

TRAÇOS DA CONFIGURAÇÃO CONJUNTA DO TURISMO NAS CIDADES DA EURO-REGIÃO GALICIA-NORTE DE PORTUGAL: EIXOS VERTEBRADORES DO TERRITÓRIO

Pardellas de Blas, Xulio (sócio da AECR). xulio@uvigo.es

Padín Fabeiro, Carmen (sócio da AECR). padin@uvigo.es

Aboy García, Sara. sara_aboy@uvigo.es

Departamento de Economía Aplicada. Universidade de Vigo

RESUMO

Este traballo resume os principais resultados dun estudo encomendando polo Eixo Atlántico (asociación integrada actualmente por 34 municipios de Galicia e o Norte de Portugal que ten como finalidade consolidar a integración territorial transfronteiriza a través da cooperación no ámbito local), realizado entre os anos 2007 e 2008.

Aceptando o paradigma do desenvolvemento endógeno e sobre a hipótese da existencia de dous eixos potencialmente vertebradores do territorio, no litoral e no interior, o estudo establece un modelo de interpretación sobre tres parámetros de análise fundamentais: a oferta turística actual, os recursos que permiten un uso común e a caracterización da demanda. Os dous obxectivos básicos da investigación estiveron centrados en primeiro lugar, na elaboración dun diagnóstico sobre a oferta turística das cidades da euro-rexión para descubrir as claves da súa estrutura, e en segundo lugar, na construción dun modelo de interrelacións na dinámica “recursos - produtos turísticos en rede - características e motivacións da demanda”, a fin de propoñer no futuro actuacións conxuntas e incrementar o papel dun turismo sustentable como factor relevante no desenvolvemento e na vertebrador do territorio da euro-rexión.

Palabras clave: cooperación transfronteiriza, turismo das cidades

Sesión: Turismo e sustentabilidade

1. INTRODUCCIÓN. MATERIAL E MÉTODOS

A actividade turística non foi por moito tempo un tema de estudo preferente para a Comunidade de Traballo Galicia-Norte de Portugal, creada en 1991 para favorecer a integración social e económica das dúas rexións fronteirizas. Con todo, recentemente, na elaboración dos Segundos Estudos Estratéxicos do Eixo Atlántico (Souto et al 2005),

aparecía xa unha atención especial ao turismo e máis logo, na Axenda Estratéxica para as cidades da eurorrexión (Dominguez e Pardellas 2007), o turismo cobraba un papel de notable relevancia para o conxunto do territorio e en especial, para as áreas de interior, contemplándose como un factor básico nas actuacións públicas dentro do Marco Financieiro Europeo 2007-2013.

Ese mesmo enfoque ten o estudo realizado igualmente coa estrutura de axenda estratéxica, para a eurocidade Chaves-Verín (Domínguez 2008) e finalmente, terá unha atención específica na análise dos recursos e o mercado turístico das cidades do Eixo Atlántico (Pardellas 2009), como alicerce dun proxecto integrador de propostas, actualmente en elaboración.

Cos resultados dos estudos antecedentes, neste traballo tentamos unha aproximación ao mercado turístico da eurorrexión, partindo dunha oferta con importantes asimetrías nas dúas rexións, derivadas da lóxica das diferentes políticas administrativas de España e Portugal ao longo do tempo, pero que na súa evolución foron descubrindo puntos de encontro cada vez máis evidentes, que deben ser claves para elaborar un programa común de uso de recursos comúns.

O material usado en primeiro lugar foi a documentación secundaria existente, que mostraba as dificultades de analizar fontes estatísticas elaboradas con metodoloxías e enfoques tamén desemeillantes. Isto foi complementado coa análise dos sites web de cada Concello/Cámara Municipal, dando lugar a un resumo das tipoloxías turísticas do conxunto, estruturadas por eixos (litoral e interior), a fin de facilitar unha visión máis vertebradora desde a perspectiva territorial do mercado turístico na eurorrexión.

Por último, aínda que asumindo as limitacións científicas desa decisión, levouse a cabo unha enquisa con apenas cinco preguntas elementais, aos turistas que acudiron no verán de 2008, aos postos municipais de información

das 34 cidades que configuran o Eixo Atlántico, co obxectivo de establecer coa mínima homoxeneidade unha caracterización básica dos trazos fundamentais da demanda turística, o que nos permitiría unha análise comparativa entre as tipoloxías turísticas das cidades e as motivacións dos consumidores.

2. BREVE CONTEXTO CIENTÍFICO

Desde esa perspectiva e como contexto xeral do estudo, tivemos en conta o obxectivo xa a medio prazo dunha nova reconfiguración do territorio (a recente aprobación dunha Agrupación Europea de Cooperación Territorial, AECT, na

eurorrexión é unha boa proba delo). En consecuencia, foi aplicada unha interpretación espacial dos problemas de desenvolvemento, e a consideración do territorio non como a base física das actividades económicas, senón como un recurso endógeno propio (Fuá 1988; Garofoli 1992; Vázquez Barquero 1999). Neste mesmo sentido foron consideradas as referencias da literatura científica nas que se intenta vincular o turismo co planeamento local (Ashworth and Dietvorst 1995; Fyall and Garrod 1998; Swarbrooke 1999; Roberts and Hall 2001), con especial énfase na sustentabilidade e na necesidade de integrar o turismo nos sistemas productivos locais (Manning 1999; Ryan 1999), o que significa establecer unha interrelación territorio-recursos que será un elemento básico da investigación como externalidade positiva.

Aínda que a dimensión do estudo non permite profundizar no debate sobre o desenvolvemento endógeno, as citas son relevantes dado que por un lado, os recursos turísticos son sempre endóxenos, e polo outro, non é frecuente encontrar análises críticos sobre o tipo de estratexias espaciais nos niveis máis altos do goberno, fora dos planos de desenvolvemento rexional presentados polos países europeos ao FEDER (Coffey and Polèse 1985; Aydalot 1986; Maillat 1998).

