

Un modelo de análisis de la eurorregión Galicia-Norte de Portugal como destino turístico conjunto*

Xulio X. Pardellas de Blas y Carmen Padín Fabeiro

RESUMEN: La nueva configuración del territorio de la eurorregión Galicia-Norte de Portugal precisa de un debate sobre los problemas de su desarrollo, entre los que se encuentra la organización y planificación de destinos turísticos comunes. Existe en la actualidad una importante y valiosa literatura científica sobre el tema que es usada en este artículo tratando de aportar una aplicación a este espacio, aprovechando los datos del estudio realizado por los autores por encargo del Eixo Atlántico en 2001. El modelo presentado es una elaboración sistemática del diseño de la eurorregión como destino turístico común y proporciona una formalización de sus elementos, que puede ser útil para las administraciones y los planificadores en sus análisis y toma de decisiones.

Clasificación JEL: L83, O18, R11.

Palabras clave: destinos comunes, espacios fronterizos, planificación.

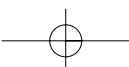
A model of analysis for the euroregion Galicia-Northern Portugal as a single tourism destination

ABSTRACT: The new configuration of the territory in the Euroregion Galicia-Northern Portugal is in need of a debate on the problems related to its development, such as organization and planning of common tourist destinations. In this paper important and value scientific literature on this topic and data from a study carried out by the authors for the Eixo Atlántico in 2001 are used to implement some instruments for their application to this territory. The model presented here is a systemic design construct of this Euroregion as a common tourist destination and provides a formal structure of its elements that may be useful to administrators and planners in their analyses and decision-taking process.

* Los autores quieren agradecer el apoyo financiero de la Secretaría Xeral de Investigación e Desenvolvemento da Xunta de Galicia (PGIDT02CS030001PR) gracias al que ha podido realizarse este trabajo.

Dirección para correspondencia: Departamento de Economía Aplicada; Universidad de Vigo. Campus Lagoas Marcosende s/n. 36200 Vigo. Galicia e-mail: xulio@uvigo.es y padin@uvigo.es

Recibido: 20 de febrero de 2004 / Aceptado: 9 de noviembre de 2004.



140 *Pardellas de Blas, X. y Padín, C.*

JEL classification: L83, O18, R11.

Key words: common destinations, cross-border spaces, planning.

1. Introducción

Nadie pone en duda la singular importancia económica del sector turístico en España, que en el 2001 se acercó al 11% del PIB (Figuerola, 2002), aportando un 10% del empleo, por lo que es habitual referirse al turismo como la primera industria del país (Antón y Monfort, 2002). Sin embargo, esta actividad no ofrece una distribución geográfica regular, existiendo una fuerte concentración en ciertas áreas como el litoral mediterráneo o las Islas Baleares y Canarias, con una oferta básica de sol y playa, mientras que observamos una escasa presencia en el norte y noroeste, o el centro de España, donde la oferta se orienta al uso de los recursos históricos y la naturaleza (Vera, 2002).

A pesar de estas notables diferencias, una gran parte de la literatura científica sobre el turismo en España se enfocó hacia los beneficios económicos y la creación de empleo (Bayón 1999) y mucho menos al análisis y a la caracterización territorial de los destinos, aunque en la década de los 90 el número de aportaciones en este campo aumentó sensiblemente a causa de la demanda que generó la necesidad de regular y planificar el uso de los recursos por parte de las administraciones (Barrado, 2001).

En todo caso, la definición y planificación de los destinos turísticos es un tema de especial importancia para las administraciones regionales, pero a menudo aparece propuesta y gestionada desde otros enfoques relacionados con el turismo, pero no siempre de forma directa, tales como los usos del suelo, la gestión del medio natural, o el equipamiento en infraestructuras (Martínez, 2000). La mayoría de estos enfoques tienen como objetivos principales otros temas y se ejecutan con independencia de las iniciativas de la planificación turística (Dredge, 1999).

Este trabajo resume las principales conclusiones y propuestas de un estudio realizado por los autores entre 2001 y 2002, sobre el Eixo Atlántico, entidad pública creada en 1991 e integrada en la actualidad por nueve ciudades de Galicia (*A Coruña, Ferrol, Lugo, Monforte de Lemos, Santiago de Compostela, Vilagarcía de Arousa, Pontevedra, Vigo e Ourense*), y otras 9 del Norte de Portugal (*Viana do Castelo, Braga, Guimarães, Porto, Vilanova de Gaia, Peso da Régua, Vila Real, Bragança y Chaves*), que tiene como objetivos la mejora del equipamiento productivo y social de la eurorregión Galicia-Norte de Portugal y atraer inversiones hacia este territorio, coordinando las actuaciones de los municipios y aprovechando ayudas europeas.

El objetivo principal de la investigación era conocer la situación de la actividad turística en el conjunto de la eurorregión y presentar propuestas de mejora, lo que en rigor implicaba proponer un modelo de planificación. El equipo propuso un análisis conjunto de la totalidad del territorio utilizando las aportaciones de Souto (2001), Pardellas (2001), Pérez Touriño (1997), que desde diversos enfoques permitían ela-

borar la hipótesis de un destino turístico común con mayor potencial de atracción de demanda que la agregación simple de las capacidades y recursos de Galicia y el Norte de Portugal.

Esta percepción de destino común en el comportamiento de los turistas aparecía con cierta claridad en estudios realizados en el área fronteriza del río Miño entre Galicia y el Norte de Portugal. Más de un 90% de los que se alojaron en hoteles de los municipios gallegos visitaron pueblos y ciudades de Portugal, y viceversa en un 70% (Pardellas, 2001; Cadima, 2002). Sin embargo, no existen datos que permitan afirmar la continuidad de ese comportamiento en los municipios situados a más de 30 kms al norte y sur de la frontera (De Miguel, 2000).

La decisión metodológica de los investigadores tuvo en cuenta también la actividad de coordinación administrativas de la Comunidad de Trabajo Galicia-Norte de Portugal, creada en 1989 y encargada de avanzar en la nueva configuración del territorio de la eurorregión, así como en la construcción de una autoridad administrativa conjunta (Campesino, 1996; Pardellas, 2002), que en su caso, podría utilizar las propuestas aquí presentadas. Por otra parte, ese enfoque coincide plenamente con la recomendación de la propia Comisión Europea (1999), en el sentido de que las tendencias de desarrollo territorial deben estar basadas en la integración económica y la cooperación, y al mismo tiempo en la voluntad de las autoridades regionales y locales.

