granja com l'obrador. No s'ha volgut donar més importància a una part sobre l'altra, sinó que s'ha visualitzat tot el cicle natural que segueix el porc, des del seu naixement i engreix fins que arriba a l'obrador per a l'elaboració dels productes. Així, es proporciona al visitant l'oportunitat de conèixer tot el procés en profunditat, participant-hi activament i evitant una visió parcial o limitada.

Un dels valors afegits de l'experiència és que, durant el recorregut, els visitants són guiats i acompanyats per diversos membres de la família, que aporten els seus punts de vista, explicacions detallades i informació sobre el cas particular dels Bechs. Aquesta perspectiva permet als visitants aprendre directament dels productors i de les seves experiències, d'aquells que viuen i treballen diàriament amb els animals i que els coneixen millor que ningú. En aquest sentit, el disseny del producte ha tingut en compte aquest factor, creant visites molt reduïdes i experiencials, on els visitants poden sentir en tot moment el caliu de l'acompanyament. Així, se senten lliures de comunicar-se amb els guies, fent preguntes i mostrant interès.

Paral·lelament, el disseny del recorregut i de la visita s'ha basat en les característiques inherents de l'explotació, evitant grans construccions i utilitzant els recursos mínims necessaris per oferir una activitat de qualitat. S'ha buscat dissenyar un recorregut que mostri la realitat de la granja i l'obrador, sense crear un "aparador" o espais que es desviïn de la realitat de l'explotació. En totes les fases del recorregut, es mostren els espais i les zones on els productors treballen diàriament.

Tot i així, per apropar al màxim aquesta realitat als visitants, ha estat necessari dissenyar l'espai d'observació, un espai des d'on els visitants poden veure els animals sense entrar a l'interior de la granja. A més, s'ha creat una zona de tast per fer més acollidora la seva estada a l'explotació i per permetre'ls gaudir plenament de l'última fase de l'experiència, la degustació dels productes.

Un cop exposat i analitzat el concepte de pasturisme en el marc teòric, així com dissenyat el producte a l'explotació de Bechs, s'ha pogut constatar que aquesta modalitat representa un producte de pasturisme directe amb experiència. Tal com s'ha esmentat anteriorment, aquesta modalitat de turisme implica que el visitant no és un simple observador, sinó que s'implica activament i coneix de primera mà l'activitat ramadera al llarg de l'activitat. D'entre totes les modalitats presentades, aquesta és la més experiencial, permetent al visitant aprofundir al màxim en les activitats específiques del cas concret en què viu l'experiència.

Aquesta característica es veu reforçada al llarg del recorregut, tot i que la part més experiencial és el taller d'embotits, que permet als visitants escollir i elaborar amb les seves pròpies mans un producte tradicional, tot seguint les explicacions de la persona que els acompanya.

D'altra banda, ha estat essencial conèixer de primera mà l'activitat que duen a terme dues explotacions catalanes: Mas Corominas i el Soler de n'Hug. Realitzar l'experiència i poder parlar amb els productors i intercanviar punts de vista ha permès comprendre quin tipus de visita i recorregut ofereixen, així com conèixer més profundament la seva història, característiques i fets rellevants. Aquests coneixements han estat molt útils per a la configuració del present treball. És summament important conèixer les activitats turístiques que ofereix el sector primari per identificar oportunitats i aprendre al màxim de cada història individual.

En relació amb l'avaluació de la receptivitat i disposició dels consumidors envers l'experiència oferta, s'han obtingut resultats notablement positius i rellevants. A través de l'anàlisi de gairebé 130 enquestes emplenades, s'han derivat conclusions significatives i precises que han proporcionat una visió més completa de les preferències de la demanda potencial. Un aspecte destacat d'aquest treball de camp ha estat constatar que el producte dissenyat genera un impacte molt favorable entre el públic. Les respostes recollides han estat molt encoratjadores, demostrant una alta predisposició, de persones de totes les edats, a participar en activitats d'aquesta índole.

A més, ha estat molt enriquidor analitzar les motivacions del públic envers el producte. Es destaca que l'objectiu principal de l'experiència s'alinea amb les motivacions dels consumidors, els quals expressen un interès genuí per conèixer en profunditat el funcionament de la granja, així com el procés d'elaboració i les tasques pròpies del sector. Així doncs, resulta gratificant observar com a través d'aquesta experiència es pot acomplir l'objectiu de proporcionar una visió més amplia del territori que és notablement diferent de la vida quotidiana de la majoria de la població.

En continuïtat amb l'anàlisi de les preferències i motivacions del públic, ha estat imperatiu conèixer el seu punt de vista per orientar possibles investigacions futures. Dins de les idees i suggeriments exposats pels enquestats, destaquen algunes propostes que donen continuïtat al projecte desenvolupat, entre les quals es troba la inclusió d'allotjament i la millora de l'oferta gastronòmica. S'ha observat una clara disposició del públic a fer estada al Berguedà i interès per serveis d'allotjament i restauració des de la mateixa explotació. Aquestes aportacions obren la porta a futures investigacions per aprofundir en la viabilitat d'incorporar allotjament i oferir àpats.