En España, por exemplo, este valeiro deu lugar a serios problemas de interpretación e avaliación de proxectos de desenvolvemento porque os planeadores non consideran as características específicas do desenvolvemento turístico dentro dos seus obxectivos xerais (AECIT 2006). O problema crece se temos en conta que o territorio estudado (a eurorrexión

Galicia-Norte de Portugal), pertence a dous estados e que mentras un deles ten creado alí un nivel administrativo autonómico (Galicia), o outro simplemente mantén unha rexión administrativa sen capacidade de lexislación (a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Norte). En calquera caso, hai interesantes análises metodolóxicas de planeamento turístico que foron aquí contempladas (Getz 1986; Inskip 1991; Vera 1997), pero as súas principais críticas apuntan máis ben á fragmentación espacial (Pearce 1995), ou á excesiva relevancia dalgúns conceptos xeográficos como a interacción espacial entre compoñentes, a xerarquía nodal ou os circuitos turísticos, pola limitada capacidade para identificar un modelo preferente de usos do solo e dos recursos (Fagance 1995).

Este importante acervo científico servíu de referencia metodolóxica para a nosa análise sobre as tipoloxías turísticas na eurorrexión e en especial, para a decisión de

criterios de delimitación territorial nos eixos litoral e interior en que dividimos ás cidades.

3. ESTRUTURA TURÍSTICA NAS CIDADES DO EIXO ATLÁNTICO: TRAZOS DA OFERTA E TIPOLOXÍAS

Neste apartado referirémonos á oferta, aínda que considerando que dentro do conxunto de actividades que configuran o sector turístico é habitual englobar no concepto de oferta hoteleira ao agregado de aloxamentos. No estudo (Pardellas et al, 2009) analizouse polo miúdo a caracterización da oferta na Eurorrexión, presentando aquí un breve resumen das características esenciais.

No cadro 1 sintetizouse as diferentes tipoloxías de aloxamento dispoñíbeis para os turistas no conxunto das cidades que forman a asociación, destacando que se pode considerar que a estrutura presenta unha certa madurez en canto a oferta, dado que están presentes todas as categorías e tipoloxías.

Cadro 1. Caracterización aloxamento no Eixo Atlántico.

		Hoteis	Hostais. Estalagens	Pensións	Turismo Rural	Campamentos turísticos
Cidades Eixo. GALICIA	Nº	205	63	217	24	14
	Prazas	20.546	2.436	4.714	299	-
Cidades Eixo. PORTUGAL	Nº	122	45	270	98	14
	Prazas	19306	2091	12148	920	-

Fonte: Elaboración a partir do datos do libro citado *Esratexias turísticas das cidades do Eixo Atlántico*, 2009. Ed.

Eixo Atlántico e INE

Un primeiro resultado a destacar é a relativa homoxeneidade no número de plazas nos hoteis nas dúas zonas, aínda que con moito maior número de establecementos na parte galega. Isto fai referencia a que a capacidade media dos hoteis galegos é menor. Tamén hai que destacar que se analizamos a calidade por categorías, existe unha importante asimetría e diferencias entre as cidades, onde aparecen nos extremos cinco hoteis en Santiago e un hotel en Coruña e Vigo da máxima categoría (5 estrelas), e no outro canto, 119 hoteis de menos de 3 estrelas, repartidos desigualmente entre as 15 cidades galegas integradas neste momento no Eixo Atlántico. No medio, e

dentro dunha marxe de calidade moi razoable, debemos destacar os 39 hoteis de catro estrelas, concentrados de todas formas en Coruña, Santiago e Vigo, co 64,2 % do total. Na parte portuguesa, o que concerne a capacidade hoteleira é ao nivel dos hotéis de 4* que se sitúa quase metade (46%) do número de camas dispoñíbeis nos municipios considerados. Os hotéis de 3* engloban cerca do 28% das camas e os hotéis de 2* 10%.

No que se refire a oferta de turismo rural, destaca que na parte portuguesa presenta maior número de establecementos e plazas disponibles. Na parte galega na análise por municipios destacou que varios municipios como A Coruña, Ferrol, Monforte, Ourense, Verín e Vigo, non ofertan nas súas demarcacións territoriais establecementos de TER, pero cómpre suliñar que nas proximidades de todos eles, isto é nos municipios veciños, si aparecen estas instalacións en maior ou menor número, polo que poderían constituir un agregado complementario da súa oferta neste tipo de aloxamento. No outro canto, os municipios de Carballo, Lalín, Sarria e Viveiro, presentan a maior concentración de establecementos e prazas TER, seguidos polos de Lugo e Santiago, integrados ademais no Camiño francés, polo que o atractivo e interese deste modelo de aloxamento pode sumarse aos propios das actividades relacionadas cos Xacobeos.

Na parte portuguesa, predominan os establecementos de Turismo Rural (47 unidades) e Turismo de Habitación (30 unidades) e unha menor presenza de agroturismo (13 unidades) e casas de campo (8 unidades). Pólo tanto, o 79% do número de unidades de Turismo em Espaço Rural pertencen ás referidas tipoloxías. Os municipios que destacan no aloxamento no espacio rural son Viana do Castelo (23 unidades), Barcelos (16 unidades), Lamego (11 unidades) e Chaves (10 unidades). Estes tamén se destacan en termos de capacidade.

Os datos corroboran a idea da adecuación do tipo de aloxamentos a categorización das cidades, destacando que naquelas cunha maior vocación urbana o tipo de aloxamento maioritario son hotéis e aquelas cidades cunha dimensión rural o a tipoloxía se corresponde con aloxamentos de tipoloxía rural e de menor dimensión. Isto é un resultado destacable na caracterización da oferta xa que no deseño dos produtos asociados plantease unha complementariedade e sobre todo un maior potencial no mercado ao que se lle poden ofrecer produtos diversos de calidade.