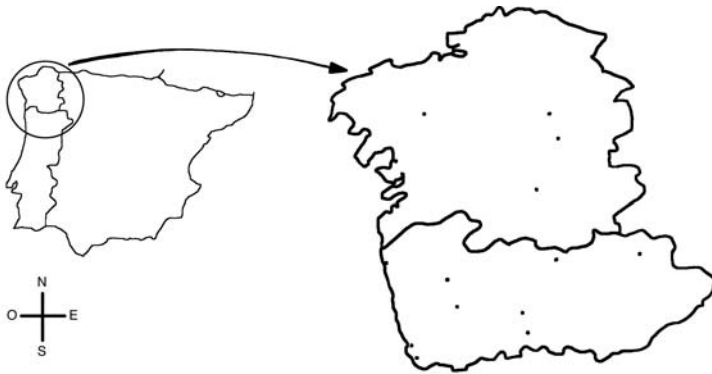
Desde esa perspectiva, el objetivo de la planificación del territorio requiere que los problemas del desarrollo se interpreten espacialmente, incluso considerando al territorio no como la base física de las actividades económicas, sino como un recurso endógeno más (Fuá, 1988; Garofoli, 1992; Vázquez Barquero, 1999). Es posible encontrar en la literatura científica un cierto número referencias en las que se intenta vincular el turismo a la planificación local, sobre todo en áreas rurales (Ashworth and Dietvorst, 1995; Fyall and Garrod, 1998; Swarbrooke, 1999; Roberts and Hall, 2001), y con especial énfasis en la sostenibilidad y en la necesidad de integrar el turismo en los sistemas productivos locales (Manning, 1999; Ryan, 1999), lo que significa establecer una interrelación territorio-recursos, buscando externalidades positivas

Aunque no es objetivo de este trabajo profundizar en el debate sobre el desarrollo endógeno, las citas son relevantes dado que por un lado, los recursos turísticos son siempre endógenos, y por otro lado, es raro encontrar análisis críticos sobre el tipo de estrategias espaciales en los niveles más altos del gobierno, fuera de los planes de desarrollo regional presentados por los países europeos al FEDER (Coffey and Polèse, 1985; Aydalot, 1986; Maillat, 1998). En España, por ejemplo, este vacío ha dado lugar a serios problemas de interpretación y aplicación de proyectos de desarrollo en los que los planificadores no han considerado las características específicas del desarrollo turístico (Valdés, 1996). El problema crece si tenemos en cuenta que el territorio estudiado pertenece a dos naciones y que mientras una de ellas tiene un nivel administrativo regional (Galicia), la otra mantiene una única administración nacional (Portugal). Desde luego, hay interesantes análisis metodológicos de planificación turística (Getz, 1988; Inskip, 1991; Vera, 1997), pero sus principales críticas apuntan a la fragmentación espacial (Pearce, 1995), o a la excesiva relevancia de algunos conceptos geográficos como la interacción espacial entre componentes, la jerarquía no-

dal o los circuitos turísticos, por su limitada capacidad para identificar un modelo preferente del uso del suelo y de los recursos (Fagance, 1995).

Con esa perspectiva, el objetivo de este artículo es analizar los modelos de diseño de destinos turísticos, proponiendo una conceptualización más precisa del núcleo de elementos que integran el territorio estudiado, con el fin de colaborar en un futuro proceso de planificación conjunta y en el uso más eficiente de sus recursos.

Figura 1. El ámbito de estudio



Fuente: Elaboración propia.

2. Los modelos de diseño de destino

Tradicionalmente, el campo de interés de los planificadores ha estado muy vinculado a los usos residenciales, comerciales e industriales, no siempre bien interrelacionados, lo que podemos observar en los últimos planes de desarrollo regional presentados al FEDER (Consellería de Economía, 1999; Secretaría de Estado de Desarrollo Regional, 1998). Sin embargo, la actividad turística implica a un elevado número de sectores económicos y al mismo tiempo se interrelaciona con diferentes usos del suelo. Por otra parte, nuevos valores sociales que afectan a la conservación ambiental o al desarrollo sostenible están influyendo sobre las administraciones y especialmente sobre los planificadores (Busby and Curtin, 1999; Swarbrooke, cit.), lo que tiene una notable relevancia en las propuestas de metodologías, conceptos, modelos y teorías para enfrentar con rigor los problemas de los destinos turísticos y dar las soluciones más adecuadas para facilitar el diseño de las regiones de destino. Esta necesidad es de singular importancia en el territorio estudiado, que requiere respuestas prácticas en la elaboración de un modelo de configuración espacial que simplifique los flujos de turistas hacia la eurrregión como destino y dentro de ella, y al mismo tiempo, que ese modelo pueda ser aceptado por las dos administraciones que gestionan las dos regiones, para que exista coordinación entre sus actuaciones y los visitantes perciban el sentido de un destino turístico común.

Los modelos y enfoques de la planificación turística muestran una gran variedad de formas, por lo que es necesario un breve análisis de su tipología antes de caracterizar el más adecuado al caso de estudio.

Desde mediados de los 70 y con la aprobación del FEDER, la literatura sobre planificación ha crecido notablemente, existiendo un elevado número de estudios y análisis críticos tanto sobre los modelos de uso de los recursos, como de los propios instrumentos de planificación (Campbell y Fainstein, 1996). En la literatura turística podemos diferenciar los instrumentos que se ocupan de la naturaleza de los procesos de planificación, centrándose en la decisión y la política, con aportaciones muy relevantes de Getz (1986) y de Inskip (1988 y 1991), que tienen una relativa importancia para este trabajo, pero sólo como referencia metodológica. Por otra parte, son más numerosos los estudios que proponen instrumentos funcionales, la mayoría desde un enfoque descriptivo, que en sus aportaciones más interesantes para este artículo intentan explicar la relación dinámica entre el comportamiento humano y las formas de asentamiento, como podemos ver en el modelo centro-periferia de Britton (1980), en el análisis de las pautas de comportamiento en viaje aportado por Lundgren (1982), o en el modelo de viaje multidesino de Lue, Crompton y Fesenmaier (1993), que propone cinco modelos de viaje: destino único, campo base, en ruta, tour regional y viaje encadenado.

Otro enfoque es el análisis de los instrumentos normativos buscando la conexión entre valores humanos y formas de asentamiento. Probablemente los estudios de mayor relevancia para este trabajo son los de Gunn (1972, 1993), alrededor del concepto de planificación regional, proponiendo una región destino con cinco elementos básicos: la definición precisa de los límites regionales, un acceso desde los mercados con corredores de circulación interna, unos complejos de atracción, un hinterland no atractivo y entradas a la región. Complementariamente, Pearce (cit.) sintetiza varios trabajos de planificación y análisis desde la perspectiva de la evolución de los destinos, entre los que destacan el modelo de evolución espacio-temporal, que incorpora los cambios en el grado de participación local, y con mucho mayor interés para este estudio, los estudios de Opperman (1993) sobre el papel de los turistas informales para abrir una región destino a los mercados «formales», y de Leiper (1995) que identifica las características y condiciones para que un destino sea atractivo. Otra línea de investigación son las planteadas desde las aportaciones de la ventaja competitiva (Porter, 1982; 2003) y la vinculación entre planificación y competitividad (Ivars, 2003; Blanquer, 2003) que no son excluyentes con los análisis territoriales, sino complementarios, aunque están indicados para destinos que presentan cierta «madurez» turística, por lo que en destinos «emergentes» o no consolidados puede ser más adecuado un primer diagnóstico de las posibilidades turísticas del territorio.