A més, amb aquestes perspectives favorables per al futur, es presenta l'oportunitat de convertir les idees en realitats concretes i d'afavorir estades més llargues al Berguedà. És de vital importància fomentar el desenvolupament del vessant turístic del territori, mitjançant experiències memorables que posin de manifest la seva autenticitat i la seva comunitat.

En el cas del Berguedà, és important partir de la realitat del territori i crear experiències que es desenvolupin a partir dels elements d'identitat que el configuren, com és el cas de les explotacions agràries i ramaderes. Mitjançant la posada en valor de la identitat local, es pot generar la capacitat necessària per atraure visitants i turistes, transformant la percepció actual.

En aquest context, l'experiència dissenyada en el present treball representa un cas esperançador per a la comarca com el Berguedà, on el sector primari va perdent força de manera progressiva, i on iniciatives com la desenvolupada en aquest treball permeten divulgar la realitat del territori i dels seus productors així com donar-li continuïtat.

Seguidament, cal abordar les limitacions i les dificultats considerades durant la realització d'aquest treball. Com a aspecte rellevant, s'ha d'assenyalar la manca d'investigació en el camp del turisme vivencial, especialment centrat en el marc del pasturisme i el sector primari. Les línies d'investigació actuals es centren més en l'estudi del concepte i les característiques de l'agroturisme, deixant de banda una recerca exhaustiva sobre el pasturisme i el turisme vivencial, sobretot en el context del sector porcí i les granges.

Tot i ser un tema poc estudiat i, alhora, poc explotat, el present treball s'ha orientat des de la perspectiva de convertir una limitació en un avantatge. És a dir, la informació limitada disponible ha impulsat la creació d'una experiència única i innovadora, que pren en consideració els elements i les característiques pròpies de l'explotació i del territori, amb l'objectiu de proporcionar un producte de qualitat que reflecteixi aquesta realitat i s'adapti a les necessitats del públic.

Abans de concloure, es fa difícil no expressar el significat que ha tingut l'elaboració d'aquest treball. Ha representat un gran aprenentatge i creixement personal, que m'ha permès aplicar els coneixements adquirits durant el grau en turisme i enriquir la recerca en aquest àmbit amb noves aportacions. Treballar amb un cas tan significatiu com el de casa meva, de Bechs, ha estat una oportunitat que em fa sentir especialment orgullosa. Ha significat hores de treball, però que deixen d'importar i es veuen recompensades en veure els bons comentaris del públic i l'interès i la implicació de tota la família a l'hora de tirar-ho endavant en un futur. Ha estat tot un orgull poder elaborar el present treball de grau i saber que es pot contribuir a fer accessible, un àmbit enormement desconegut, però tan fascinant com és el món de la ramaderia i en especial, el sector porcí.

8. BIBLIOGRAFIA

Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo-RIAT*, 8(1), 50-56.

Bechs, carn de porc i embotits artesans d'elaboració pròpia. (s/d). Bechs.cat. Recuperat el 6 de febrer de 2024, de <https://bechs.cat/>

Blanco, A., & Cànoves, G., Herrera, L. (2005). Turismo rural en España: un análisis de la evolución en el contexto europeo. *Cuadernos de Geografía* (València), (77), 41-58.

Blanco, M., & Riveros, H. (2011). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Estudios agrarios*, 17(49), 117-125.

Consorci de Turisme del Vallès Occidental. (2017). Guia de recomanacions per esdevenir una empresa agroalimentària visitable [PDF]. Recuperat de <https://visitvalles.com/wp-content/uploads/2017/07/Guia-recomanacions-empresa-visitabile.pdf>

Cors Iglesias, m. (s.d.). Patrimoni rural i turisme. A: Lopez Palomeque, F. Atlas del turisme a Catalunya. Generalitat de Catalunya. Recuperat de: <http://www.ub.edu/mapaturismecat/ARTS/116.html>

Cànoves, G., & Villarino, M. (2000). Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. *Documents d'anàlisi geogràfica*, (37), 51-77.

Cànoves, G., Herrera, L., & Villarino, M. (2005). Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de turismo*, (15), 63-76.

Fusté, F. (2016). L'Evolució del turisme en espais rurals: un estat de la qüestió. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, (80), 167-178.

Hereu, J. C. (1994). El paper del turisme a l'espai rural. *Revista de Girona*, 68-70.

Ivars, J. A. (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas* (España), (23), 59-88.

Mateos, M. R. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. In *Relaciones interculturales en la diversidad* (pp. 199-217). Cátedra Intercultural.

Moya, M. B. (2006). Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. Investigación y análisis.

Rico, N. M., & Massoni, E. S. (2015). El pasturisme: un producte turístic nou per a les comarques gironines? Anàlisi de recursos i propostes de futur. Premi de recerca Yvette Barbaza

Rico, N. M., & Massoni, E. S. (2018). El pasturisme: turisme vivencial a les explotacions ramaderes de pastura de les comarques gironines. *Quaderns agraris*, (44), 93-115.

Rodríguez Alonso, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Centro agrícola*, 46(1), 62-65.

Sayadi, S., & Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español. *Cuadernos de turismo*, (7), 131-157.