O seguinte paso foi caracterizar os atractivos principais presentes na Eurorrexión e a súa organización a partir da análise da promoción efectuada polos municipios a

través da súas páxinas web, establecendo días categorías de acordo co papel/estatus que lle outorgaba cada Concello/Cámara.

Tendo en conta a caracterización que se deriva dos recursos promovidos con maior énfase polas autarquías, seleccionamos catro grandes grupos ou tipoloxías de produtos que constituirían o cerne da oferta turística da rexión:

- Litoral, sol e praia (os paradigmas serían as Rías Baixas ou a Costa Verde)
- Histórico e etnográfico (eventos de recreación histórica e de contido popular unidos á vida rural-agraria)
- Urbano (eventos e atractivos das cidades, os paradigmas poden ser o conxunto da oferta das cidades da Coruña, Santiago ou Porto)
- Natureza (produtos mixtos con base no TER, os paradigmas poden ser os Ancares en Lugo ou o interior de Ponte de Lima).

Cadro 2. Tipoloxía turística nas cidades do interior do EA

Cidades do Eixo Atlántico	Tipoloxia principal	Tipoloxía secundaria
	Cidades interior	
Bragança	Etnográfico	Histórico
Chaves	Urbano-natural	Histórico
Lamego	Etnográfico	Histórico
Lugo	Histórico	Etnográfico
Mirandela	Urbano-natural	Etnográfico
Monforte de Lemos	Histórico	Etnográfico
O Barco de Valdeorras	Urbano-natural	Etnográfico
Ourense	Urbano-natural	Histórico
Penafiel	Etnográfico	Histórico
Peso da Régua	Etnográfico	Cultural
Sarria	Etnográfico	Urbano
Verín	Etnográfico	Urbano-natural
Vila Real	Etnográfico	Urbano-natural

Fonte: Elaboración propia a partir dos datos das páxinas web nos municipios. 2008

Nesta primeira análise diferenciamos xa a caracterización en dous eixos: litoral e interior. No cadro 2 recollemos a tipoloxía principal e secundaria detectada no estudio das páxinas web dos 13 municipios que conforman o eixo interior, sempre desde unha perspectiva non só xeográfica, senón tamén referida ao tipo de recursos que usan na súa oferta. Como resultados destacables cómpre suliñar a existencia de tres tipos de tipoloxías de turismo principais: o urbano-natural, etnográfico e histórico, sendo a tipoloxía con maior frecuencia nos municipios a Etnográfica cunha porcentaxe do 54%, seguida da urbano-natural cun 31% e a tipoloxía histórico cun 15% que complementaria a etnográfica. Na tipoloxía secundaria a principal é a tipoloxía histórica cun 38% seguida pola etnográfica cun 31%, o que mostra en a complementariedad entre cidades e tipoloxías no Eixo interior.

Cadro 3. Tipoloxía turística nas cidades do litoral do EA

Cidades do Eixo Atlántico	Tipoloxía principal	Tipoloxía secundaria
Cidades Litoral		
A Coruña	Urbano-natural	Cultural
Barcelos	Etnográfico	Histórico
Braga	Histórico	Etnográfico
Carballo	Urbano-natural	Etnográfico
Ferrol	Urbano-natural	Litoral
Guimarães	Histórico	Etnográfico
Lalín	Urbano-natural	Etnográfico
Matosinhos	Litoral	Histórico
Pontevedra	Histórico	Litoral
Porto	Histórico	Cultural
Riveira	Urbano-natural	Litoral
Santiago de Compostela	Histórico	Cultural
Viana do Castelo	Litoral	Histórico
Vigo	Urbano-natural	Etnográfico
Vila do Conde	Etnográfico	Cultural

Vila Nova de Famalicão	Etnográfico	Urbano-natural
Vila Nova de Gaia	Urbano-natural	Litoral
Vilagarcía de Arousa	Litoral	Urbano-natural
Viveiro	Litoral	Urbano-natural

Fonte: Elaboración propia a partir dos datos das páxinas web nos municipios. 2008

No cadro 3 se recollen ás 19 cidades do Eixo litoral e as tipoloxías principal e secundaria nas páxinas Web municipais. A tipoloxía principal é a urbano-natural cunha porcentaxe do 37% seguida da histórica cun 26%, a litoral cun 21% e a etnográfica cun 16%.

A seguinte pregunta foi se os turistas percibían a existencias destas tipoloxías conxuntas e cómo medirlas. Para conseguir este obxectivo, diseñouse unha enquisa na que se recolleran ademais dos datos sociodemográficos que permitiran facer unha caracterización do perfil de turistas, se contrastara a realidade promocional e percepción sobre esta que teñen os turistas, que se realiza no seguinte apartado deste traballo.

4. TRAZOS DERIVADOS DA ANÁLISE DA DEMANDA

Una vez realizada a aproximación estrutura turística das rexión obxecto de estudio: Galicia e Norte de Portugal, conformouse a existencia de recursos abondo para consolidar unha oferta turística singular e atractiva tanto para os mercados emisores peninsulares, como para outros mercados europeos.

A idea central defendida é que unha oferta conxunta da eurorrexión incrementaría a competitividade do sector e polo tanto ademais do deseño da estrutura de Eixos e a promoción conxunta é necesario establecer indicadores que permitan a medición aos cambios realizados e así poder consolidar o destino turístico.

Para conseguir o obxectivo de consolidar a oferta conxunta plateouse a necesidade de profundizar na demanda turística conxunta (Pardellas et al, 2008). A análise preliminar destacou que os concellos siguen a traballar de forma independente e que sen algún elemento común, o obxectivo de coordinar esforzos e levar a cabo unhas propostas conxuntas que aumenten o potencial turístico de todas e cada unha das cidades do Eixo Atlántico, non se conseguirá a medio prazo.