Es cierto que la mayoría de los análisis citados se refieren a casos concretos, por ejemplo, los modelos que se ocupan de las pautas de comportamiento o los viajes multidesino se han desarrollado principalmente sobre datos de Norteamérica y tienen una utilidad limitada para planificar regiones de Europa, donde los factores espaciales y la vecindad de destinos con características físicas semejantes deben tenerse muy en cuenta para identificar con precisión un destino. Desde otra visión, el análisis de los instrumentos funcionales y evolutivos se han desarrollado con datos de estu-

dios empíricos, tratando de explicar la comprensión de las características de un destino y aspectos de su desarrollo, o también los comportamientos de los turistas, lo que proporciona al planificador una importante información previa a su trabajo, pero le ayuda poco en la identificación de preferencias en función de objetivos territoriales.

Sin embargo, a pesar de esas limitaciones, podemos destacar ideas interesantes en esos modelos. Sin duda las de mayor relevancia aparecen en las aportaciones de Gunn (cit.) que contribuyen a la descripción de la estructura física de las regiones destino. Sus conclusiones son ampliamente citadas, siendo uno de los pocos que se ha centrado en la descripción y desarrollo de modelos estructurales de destinos turísticos. En su concepto más elaborado de planificación regional, Gunn (cit.) identifica los cinco conceptos clave antes citados: frontera, acceso y corredor interno, complejos de atracción, regiones vecinas no atractivas y entradas. Desde otros enfoques, y casi simultáneamente, los citados Lue, Crompton y Fesenmaier (cit.) identifican cinco modelos de viajes, destacando el modelo de viaje encadenado hacia «focos» de atracción y los estudios más recientes de Swarbrooke y Horner (cit.) y de Pizam y Mansfeld (2000), contrastan el modelo de comportamiento de los turistas con respecto a destinos donde existan o puedan crearse nodos de atracciones y estructuras de recorrido circular. Coincidiendo con ese análisis, Leiper (cit.) identifica tres componentes de un sistema de atracción: un núcleo, un turista y un marcador. El núcleo es el elemento central de las atracciones turísticas, el turista es quien viaja y mantiene un contacto personal con los lugares visitados y el marcador es un instrumento de información para el turista.

En este contexto, el trabajo de Dredge (1999) aporta una interesante base teórica, que sintetiza y reestructura los anteriores, en especial las ideas de Gunn y Leiper, con una propuesta en la que destacan tres supuestos fundamentales como base de su modelo: que los mercados emisores de turismo y las regiones destino sean entidades geográficas separadas, que la naturaleza compleja y de distintos niveles de los destinos requiera una estructura jerárquica pero flexible, y que el modelo de planificación y diseño comprenda una región de destino, mercados emisores de turismo, nodos, distritos, rutas circulatorias y puertas (1999: 403).

Teniendo en cuenta los datos del estudio de los autores sobre la eumorregión Galicia-Norte de Portugal, es posible elaborar un modelo de planificación de este territorio como destino turístico conjunto utilizando las aportaciones de Lue, Crompton y Fesenmaier sobre los viajes multidestino, y de Leiper sobre los elementos de atracción de un destino, que constituyen desde el enfoque de la demanda una base importante para predecir el comportamiento de los turistas, proponiendo un viaje circular con visitas sucesivas a atracciones de Galicia y del Norte de Portugal, que aparecerían de esa forma como núcleos de atracción complementarios. El modelo está sustentado principalmente en la propuesta de Dredge, que permite su aplicación concreta a una región de destino dominada más por el turismo de ocio que por otras motivaciones de viaje, como los negocios o las visitas a familiares y amigos.

2.1. El modelo de diseño turístico aplicado a la Eumorregión

Para nuestro análisis de un modelo de planificación centrado en el territorio integrado por las regiones de Galicia y el Norte de Portugal, nuestra línea de argumentación es-

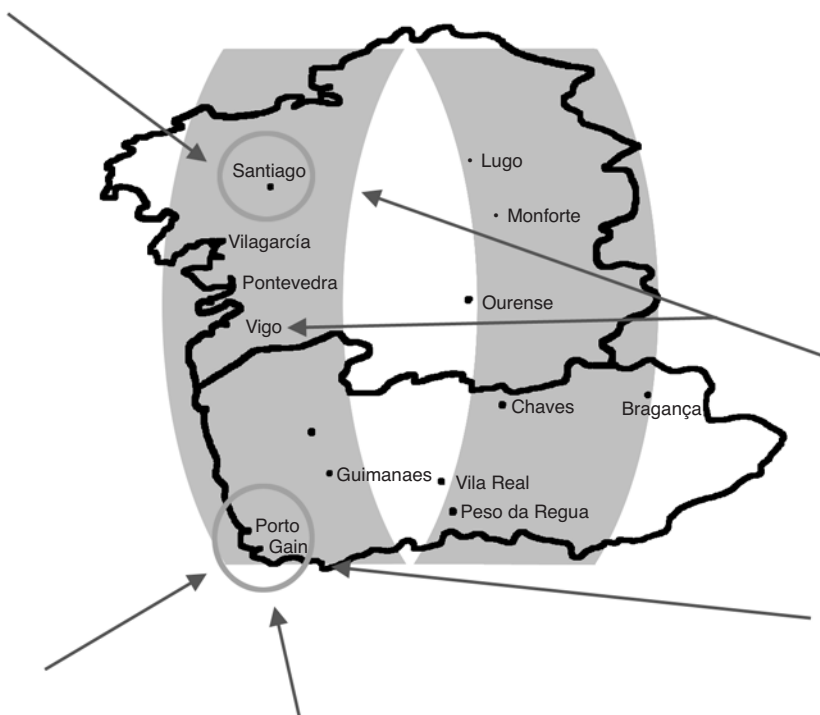
tará basada en el modelo diseñado por Dregde (cit.), por su especial simplicidad y adaptación a las características de nuestra región de estudio. En primer lugar el modelo no presenta límites regionales ni restricciones de territorio, por lo que es apto para una región fronteriza como la que nos ocupa, y recoge además las aportaciones sobre las pautas de comportamiento en los viajes y las conexiones frecuentes en regiones de destino donde predomina el uso del automóvil particular, por ser esta forma de viaje y acceso la más habitual en nuestra área de estudio.

En segundo lugar, el modelo no contempla restricciones administrativas del territorio, por lo que es apto para una región fronteriza como la analizada y presenta las características que se requieren para poder aplicar los modelos considerados:

- Se trata de un territorio en el que domina el turismo de ocio. Más de las tres cuartas partes del total de turistas responde a esta tipología (Pardellas *et al.*, 2003).
- El modelo permite integrar la región de destino con un enfoque sistemático dentro de otros modelos holísticos de turismo, pero no excluye otros análisis que pudiesen completar y mejorar este modelo. Ello es coherente con el principio básico de la teoría de sistemas: un conjunto de partes interrelacionadas con cada sistema dentro del mismo, y el conjunto a su vez posiblemente formado parte de otro mayor (McLoughlin, 1969).
- Los mercados emisores y las regiones de destino son entidades geográficamente separadas. Los visitantes proceden en su mayor parte del centro y otras áreas de la península ibérica (Pardellas y Padín, cit.).
- La naturaleza compleja y con diferentes escalas en los destinos requiere una estructura jerárquica pero flexible que se adapte a los distintos lugares, niveles y características del mercado. Galicia puede considerarse dentro del destino denominado España Verde y el Norte de Portugal dentro del conjunto del destino Portugal (Cadima, cit.).
- El modelo de planificación y diseño comprende una *región de destino, mercados emisores de turismo, nodos, distritos, rutas circulatorias y puertas*, en aplicación de la estructura de los modelos citados.