Un aspecto no que habería que afondar con maior rigor é a motivación para a visita, elemento fundamental de cara a promoción conxunta e mesmo tamén individual



das cidades. Debemos recordar que o turista se despraza pola motivación, que pode ser moi diversa e aparecer moi marcada ou condicionada pola promoción. Non podemos cambiar os recursos turísticos dispoñibles (non podemos “elaborar” unha zona litoral), pero sí podemos mellorar a proxección exterior das nosas ofertas cara os mercados emisores con maior potencial para incrementar a demanda.

Para solventar estas carencias e avanzar na consolidación do destino conxunto, propúse unha enquisa enquisa común e única, con moi poucas preguntas para conseguir unha boa participación dos turistas, e que permitiría coñecer uns datos elementais pero homoxéneos da demanda en cada unha das cidades para elaborar a seguir unha estimación dos seus trazos conxuntos.

Seguindo a metodoloxía habitual, que se recolle na ficha técnica, a enquisa constaba de dous bloques, o primeiro deles centrado nas características básicas do turista: sexo e idade, o que facilita un perfil xenérico dos visitantes. O segundo bloque aparecía orientado a coñecer xa aspectos relacionados coas súas motivacións e intereses, con catro preguntas moi simples: procedencia (mercados emisores), formas de coñecemento da zona (para avaliar a proxección exterior do destino), interese da visita (motivación da viaxe) e finalmente, posible mobilidade cara outras zonas (motivacións secundarias dentro do destino).

Cadro 4. Ficha técnica da enquisa

Poboación	Viaxeiros que acuden aos postos de información dos concellos do Eixo Atlántico
Unidade muestral	Personas de máis de 18 anos
Nº enquisas	9.228
Error muestral	5% para nivel de significación do 95%
Sistema muestreo	Selección aleatoria do elemento muestral no punto de información
Nº municipios	22
Periodo do traballo de campo	Xullo-Agosto 2008

Fonte: Elaboración propia

Foron así establecidas dúas grandes áreas de análise para esta información, o que non impedirá (nen impide eventualmente en cada concello que o queira facer) un estudo posterior de afondamento noutras motivacións e características que requiren xa un inquérito específico e moito máis extenso, as áreas son:

1. Os mercados emissores (unha aproximación aos grandes espazos xeográficos de procedencia dos visitantes á eurorrexión)
2. A avaliación da elección de ofertas (estimación dos trazos xerais das motivacións)

Dado que non tódolos concellos responderon e asumiron na realidade o traballo de realizar e enviar as enquisas, fixemos o primer procesado nunha base de datos Excell de forma individualizada, o que posibilitaba a estes concellos dispoñeren así dunha base estatística de resultados concretos sobre a súa propia demanda turística, que sempre poderían ser usados para a toma de decisións en cada un deles.

Máis logo e de forma agregada para a análise conxunta, foi preciso avaliar a consistencia da mostra, tendo en conta que o obxectivo era estimar resultados globais para a eurorrexión, considerando unha ponderación para as cidades que non realizaron a enquisa. Tamén existía unha notable dispersión no número de enquisas realizadas que podían distorsionar os resultados de conxunto, e para asegurar unha análise con razoable rigor científico, decidimos establecer un procedemento estatístico para acadar resultados consistentes. Como existían datos previos elementais sobre a importancia do turismo en cada cidade, foi elaborada unha discriminación con ese criterio sobre o número de cuestionários enviados que pasarían así a caracterizar a mostra principal.

No cadro 5 se recollen os datos da análise conxunta, cos dados recollidos por 22 Municipios, constituindo cerca das dúas terceiras partes (64,7%) dos Concelhos do Eixo Atlántico. Dado o número dispar de enquisas recollidas nos municipios da mostra e a súa grande dimensión (9.228 casos), crearonse dúas sub-mostras para a análise: a mostra principal e a mostra de control.



Cadro 5. Enquisas obtidas e mostra principal nos municipios do EA

Municipios	Enquisas enviadas	Nº enquisas	Nº visitantes recibidos (decembro 2007)	Categoría s/ demanda estimada (1)	Enquisas por categoría (2)
A Coruña	X	1178	18.127	B	79
Barcelos	X	78		C	78
Braga	X	309		B	150
Bragança	X	13	-	C	13
Carballiño	X	777		B	150
Carballo	X	771	2.299	C	50
Chaves	X		5.547	B	99
Ferrol	X	2718		B	150
Guimarães	X	343	57.501	B	150
Lalín				B	
Lamego				C	
Lugo	X	28		B	29
Matosinhos	X	8		C	8
Mirandela	X	70		C	50
Monforte de Lemos				C	
O Barco de Valedoras				C	
Ourense			40.518	B	
Penafiel	X	39	1.674	C	39
Peso da Régua	X	143		C	50
Pontevedra			87.406	B	
Porto	X	490		A	491
Ribeira			8.345	B	
Santiago de Compost.				A	
Sarria	X	50		C	50
Verín	X	110		C	50
Viana do Castelo	X	309	16.631	B	150
Vigo	X	829	55.609	B	150
Vila do Conde	X	49		C	50
V. Nova de Famalicão				C	
Vila Nova de Gaia	X	840	33.681	B	150
Vila Real					
Vilagarcía de Arousa	X	514	1er trim. 436	C	50
Viveiro	X	1265		B	150
TOTAL	16	9.075			

Fonte: Elaboración propia. **Notas:** (1) A: avanzada: + 100.000; B: media: + 5.000; C: incipiente: - 5.000; (2)

A: 250,B: 150, C: 50

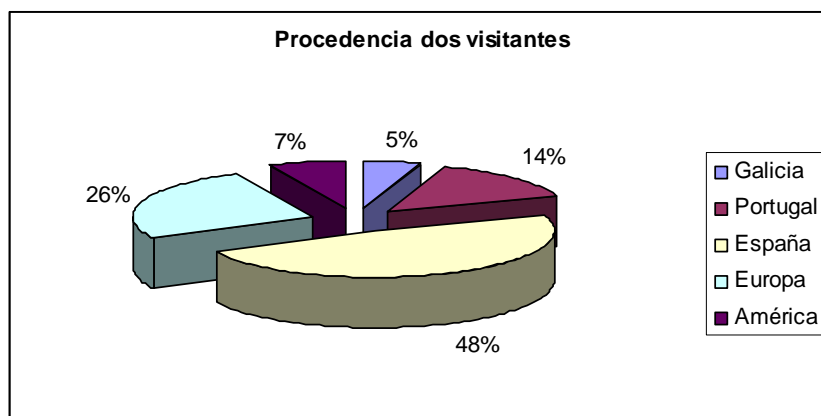
A mostra principal foi formada atribuindo una clasificación ou categoría aos concellos tendo en conta a demanda turística estimada (cos datos dos anos anteriores que proporcionaron os municipios): avanzada (máis de 100.000 visitantes), média (máis de 5.000 visitantes) e incipiente (menos de 5.000 visitantes). Ademais para cada categoría se elixieron aleatoriamente 250

enquisas para os concellos de categoria avanzada, 150 para os concellos de categoria média e 50 para os concellos de categoria incipiente. Paralelamente originou-se una segunda sub-mostra aleatória de 1.987 casos que permitiu realizar unha análise de control para detectar erros nos resultados. A análise aquí descrita incluí os resultados da mostra principal xa que a mostra control non presenta cambios significativos nos resultados acadados.

A análise dos resultados da mostra principal comenza co bloque referido ás características de **sexo** e **idade** do visitantes aos que se presentou a enquisa. A mostra é constituída por 1.052 respondentes do sexo feminino e 935 respondentes do sexo masculino, valor consistente cos datos medios obtidos nos resultados individuais das cidades. O seguinte resultado é a distribución por **idade** da mostra. A grande maioría (65,43%) dos elementos da mostra teñen unha idade comprendida entre os 31 e os 59 anos, denotando que esta rexión é visitada maioritariamente por adultos xovens e adultos maduros. Este segmento de demanda presenta en xeral un poder adquisitivo medio e medio alto que debe terse en conta no deseño dos produtos por parte das cidades. Ademais debe considerarse que esta franxa de idade viaxa frecuentemente en parella e tamén nunha porcentaxe alta coa familia, o que asimesmo apunta á necesidade de incorporar ofertas para nenos.

No segundo bloque de preguntas está o factor básico analizado da **procedencia dos visitantes**. O resultado da mostra indica que os mercados emisores orixe xeográfica da demanda cara as cidades do Eixo Atlántico son principalmente España (47%) e Europa (25%).

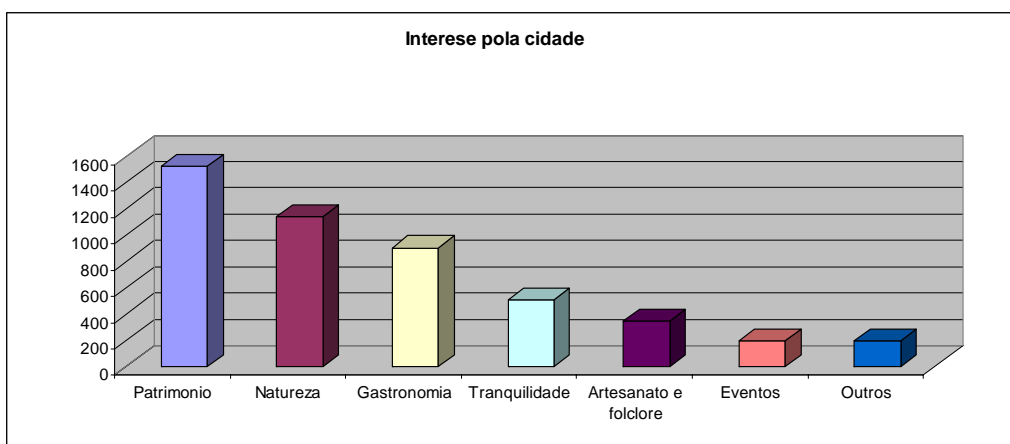
Gráfico 1 : Procedencia dos visitantes das cidades do EA



Fonte: Elaboración propia

Para o factor referido á motivación a partir da avaliación xenérica da elección do destino, o cadro seguinte recolle os os principais de **motivos de visita** da cidade/zona. Os encuestados responderon com maior frecuencia o ‘património histórico’ e a ‘riqueza natural e paisaxe’. A ‘gastronomia’ foi o 3º item mais asinalado mostrando a relevancia desta dimensión de cultura local como xeneradora de interese por parte dos mercados. Hai que destacar que o cuarto item é a tranquilidade e hospitalidade do destino o que debería terse en conta como un perfil de turista cultural.

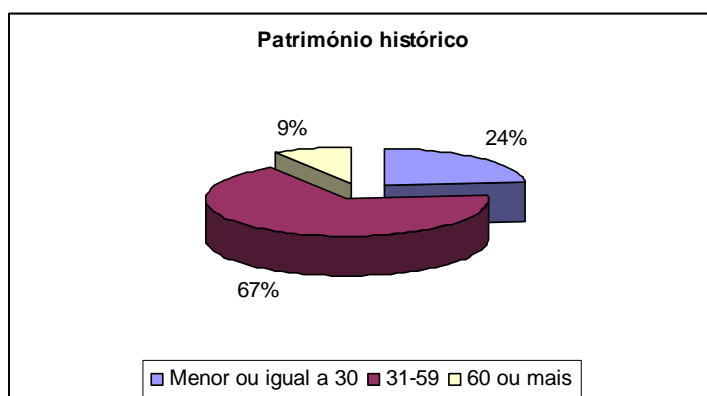
Gráfica 2: Motivos de interese pela cidade/zona do EA