Las fronteras físicas entre España y Portugal desaparecieron formalmente desde su adhesión a la Unión Europea en 1985, pero se mantienen como es lógico, las diferencias administrativas y legislativas internas. Existe también como ya fue comentado, una Comunidad de Trabajo entre Galicia y la Región Norte de Portugal desde 1989, lo que ha significado notables avances en la nueva configuración territorial de una futura eurorregión (objetivo último de la Comunidad de Trabajo), pero todavía se pueden observar desajustes y desacuerdos en las decisiones institucionales que afectan a todas las actividades económicas, y en especial al turismo. Esto obliga a presuponer necesariamente la hipótesis de una evolución positiva hacia el escenario más favorable: la constitución formal de la eurorregión en un plazo razonablemente corto, lo que permite contemplar en el modelo de planificación propuesto la imprescindible coordinación en las decisiones empresariales y administrativas que afectan al sector turístico.

En consecuencia, la *región destino* aparece configurada en el modelo, recogido gráficamente en la figura 2, por la eurorregión Galicia-Norte de Portugal, que comparten unos recursos naturales con gran número de elementos comunes, definidos

Figura 2. Modelo diseño destino en la eurorregión

Fuente: Elaboración propia.

geográficamente por la costa atlántica, el río Miño y la sierra de Xurés (parte gallega) -Gêres (parte portuguesa). A esto se debe agregar al mismo tiempo un patrimonio histórico y cultural igualmente común (donde las semejanzas en el idioma juegan un importante papel), condicionado en gran medida por los frecuentes conflictos bélicos desde el siglo XVII y por las interrelaciones económicas entre sus pueblos a lo largo del tiempo (Torres, 1998; Pereiro e Silva, 2000).

Los *mercados emisores de turismo* fundamentales hacia la eurorregión deben situarse en el centro y este de la península ibérica, con un 86% del total de visitantes, y en otros países europeos con un valor muy reducido de apenas un 9% (Turgalicia, 2002; Dir. Gêral de Turismo, 2001; Richards, 1998; Ruiz, 1999). Por su parte, el perfil cultural y de comportamiento es en consecuencia, muy homogéneo, y su movilidad en el destino tiende a ignorar la antigua frontera, lo que significa en términos de análisis aceptar la hipótesis de un elevado grado de permeabilidad (De Miguel, cit.; Pardellas y Padín, cit.; Santos, 1999). Esta valoración tendrá una especial importancia en el modelo de planificación, dado que la hipótesis de destino turístico común constituye su base argumental.

Además del propio río Miño ya citado, sin duda ninguna, existen dos *nodos* fundamentales en la Eurorregión, como se aprecia en la figura 2, alrededor de las dos

ciudades de mayor relevancia histórica, monumental y también administrativa: Santiago y Porto, que siendo ciudades Patrimonio de la Humanidad, constituyen además los principales *núcleos* turísticos y concentran algunos de los más importantes *complejos de atracción* del destino. De hecho, la proyección exterior y el conocimiento turístico de la Eurorregión fuera de la península aparece estrechamente unido a estas dos ciudades (Borrell, 2001; Baselga, 2003).

En el caso de Santiago, por el singular impacto de las campañas publicitarias y de promoción de los eventos religioso-etnográficos conocidos como Xacobeos (la celebración religiosa del Año Santo Compostelano cuando el 25 de julio, día de Santiago, coincide en domingo), especialmente en los años 1993 y 1999, y donde se integran aspectos estrictamente unidos a la fe católica con otras motivaciones mucho más difusas que afectan al turismo de modo genérico y al turismo cultural y etnográfico de forma más específica, reunidos en la promoción y utilización del «Camino de Santiago». Y en el caso de Porto, por su notable patrimonio histórico y etnográfico, como segunda ciudad de Portugal y por conservar su singular papel en el comercio internacional, ya destacado por David Ricardo en el siglo XVIII, centrado en la fama de sus bodegas y en la exportación del vino de su propia denominación, lo que unido a su entorno litoral constituye en la actualidad su atractivo turístico fundamental (Cunha, 2001).

Con todo, y aun a pesar de la gran potencia turística de estos dos nodos jerárquicos, debemos destacar la existencia de varios núcleos secundarios pero con relevantes complejos de atracción que presentan un gran número de rasgos comunes en los dos territorios administrativos, configurando en nuestro modelo dos espacios turísticos de elevada homogeneidad y complementariedad, y al mismo tiempo las dos principales *rutas circulatorias* de la eurorregión. Por un lado, los que se sitúan en la costa y se relacionan con el turismo de sol y playa, pero también con el cultural y etnográfico, configurando un gran espacio que uniría las Rías Baixas gallegas con la Costa Verde portuguesa, y por donde asciende el «Camino de Santiago» portugués. Por otro lado, los núcleos del interior relacionados igualmente con el turismo cultural y de naturaleza, configurando otro gran espacio que uniría la bimilenaria ciudad de Lugo con los espacios naturales de las sierras de Ancares y Gêrés, para acabar en el espacio etnográfico de la ruta fluvial del vino enviado a envejecer desde Peso da Régua hasta Porto por el río Douro.

Desde esa perspectiva, la eurorregión como destino común presenta varias *puertas* de entrada o salida, utilizadas sobre todo, en función de los mercados emisores y de las motivaciones de los turistas que se desplazan para visitarla:

- Para los mercados emisores europeos que se desplazan por vía aérea, las principales puertas son justamente los núcleos básicos, Santiago y Porto, donde se encuentran los dos aeropuertos internacionales de la eurorregión.
- Para los mercados emisores de Portugal y del sur de la península que se desplazan por carretera, la puerta principal es la propia ciudad de Porto, a través de la autopista A-1 desde Lisboa.
- Para los mercados emisores europeos y del centro de la península que se desplazan igualmente por carretera, existen dos puertas principales en las ciudades de Lugo y Ourense, por donde discurren las autovías del Noroeste y de las Rías Baixas, respectivamente.

148 *Pardellas de Blas, X. y Padín, C.*

- Finalmente, otra puerta de menor valor cuantitativo (número de turistas que la usan), pero de especial valor cualitativo (proyección exterior de la eurorregión), es el mencionado «Camino de Santiago», en sus dos trayectos principales, el denominado francés con entrada oriental y el portugués desde el sur.