Fonte: Elaboración propia

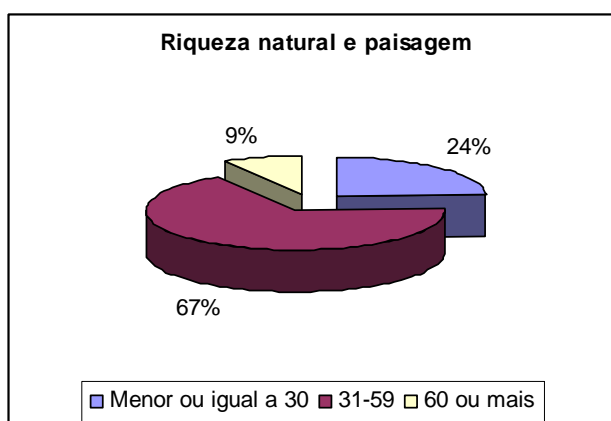
Este resultado está en sintonía cos coa promoción conxunta, na que destaca a existencia dun amplo Patrimonio do destino como atractivo turístico. Para profundizar na análise dos motivos da visita e relacionalos coa idade e procedencia, realizouse, a intersección entre os tres motivos principais de interese da cidade/zona con maior frecuencia– ‘Património histórico’, ‘Riqueza natural e paisagem’ e ‘Gastronomia’ – e as variables caracterizadoras ‘idade’ e ‘lugar de orixen’ que se recollen nas gráficas 3, 4 e 5.

Gráfica 3. Motivação Patrimoni/ vs idade



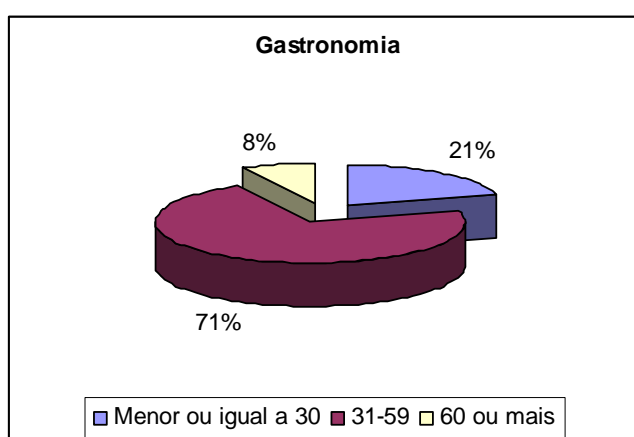
Fonte: Elaboração propia

Gráfica 4. Motivos Riqueza natural y paisaje/vs. idade



Fonte: Elaboração propia

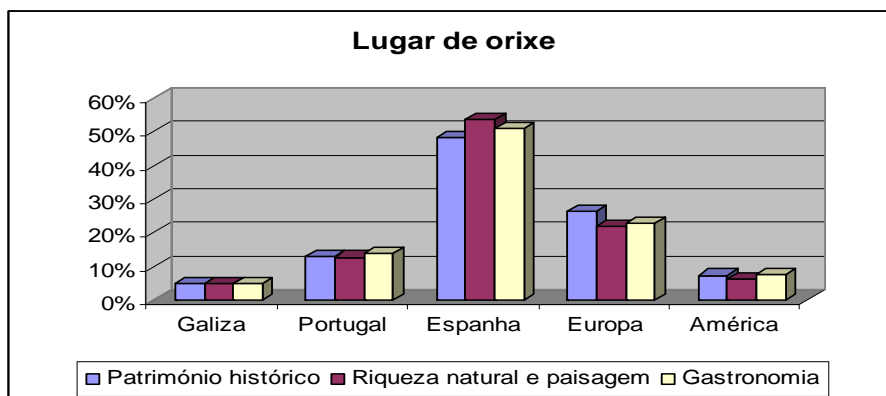
Gráfica 5. Motivo Gastronomía/vs. idade



Fonte: Elaboração propia

A importancia do cruce entre as motivacións principais e a idade é que a grande maioría dos casos (por riba do 67%) se sitúan na franxa de idade entre os 31 e os 59 anos. A estrutura do destino está en sintonía con este resultado, se recordamos a existencia de aloxamentos de calidade media- alta, que son os demandados maioritariamente nesta franxa de idade.

Gráfica 6 . Motivos vs. lugar de orixe

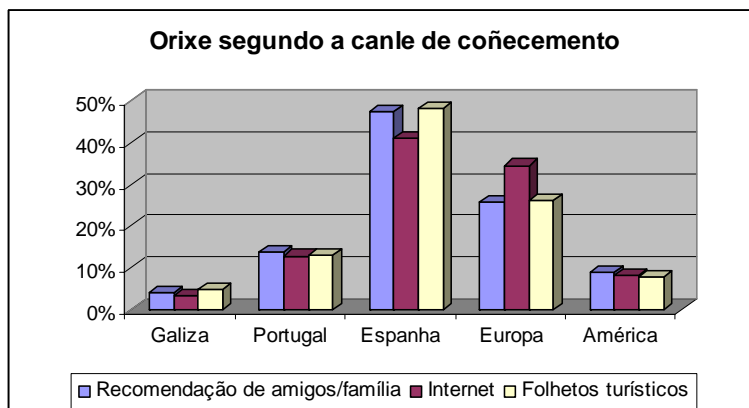


Fonte: Elaboración propia

Na gráfica 6 se presentan os resultados do cruce entre motivos da visita e o lugar de procedencia. A maioría dos proveñen de España, e en particular, no item ‘riqueza natural’ máis de metade dos casos (604/54%). O segundo lugar de orixen máis importante é Europa con mais do 22% dos casos. A importancia deste resultado é que a Eurorrexión en conxunto recibe os visitantes españois seguidos polos europeos, o que fortalece a hipótesis dun destino conxunto con permeabilidade entre as zonas, sendo a riqueza natural o principal atractivo que habrá que preservar.

Na análise dos resultados da enquisa se preguntou acerca de as **canles** polas que obtiveron **información sobre o destino**. O item máis sinalado foi a recomendación de amigos/família (807 casos). Este resultado indica que o “boca-orella” é un vehículo importante para inducir a demanda na rexión e o potencial de expansión e desenvolvemento das formas de comunicación. Para profundizar na análise fíxose un cruzamento ente os canles de información e o lugar de orixe, que se recolle na gráfica 7.

Gráfica 7. Fontes de coñecemento vs. lugar de orixen



Fonte: Elaboración propia

No referente às fontes de coñecemento da zona vs. lugar de orixen, se verifica que a distribución en termos relativos presenta grandes semellanzas nos casos de ‘Recomendación de amigos/familia’ e ‘Folletos turísticos’. Cerca de 47%/48% dos respondentes que contestaron estas categorías proveñen de ‘Espanha’ (380 e 201 casos respectivamente) e aproximadamente 14%/13% son portugueses (111 e 54 casos respectivamente). Para os resultados do estudo estes datos son relevantes xa que a maioría dos visitantes da zona son españois e europeos e utilizan a recomendación de amigos e os folletos como canles de coñecemento, aínda que os europeos presentan maior tendencia ao uso de internet.

Para finalizar coa mostra analizouse a intención de visita a outras cidades da rexión, coma unha aproximación ao **grado de mobilidade no destino**. Na enquisa se solicitaba que se indicara se tiñan intención de visitar outras cidades/zonas do Norte de Portugal e/ou da Galiza. A grande maioría, como se aprecia no cadro 6 respondeu afirmativamente (82,1%) dando a entender o interese que o conxunto da rexión ten para a demanda. Iste resultado reforza a hipótesis de partida de que a Eurorrexión funciona coma un destino e a complementariedade dos atractivos turísticos.



Cadro 6. Intención de visita a outros destinos na eurorexión vs. Idade

Intención de visita Variábles	Si	Non
Intención de visitar outras cidades Norte de Portugal e/ou da Galicia (%)	82,1%	17,9%
Idade (%)		
Menor ou igual a 30	26,12%	73,88%
31-59	66,32%	33,68%
60 ou máis	7,56%	92,44%

Fonte: Elaboración propia

Tamén neste último items realizou-se o cruzamento entre a intención de visita con a idade, destacando que os que maior intención teñen de visitar outras áreas da eurorexión encontra-se no intervalo 31 a 59 anos (1.079 casos/66%). Isto tamén manifesta a importancia desta franxa de idade como a principal no destino e consolida a importancia do deseño de produtos atractivos para a mesma no futuro que consoliden esta tendencia.

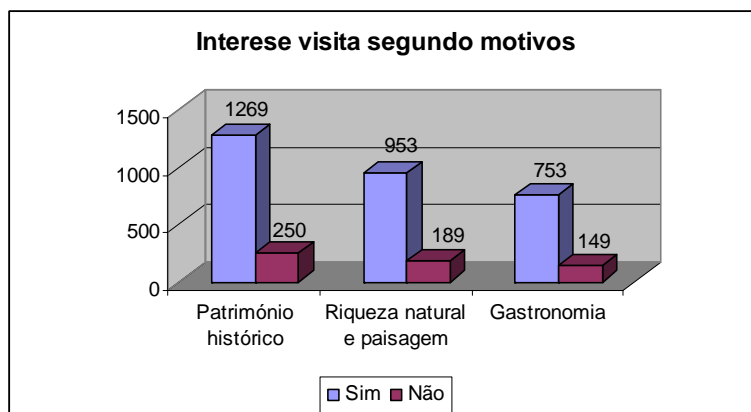
Cadro 7. Intención de visita a outros destinos vs.. lugar de orixen

Intención de visita Variábles	Si	Non
Intención de visitar outras cidades Norte de Portugal e/ou da Galicia (%)	82,1%	17,9%
Lugar de orixe (%)		
Galiza	4,67%	95,33%
Portugal	11,64%	88,36%
Espanha	49,78%	50,22%
Europa	27,13%	72,87%
América	6,78%	93,22%

Fonte: Elaboración propia

O seguinte cruzamento é o de intención da visita e lugar de orixe para buscar as similitudes ou diferenzas entre os turistas segundo a súa procedencia. No cadro 7 destaca que o número de casos e percentaxes máis elevadas dos enquistados que asinaron a intención de viaxar a outras áreas da rexión, son España (800 casos/50%) e Europa (436 casos/27%).

Grafica 8. Intención visita a outras cidades vs motivo de interese



Fonte: Elaboración propia

Para rematar se presenta o cruzamento ente intención de visita e motivos principais da visita. Observase na gráfica 8 que o ‘Património histórico’ é o motivo polo que os visitantes presentan maior tendencia a desprazarse na euorrexión seguido da riqueza natural e a gastronomía. Isto volve a reforzar a importancia destas motivacións e avanza as líneas de traballo para consolidar o destino turístico no medio e longo prazo.

5. CONCLUSIÓNS

O principal obxectivo da asociación de municipios do Eixo Atlántico é a integración e cooperación en turismo, polo que o análise realizado, a pesar das dificultades ao acceso de información estadística, se presenta de forma conxunta. Se ben existe a disposición acooperación, se detectaron no estudio das páxinas web dos municipios unha falta de coordinación de cara a establecer unha estrutura turística homogénea. Existen notables diverxencias nos datos e na información turística, tanto do lado galego, coma do portugués.

Nesta investigación se detectaron as estruturas turísticas das cidades, presentando complementariedade tanto na oferta como nas tipoloxías turísticas.

Destaca a adecuación do tipo de aloxamentos á categorización das cidades, polo que naquelas cunha maior vocación urbana o tipo de aloxamento maioritario son hotéis e aquelas cidades cunha dimensión rural a tipoloxía corresponde a aloxamentos rurais e de menor dimensión. Isto é importante de cara ao deseño dos produtos asociados, onde haberá que considerar a complementariedade e sobre todo, o potencial de interese dos mercados emisaos aos que se poden ofrecer produtos diversos de calidade.