Podemos observar que la entrada en la eurorregión ofrece a los mercados emisores una relativa variedad de alternativas, no sólo en función de los factores geográficos y del medio de transporte elegido para el desplazamiento, sino también de las motivaciones para el viaje, lo que en sentido estricto puede incrementar el atractivo turístico del destino y le confiere una mayor homogeneidad.

2.3. Elementos complementarios y evaluación del modelo

Una vez establecida la estructura básica del diseño de la eurorregión como destino turístico común, teniendo en cuenta el objetivo de proponer soluciones válidas a los planificadores y a la administración, y utilizando las ideas más interesantes del debate anterior, es necesario completar el análisis funcional con los dos elementos que configuran los complejos de atracción de los núcleos: los elementos de servicio y los productos turísticos, así como la proyección exterior de la región destino hacia los mercados emisores (los marcadores en la denominación de Leiper).

A causa de la dificultad para homogeneizar las estadísticas del sector turístico en Galicia y Portugal, el análisis de los *elementos de servicio*, recogidos en los cuadros 1 y 2, se limita a la oferta tradicional de hoteles y a la referida a los establecimientos de Turismo en el Espacio Rural (TER), considerando que la validez de los resultados no aumentaría sensiblemente con la introducción de otros elementos de la oferta, que en este caso por el contrario, podría dificultar su interpretación.

Cuadro 1. Infraestructuras hoteleras de la eurorregión (datos 2001)

	5 ☆	4 ☆	3 ☆	2 ☆	Total Hoteles	Total Plazas	Plazas Extra*
Galicia	4	39	101	152	296	27.098	41.250
Norte Portugal	6	27	39	28	100	15.918	12.661
Total Eurorregión	10	66	140	180	396	43.016	53.911

* Las plazas extra corresponden a todas las que no aparecen catalogadas como hoteles.

Cuadro 2. Instalaciones Turismo Rural de la eurorregión (datos 2001)

	TH/Pazos	TR/Casa aldea	AG/Casa labranza	Total Plazas
Galicia	42	234	66	3.813
Norte Portugal	101	135	47	2.597
Total eurorreg	143	369	113	6.410

TH: Turismo de habitação, **TR:** Turismo rural, **AG:** Agroturismo (abreviaturas denominac portuguesa).
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Turgalicia (2002), y Dir. Gêral de Turismo (2002).

El cuadro 1 muestra una estructura de la oferta hotelera muy diferente en cada región, pero destacando como rasgo común que las plazas no hoteleras casi duplican a las de hoteles en Galicia y suponen el 70% en el Norte de Portugal, o como dato agregado, la situación litoral de un 76% de los hoteles portugueses y de un 70% de los gallegos (Turgalicia, 2002; ADETURN, 1999). Esto parece indicar por un lado una excesiva orientación de la oferta de elementos de servicio hacia el turismo de sol y playa, lo que no se corresponde con las características climatológicas de la eurorregión, y por otro lado, una estructura difícilmente homologable con el conjunto de la oferta hotelera europea que en todo caso, expresa una escasa madurez del destino.

El apartado de los servicios de Turismo en el Espacio Rural (TER), cuadro 2, presenta en la región una notable importancia cuantitativa y cualitativa, teniendo en cuenta el efecto de la demanda para este tipo de turismo en el medio rural (Roberts y Hall, 2001; Valdés, 2002). En este caso, la clasificación es totalmente homogénea en la eurorregión, al existir tres categorías de características casi idénticas en la normativa de los dos países. Las casas de aldea (turismo rural) son las de menor interés arquitectónico y las más numerosas sobre todo en Galicia, y no ofertan en sentido estricto más que un alojamiento en el espacio rural. Los pazos (turismo de habitação) son edificios singulares y en todos los casos de construcción anterior al siglo XIX, por lo que constituyen un atractivo en sí mismos y su número es también muy elevado. Finalmente, las casas de labranza (agro-turismo) ofrecen en teoría una participación a los huéspedes en las labores agrícolas, siendo éste su atractivo fundamental (Pardellas *et al.*, 2003).

No es posible situar en el mapa de la figura 2 cada uno de los elementos de servicio, pero se pueden destacar algunas conclusiones generales y elementales útiles para el planificador. En primer lugar y como ya fue comentado, el número considerable de plazas extra hoteleras define a la eurorregión como un destino inmaduro y obliga a recomendar una profunda revisión de esta oferta. Algunos estudios resaltan la relación existente entre la oferta hotelera de calidad en un destino y la atracción de turistas de todos los niveles de renta (Rey, 1998), por lo que el incremento de la calidad debe considerarse un objetivo importante en las propuestas de planificación a medio plazo.

En segundo lugar, y en lo que se refiere al TER, estudios en España y Europa (Fuentes, 2002; Roberts y Hall, *cit.*), subrayan igualmente la importancia de la creación de redes e interrelaciones entre el alojamiento rural y otros productos turísticos complementarios, para configurar un atractivo turístico relevante y conseguir que la demanda implique un mayor ingreso para la población rural. No existen redes entre los alojamientos TER en la eurorregión y tampoco conexiones relevantes con otras ofertas, por lo que este debe ser otro objetivo principal para los planificadores.

Los dos últimos elementos del modelo de planificación: los productos turísticos y los marcadores, se analizan conjuntamente para elaborar una propuesta formal útil para la definición de objetivos, que permita al planificador elegir las mejores alternativas dentro de las posibilidades que ofrece la eurorregión. Ya fueron citados algunos de los recursos, que en todo caso, deben transformarse en productos turísticos y ser conocidos en los mercados emisores. Es bien conocido que la satisfacción de los tu-

ristas depende de una correcta elaboración de los productos (Bull, 1991; Pizan y Mansfeld, cit.), pero la atracción de turistas depende de su información, esto es, de que conozcan la existencia del destino y sus ofertas, porque esta es la primera imagen percibida que influye en su elección y comportamiento (Crompton, J.L. and Ankomah, P.K., 1993). Adaptando la propuesta de Leiper, el modelo diferencia entre *marcadores separados*, la información que llega al lugar de residencia del turista y *marcadores adyacentes*, la información que recibe ya en el destino.

El análisis se centró en la observación del tipo de información presentada en las páginas web como principales marcadores separados que potencialmente pueden alcanzar a todos los mercados emisores, y en las publicaciones y folletos a disposición de los turistas en los lugares de información de las principales ciudades de la eurorregión, lo que se catalogó como marcadores adyacentes. Esta información era muy relevante para clasificar el uso de los recursos, en primer lugar para saber si eran «marcados» (si el mercado emisor recibía información de su existencia), y en segundo lugar para conocer la coherencia entre aquella información y la que recibía el turista ya en el destino. Entre las diversas tipologías de recursos (WTO, 1978; Gun, 1988; Vera, cit.), se optó por una presentación sintética con cuatro categorías: patrimonio natural, distinguiendo entre agua (vivo) y paisaje (inerte), patrimonio cultural e histórico y patrimonio etnográfico, donde también se diferencia la artesanía e instrumentos de trabajo (etnografía material), y por otro lado, las expresiones del folklore, fiestas, tradiciones, gastronomía, etc., que constituyen el concepto de etnografía inmaterial.