No relativo aos atractivos turísticos foron estableceron catro grandes grupos ou tipoloxías de produtos que constituirían o cerne da oferta turística da rexión, constituida en dous Eixos litoral e interior: sol e praia (no Eixo litoral co destino Rías Baixas), o Histórico e etnográfico (eventos de recreación histórica e de contido popular unidos á vida rural-agraria), o urbano (eventos e atractivos das cidades) e a Natureza (produtos mistos con base no Turismo no espacio rural). Todos eles cun claro compoñente de complementariedade entre as cidades e abordando a importancia da xestión conxunta.

Pola sua parte e no que se refería á demanda, os resultados da enquisa confirman que os visitantes perciben os atractivos principais do destino conxunto: patrimonio histórico e cultural, paisaxe e gastronomía. Ademáis do cruzamento entre as motivacións principais e a idade destaca que a grande maioría dos casos (por riba do 67%) se sitúan na franxa de idade entre os 31 e os 59 anos. Ademáis este resultado está en sintonía coa estrutura da oferta aloxativa cunha maior presenza de aloxamentos de calidade media- alta, que son os demandados maioritariamente nesta franxa de idade.

O mercado emisor coa taxa máis elevada de desprazamentos é o peninsular, seguido en lóxica, polo europeo. Ademáis, os españoles veñen motivados en maior medida pola oferta de natureza, mentras que os europeos mostran máis interese polo patrimonio, e os dous igualmente pola gastronomía. Comprirá ter esto en conta para mellorar a presentación idiomática das páxinas web, así como para consolidar e/ou modificar ofertas en función dos destinatarios.

Tamén se analizaron as canles principais de coñecemento do destino, destacando que son os amigos e a familia, seguidos do uso progresivo de internet. Isto debería levar a unha reflexión sobre a importancia de conseguir unha razoable satisfacción dos turistas polos servizos recibidos, o que contribuirá a consolidar a transmisión do interese polo sistema tradicional “boca-orella”, pero ao mesmo tempo, cómpre revisar moi a fondo os contidos de internet e en especial, a sua estrutura de enlaces, poisque canto maiores señan as facilidades de navegación e de información, máis crecerá o potencial da demanda.

En todo caso, pode considerarse confirmasda a hipótese de que a euorrexión posúe os factores que permiten deseñar un destino turístico conxunto transfronteirizo, partindo das ofertas actuais das cidades, unha vez estrablecida a estrutura do destino e posta en común de actuacións, ofertas e promocións. O desafío para o futuro é consolidar o destino e proxectar cara os mercados emisores unha imaxe conxunta que utilice todo o potencial dos recursos turísticos comúns.

BIBLIOGRAFIA.

- Ashworth, G. J., Dietvorst, G. J. (edit.) (1995) *Tourism and Spatial Transformations. Implications for Policy and Planning*. CAB International.
- Aydalot, P (1986) *Milieux innovateurs en Europe*. Economica. Paris
- ADETURN (1999) *Turismo Norte de Portugal – Guia de alojamento, Porto e Norte de Portugal*. Porto
- Coffey, W.J and Pòlese, M (1985) “Local development: conceptual basis and policy implications” in *Regional Studies* 19: 85-93
- Dominguez, L (2008)(dir) *Chaves-Verín: a eurocidade da auga*. Ed. Eixo Atlántico. Vigo
- Domínguez, L e Pardellas, X (2007) *Axenda Estratéxicadas cidades do Eixo Atlántico*. Ed. Eixo Atlántico. Porto
- 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.
- Fyall , A. and Garrod, B. (1998) “ Sustanaibility and Rural Heritage” in May, D. and O’Halon, L. (edit) *Rural Tourism Heritage,Sustainable Options*. Scottish Agricultural College. Auchincruive
- Fua, G. (1988) *Small-scale industry in rural areas: the Italian experience*. K.J. Pub. London
- 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.
- Inskeep, E. (1988) “Tourism Planning: An Emerging Epeccialization”. *Journal of the American Planning Association* 54:360-372.
- (1991) *Tourism planning. An integrated and sustainable approach*. UNR.
- Maillat, D (1998) “Interaction between urban systems and localized productive systems” in *European Planning Studies* 6:117-129

- Manning, T (1999) “Indicators of tourism sustainability” *Tourism Management* nº 20, p. 179-181
- Pardellas, X. (2002) *Aproximación á actividade turística nas cidades do Eixo Atlántico*. Vigo: Ed, Eixo Atlántico.
- Pardellas, X., Padín, C. (2001) “El patrimonio Etnográfico y el desarrollo local: El Baixo Miño como destino turístico en Galicia” in *Actas IV Congreso Turismo, Universidad y Empresa*. Castellón
- Pardellas, X et al (2003) “El desarrollo local y la cooperación ente España y Portugal” in *Actas do IX Encontro Nacional da APDR*. Colecção APDR. Coimbra
- Pardellas, X. et al (2008) *Estratexias turísticas das cidades do Eixo Atlántico*. Ed. Eixo Atlántico. Vigo
- Pearce, D. (1995) *Tourism Today: A Geographical Analysis* (2nd ed.). New York: Longman.
- Ryan, C (1999) “Issues of sustainability in tourism” in *Tourism Management* 20: 177-192
- Roberts, L y Hall, D (2001) *Rural Tourism and Recreation*. CABI Publishing. Oxon
- Souto, XM (2005) (dir) *Segundos Estudos Estratéxicos do Eixo Atlántico*. Ed. Eixo Atlántico. Vigo
- SwarBrooke, J., Horner, S. (1999) *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann
- Vazquez Barquero, A. (1999) *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Ed. Pirámide. Madrid.
- Vera, F. (Coord) (1997) *Análisis Territorial del Turismo*. Ariel. Barcelona
- (2002) “Estrategias de diversificación y diferenciación en destinos turísticos litorales” in Pardellas X (dir) *Estrategias turísticas urbanas*. AECR. Vigo