Los objetivos de este análisis pueden ser relevantes para mejorar los instrumentos de planificación: por un lado es importante situar los elementos de atracción turística en la eurorregión, al mismo tiempo es necesario saber qué recursos se están utilizando en la oferta actual (lo que permite conocer los recursos no usados e incluirlos en el nuevo diseño), y en tercer lugar, es fundamental valorar la coherencia de la información que reciben los turistas .

Como aplicación del modelo a los datos observados, se presentan de forma esquemática en el cuadro 3, los resultados del análisis de los principales productos turísticos ofertados en la eurorregión (Souto, cit.; Pardellas *et al.*, 2003), con una matriz simple sin valores numéricos, donde el no uso de los recursos aparece con una casilla en blanco y el uso aparece con una casilla rellena. Por su parte, la información de que pueden disponer los turistas se dibuja con trazos rayados si corresponde a un marcador separado y aparece con la casilla sombreada si es un marcador adyacente, o las dos cosas si la información sobre el recurso llega a los mercados emisores y es coherente con la que pueden consultar en los municipios de la región. En un análisis más descriptivo Pardellas (cit.) destaca que algunos recursos relevantes en la región (patrimonio etnográfico e histórico), son poco usados, mientras que la mayor utilización se descubre en los recursos naturales, y en especial los relacionados con el paisaje y el agua. En el primer caso la transformación de los recursos en atracciones turísticas implica un mayor esfuerzo del sector privado, que en la región estudiada encuentra importantes dificultades a causa de la descoordinación actual entre las administraciones gallega y portuguesa, lo que no sucede con los recursos naturales, que pueden constituir atracciones por sí mismos.

Cuadro 3. Matriz simplificada de productos-recursos

<i>Recursos</i>	<i>Patr. Natural (Agua)</i>	<i>Patr. Etnográf. Inmaterial</i>	<i>Patr. Cultural Histórico</i>	<i>Patr. Etnográfico Material</i>	<i>Patr. Natural (Paisaje)</i>
PRODUCTOS TURÍSTICOS NÚCLEOS PRINCIPALES					
Artesanía		▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨	
Camino Santiago		▨▨▨▨▨▨	▨▨▨▨▨▨	▨▨▨▨▨▨	▨▨▨▨▨▨
Congresos			▨▨▨▨▨▨	▨▨▨▨▨▨	
Ferias y mercados		▨▨▨▨▨▨			▨▨▨▨▨▨
Fiestas		▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨	
Rutas etnográficas	▨▨▨▨▨▨	▨▨▨▨▨▨			▨▨▨▨▨▨
Rutas históricas	▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨
Ruta del vino		▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨	▨▨▨▨▨▨
Rutas monumentales			▨▨▨▨▨▨		
PRODUCTOS TURÍSTICOS EJES TRANSFRONTERIZOS					
Artesanía		▨▨▨▨▨▨			
Camino Santiago		▨▨▨▨▨▨			▨▨▨▨▨▨
Cruceros fluviales					▨▨▨▨▨▨
Ferias y mercados		▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨	
Fiestas populares		▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨	
Gastronomía	▨▨▨▨▨▨	▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨	
Parques naturales	▨▨▨▨▨▨				
Termalismo	▨▨▨▨▨▨			▨▨▨▨▨▨	▨▨▨▨▨▨
Playas	▨▨▨▨▨▨				
Rutas etnográficas		▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨	
Rutas molinos		▨▨▨▨▨▨		▨▨▨▨▨▨	
Senderismo					▨▨▨▨▨▨
Pesca				▨▨▨▨▨▨	

Páginas Web: zona listada.//Folletos, guías: zona sombreada.

Fuente: Elaboración propia a partir de las guías turísticas de los municipios (2002).

Sintetizando las aportaciones de Leno (1993) y Ritchie (2003) y de acuerdo con el modelo propuesto, el valor turístico del destino puede definirse formalmente como una función en la que se consideran factores internos relativamente inamovibles (la existencia de recursos), factores externos indicativos de la actividad (el uso de los recursos), y la proyección informativa del destino hacia los mercados emisores de turistas (los marcadores). La ecuación genérica se formula como:

$$VTZ_i = \Sigma f (FI, FE) \quad [1]$$

siendo:

VTZ_i = Valor turístico del destino i .

FI = Factores internos del destino (recursos)¹.

FE = Factores externos (variables de uso de los recursos que puede usar el planificador). Con expresión matemática :

$$FE = \sum f(V_{ij}, \alpha m_{ij} + \beta n_{ij}) \quad [2]$$

V_{ij} = Valor turístico del recurso i en ubicación j .

m_{ij} = Variable que integra las características marcadores separados.

n_{ij} = Variable que integra las características de marcadores adyacentes en el destino.

α, β = parámetros de ponderación.

Esta formulación matemática sirve al planificador para expresar una situación de partida en el destino que se quiere diseñar. Más tarde, y de acuerdo con los objetivos a alcanzar, puede estimarse la evolución de las variables y establecerse el escenario previsto al cabo de un periodo de tiempo, y finalmente, permite contrastar la situación final real con los escenarios previstos. Los cuatro elementos de la función de referencia que pueden analizarse son: el uso o no uso de los recursos y el tipo de marcador empleado (separado o adyacente) para informar a los turistas. En el primer caso, el valor cero (espacio en blanco), corresponde a recursos potencialmente relevantes en el diseño del destino, pero no usados en la actualidad. Si los recursos son usados, puede acordarse una valoración de 1 a 10 que exprese la jerarquía del planificador en cuanto a la relación tipo de uso-objetivos. Un esquema semejante sirve para los marcadores, a los que se puede igualmente aplicar valores, de acuerdo con los objetivos del planificador para informar adecuadamente a los mercados emisores y a los turistas ya dentro del destino.

El modelo admite sin duda otras interpretaciones, pero en conjunto puede servir para identificar los elementos y recursos con los que elaborar un diseño correcto del destino y al mismo tiempo, asignando valores a aquellos elementos en la expresión formalizada, permite al planificador estimar escenarios en función de objetivos y contrastar su comportamiento dentro del periodo de tiempo previsto en esos objetivos.

3. Conclusiones

Las regiones fronterizas de Galicia y el Norte de Portugal comparten un singular patrimonio natural e histórico, con un extenso potencial turístico y sobre todo, con un alto grado de complementariedad, lo que puede acentuarse en el proceso coordinado

¹ La expresión matemática de los factores internos, que no se va a desarrollar son:

$$FI = \sum J p_i u_i + \sum \max U (J p_i u_i).$$

$J p_i$ = Jerarquía primaria del recurso « i ».

μ_i = Factor de ponderación relativo a la naturaleza del recurso « i ».

$\max U (J p_i u_i)$ = Valores máximos de la función de recurso « i ».

por la Comunidad de Trabajo institucional, creada en 1989 para la reestructuración territorial y configuración de este espacio como una eurorregión.

El objetivo de la presente comunicación se enfoca hacia la aplicación empírica de un modelo de planificación fundamentado en una síntesis de las contribuciones más importantes de la literatura científica sobre el tema, y básicamente en la aportación de Dredge (1992, 1999), para su contrastación en un contexto no homogéneo y en dos regiones pertenecientes a países distintos.

El análisis de los recursos existentes y la caracterización del uso de los mismos para la elaboración de productos turísticos en las principales ciudades de la eurorregión, así como el estudio del comportamiento de los turistas en las áreas fronterizas, suministran datos para proponer un diseño de destino conjunto enfocando el uso del territorio desde la perspectiva más favorable: la coordinación de las actuaciones administrativas. Por otro lado, la aplicación del modelo matricial a los datos actuales muestra que una parte relevante de los recursos que requieren esfuerzo inversor del sector privado apenas son utilizados, al contrario de lo que sucede con los recursos naturales que se ofertan con una simple información institucional a los turistas. Esto parece reflejar un rasgo claro de comportamiento de un destino inmaduro y justifica la necesidad de su diseño y planificación.

La investigación revela la potencial interrelación de los recursos a lo largo de dos ejes norte-sur, que aprovecharían tendencialmente de modo óptimo las sinergias y complementariedades en la elaboración de productos turísticos conjuntos en la eurorregión, presentando un diseño del destino pensado como una red de atracciones donde el turista alcanzaría la máxima satisfacción recorriendo los circuitos propuestos. Como aportación adicional se ofrece un modelo matemático para la construcción de escenarios, empleando como variables los usos alternativos de los recursos y los marcadores, lo que constituye una herramienta de conocimiento y elección para la administración y para el sector privado. En todo caso, el modelo permite contrastar la validez de las hipótesis iniciales y la consecución de los objetivos, y en este sentido, intenta suministrar a los planificadores un instrumento para el diagnóstico y la toma de decisiones, proponiendo implícitamente a las administraciones gallega y portuguesa una reflexión sobre el futuro de la actividad turística en la eurorregión, desde la necesidad de considerar al turismo no un sector económico más, sino el que precisa con mayor rigor una reformulación territorial. Quizás este escenario es demasiado utópico observando la situación actual, pero la investigación científica no puede dejar de plantear cuestiones que precisan respuestas por parte de las instituciones, sobre todo si analiza adecuadamente los elementos del problema y aporta propuestas de solución. La vertebración social, económica y territorial de las eurorregiones constituye un reto de la mayor importancia al que no puede ser ajeno el mundo científico.

Bibliografía

- Antón, S. y Monfort, V. (dir) (2002): *La actividad turística española en 2001*. AECIT. Madrid.
- Ashworth, G. J. y Dietvorst, G. J. (edit.) (1995): *Tourism and Spatial Transformations. Implications for Policy and Planning*. CAB International. London.

- Asociación Española de Científicos Expertos en Turismo (AECIT)(2001): *La actividad turística española en 2000*. AECIT. Madrid.
- Aydalot, P. (1986): *Milieux innovateurs en Europe*. Economica. Paris.
- Barrado, D. (2001): «Ordenación territorial y desarrollo turístico». *Estudios Turísticos*, 149:12-19.
- Baselga, J. (2003): «Las estrategias de mercado en la promoción turística de las ciudades monumentales». En *Actas Congreso Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales*. Patronato Provincial de Turismo. Granada.
- Bayon, F. (dir) (1999): *50 años del turismo español*. Ramón Acreces. Madrid.
- Blanquer, D. (dir.) (2003): *Ordenación y gestión del territorio turístico*. Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia.
- Borrell, D. (2001): «La Ruta Jacobea: intercambio y cultura». En *Actas Congreso Internacional de Itinerarios Culturales*. Ministerio de Educación. Madrid.
- Britton, S. G. (1980): «A Conceptual Model of Tourism in a Peripheral Economy. Tourism in the South Pacific». En Pearce, D. (1995). *Tourism Today: A Geographical*, pp. 35-42.
- Bull, A. (1994). *La Economía del Sector Turístico*. Alianza. Madrid.
- Busby, G. y Curtin, S. (1999): «Sustainable destination development: the touroperator perspective». *International Journal of Tourism Research* 1:135-147.
- Cadima, J. (2002): «O turismo no espaço rural: uma digressão pelo tema a pretexto da situação e evolução do fenómeno em Portugal». En *Actas do VIII Encontro Nacional da APDR*. Coleção APDR. Coimbra.
- Campbell, S. y Fainstein, S. (1996): *Introduction: The Estructure and Debates of Planning Theory*. En *Readings in Planning Theory*, S. Campbell and S. S. Feinstein, eds., pp. 1-4. Cambridge: Blackwell Publishers.
- Campesino, A. (1996): *Portugal-España: ordenación territorial del suroeste comunitario*. Pub Univ Extremadura. Cáceres.
- Coffey, W.J. y Pölese, M. (1985): «Local development: conceptual basis and policy implications». *Regional Studies* 19:85-93.
- Consellería de Economía (1999): *Plan Estratégico de Desenvolvemento de Galicia 2000-2006*. Xunta de Galicia. Santiago.
- Crompton, J.L. y Ankomah, P.K. (1993): «Choice set propositions in destination decisions». *Annals of Tourism Research*, 20 (3):461-476.
- Cunha, L. (2001): *Introdução ao turismo*. Verbo. Lisboa.
- De Miguel, A. (2000): *Imagen social recíproca de españoles y portugueses de la Raia*. Fundação Afonso Henriques. Zamora.
- Dredge, D (1999): «Planificación y Diseño de Destinos Turísticos». *Annals of Tourism Research en Español*, 2 (1): 394-414.
- Dredge, D. y Moore, S. (1992): «A methodology for the integration of tourism in town planning». *Journal of Tourism Studies*, 11 (3):8-21.
- Fagance, M. (1995): *Changing Paradigms of Orthodoxy: The Case of Spatial Models in Tourism Planning*. Les Catires du Tourisme. Aix-en-Provence: Centre Des Hautes Etudes Touristiques.
- Figuerola, M. (2002): «Contribución del Turismo a la Economía Española». En AECIT, *La actividad turística española en 2001*. AECIT. Madrid.
- Figuerola, M. (1985): *Introducción al Estudio Económico del Turismo*. Civitas. Madrid.
- Fua, G. (1988): «Las diversas vías de desarrollo en España». En Etchezarreta, M. (1988), *El desarrollo rural integrado*. Serie de estudios, MAPA, Madrid.
- Fuentes, R. (2002): «El turismo rural en España». En Anton, S. y Monfort, V. *La actividad turística española en 2001*. AECIT. Madrid.
- Fyall, A. y Garrod, B. (1998): «Sustanaibility and Rural Heritage» in May, D. and O'Halon, L. (edit) *Rural Tourism Heritage, Sustainable Options*. Scottish agricultural college. Auchincruive.
- Garofoli, G. (1992): *Endogenous development and southern Europe*. Avebury. Aldeshot.
- Getz, D. (1986): «Models in Tourism planning. Towards integration of theory and practice». *Tourist management* 7 (1):21-32.
- Gunn, G. A. (1988): *Tourism Planning*. New York: Taylor and Francis.
- Gunn, G. A. (1993): *Tourism Planning: basics, concepts, cases*. London: Taylor & Francis.
- Gunn, G. A. (1972): *Vacationscape: Designing Tourist Regionals*. Austin: University of Texas.

- Inskeep, E. (1988): «Tourism Planning: An Emerging Especialization». *Journal of the American Planning Association*, 54:360-372.
- Inskeep, E. (1991) *Tourism planning. An integrated and sustainable approach*. UNR.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2002): *Anuario Estadístico*. Ministerio de Economía, Comercio y Turismo. Madrid.
- Ivars Baidal, J. A. (2003): *La planificación turística de los espacios regionales en España*. Ed. Síntesis, colección Turismo.
- Leiper, N. (1995): *Tourism Management*. Melbourne: RMIT Press.
- Leno Cerro, F. (1993): *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Madrid: Centro de Publicaciones. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- López Mira, A. (2002): *Galicia e Portugal: a fronteira esvaída*. Pub. Univ. Vigo. Vigo.
- Lue, C.; Crompton, J. y Fesenmaier, M. (1993): «Conceptualization of Multidestination Pleasure Trips». *Annals Of Tourism Research*, 20:289-301.
- Lundgren, J. (1982): «The Tourism Frontier of Noveau Québec: functions and Regional Linkages». *Tourism Review*, 37: 17-35.
- Maillat, D (1998): «Interaction between urban systems and localized productive systems». En *European Planning Studies*, 6:117-129.
- Manning, T. (1999): «Indicators of tourism sustainability». *Tourism Management*, 20:179-181.
- Martínez, P. (2000): «El gobierno local como ámbito de gestión turística». En *Actas III Congreso Universidad y Empresa*. Tirant lo Blanch. Valencia.
- McLoughlin, J. (1969): *Urban and Regional Planning: A Systems Approach*. London: Faber and Faber.
- Opperman, M. (1993): «Tourism Space in Developing Countries». *Annals of Tourism Research*, 20:535-560.
- Pardellas, X. (2002): *Aproximación á actividade turística nas cidades do Eixo Atlántico*.Vigo: Ed. Eixo Atlántico.
- Pardellas, X.; Padín, C. y Cadima, J. (2003). «El desarrollo local y la cooperación entre España y Portugal». En *Actas do IX Encontro Nacional da APDR. Coleção APDR*. Coimbra.
- Pardellas, X. (1996): «Turismo Rural, Turismo De Habitação Y Cooperación Transfronteriza: El Sur De Galicia Y El Minho Portugués». En Mella, J. (dir.) *Factores De Desarrollo En Regiones Periféricas*. Ed. Zona Franca. Vigo.
- Pardellas, X. y Padín, C. (2001): El patrimonio Etnográfico y el desarrollo local: El Baixo Miño como destino turístico en Galicia. *IV Congreso De Turismo, Universidad y Empresa*. Castellón.
- Pearce, D. (1995): *Tourism Today: A Geographical Analysis* (2nd ed.). New York: Longman.
- Pedreño, A. (1996): *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Civitas. Madrid.
- Pereiro, X y Silva, P. (2000): «A re-elaboração da história como recurso estratégico na construção das identidades: historiografías e fronteiras». En *Actas VI Congreso de Antropología de Iberoamérica*. Universidad de Salamanca.
- Perez Touriño, E. (1996): «Las infraestructuras productivas como factor básico de despegue económico». En VV.AA., *Factores de desarrollo en regiones periféricas*. Ed. Zona Franca. Vigo
- Perez Touriño, E. (dir.) (1997): *Infraestructuras y desarrollo regional: efectos económicos de la Autopista del Atlántico*. Civitas. Madrid.
- Pizam A. y Mansfeld, Y. (edit) (2000): *Consumer Behaviour in Travel and Tourism*. Haworth press. Binghamton.
- Porter, M. (1982): *Estrategia competitiva. Técnicas de análisis de los sectores industriales y la competencia*. Ed. CECSA.
- Porter, M. (2003): *Ser competitivos. Nuevas aportaciones y conclusiones*. Ed. Desuto.
- Portuguese Association for Tourism Development in the Northern Region-ADETURN (1999): *Turismo Norte de Portugal – Guia de alojamento*. Porto e Norte de Portugal. Porto.
- Razquin, M. (2000): «Organización local del turismo». En *Actas III Congreso Universidad y Empresa*. Tirant lo Blanch. Valencia.
- Região De Turismo Do Alto Minho (2000): *O Turismo No Alto Minho*. Edição RTAM, Viana Do Castelo.
- Região De Turismo Do Alto Minho (2001): *O Turismo No Alto Minho*. Edição RTAM, Viana Do Castelo.
- Rey, C. (1998): *Economía del turismo. Estructura de mercados e impacto sobre el desarrollo*. Hispalink Galicia. Santiago.

156 *Pardellas de Blas, X. y Padín, C.*

- Richards, G. (1998): «Cultural Tourism in Europe: recent developments». En *Actas del Congreso Europeo de Itinerarios Culturales*. Fundación Caja Rioja. Logroño.
- Ritchie, J. A. y Crouch, G. (2003): *The competitive destination: A sustainability perspective*. Univers. Calgary. Canadá.
- Roberts, L. y Hall, D. (2001): *Rural Tourism and Recreation*. CABI Publishing. Oxon.
- Ruiz, J.A. (1999): *Estudio de mercados turísticos emisores a Portugal*. Turespaña. Madrid
- Ryan, C. (1999): «Issues of sustainability in tourism» *Tourism Management*, 20:177-192.
- Santos, X. (1999): *Guía da raia pola beira do Miño en Galicia e Portugal*. Xunta de Galicia-CCRN. Santiago.
- Souto González, X.M. (dir.) (2001): *Planeamento estratéxico e mercadotecnia territorial*. Vigo: Ed. Eixo Atlántico.
- SwarBrooke, J. y Horner, S. (1999): *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Torres Gómez, H. (1998): *España y Portugal. Siglos IX-XX. Vivencias Históricas*. Madrid: Síntesis.
- Turgalicia (2002): *Datos estadísticos*. Santiago: Xunta de Galicia.
- Valdés, L. y Ruiz, A. (Coord.) (1996): *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Servic. Publicaciones. Universidad de Oviedo.
- Vázquez Barquero, A. (1982): «Crecimiento dualista «versus» crecimiento dependiente. Las limitaciones de la teoría del desarrollo económico». *Investigaciones Económicas*, 17:107-125.
- Vázquez Barquero, A. (1999): *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Ed. Pirámide. Madrid.
- Vera, F. (2002): «Estrategias de diversificación y diferenciación en destinos turísticos litorales». En *Pardellas X. Estrategias turísticas urbanas*. AECR. Vigo.
- Vera, F. (Coord.) (1997): *Análisis Territorial Del Turismo*. Ariel. Barcelona.
- World Tourism Organization. WTO (1999): *National And Regional Tourism Planning*. International Thomson Business Press. London.