

UNA PROPUESTA DE TURISMO SOSTENIBLE PARA EL MUNICIPIO DE CALDAS DE REIS (PONTEVEDRA)

Xulio X. Pardellas de Blas

Carmen Padín Fabeiro

Universidad de Vigo

RESUMEN

El turismo como actividad económica presenta cada vez en mayor medida una notable importancia en el ámbito local, aportando ingresos y empleo, además de servir como motor de desarrollo de otros sectores económicos, tales como agricultura, pesca, artesanía, construcción, transporte, etc. Sin embargo, también es cierto que puede significar un factor desequilibrador e incluso tener un impacto negativo sobre el territorio, por lo que es preciso un debate sobre los problemas de su desarrollo.

Existe en la actualidad una importante y valiosa literatura científica sobre el tema de la sostenibilidad del turismo, que es usada en este trabajo tratando de aportar una aplicación concreta al municipio de Caldas de Reis (Pontevedra), con los datos del estudio realizado por los autores en 2003 para analizar un proyecto de desarrollo turístico en el área de influencia del municipio con fondos de la iniciativa europea Leader, y en el que se llevó a cabo un inventario y auditoría de sostenibilidad de los recursos.

Palabras clave: planificación, auditoría, sostenibilidad.

ABSTRACT

Tourism is an economic activity of increasing importance at local level in terms of income and employment. This activity becomes as well the engine behind the development of other economic sectors such as agriculture, fisheries, crafts, housing, transport, etc. However, tourism may become a factor leading to imbalances and even have a negative impact on the territory. Thus, a serious discussion about the problems derived of this activity must be fostered.

At present the literature on the topic of sustainable tourism is vast and valuable. Such works lay the basis for this paper, where the authors try to apply the literature to the municipi-

Fecha de recepción: 26 de mayo de 2004.

Fecha de aceptación: 25 de junio de 2004.

Departamento de Economía Aplicada. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Vigo. Lagoas Marcosende s/n 36310 VIGO. Pontevedra (España). E-mail: xulio@uvigo.es y padin@uvigo.es

pality of Caldas de Reis (Pontevedra) using the data collected by the authors for their study on the tourist development project of the influence area of the municipality. This study was carried out in 2003 with funding from the European Initiative Leader. An inventory and audit of the sustainability of the resources were undertaken as part thereof.

Key words: planning, audit, sustainability.

1. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA COMO FACTOR DE DESARROLLO: LOS RECURSOS LOCALES

De acuerdo con gran número de investigadores (Torres, 1996; Vera, 1997; AECIT, 2002), y especialmente en los últimos informes de la Organización Mundial del Turismo (2001), las nuevas tendencias de la demanda turística tanto cualitativa, como cuantitativamente, presentan una diversidad creciente, lo que visto desde el lado de la oferta significa que hoy es posible elaborar un número casi infinito de productos turísticos que resulten atractivos para algún segmento relevante de la demanda. La consecuencia en el ámbito local es que cualquier territorio dispone de recursos potencialmente interesantes para ofertar y por otra parte, estos recursos locales son por definición endógenos, luego es coherente la estructuración de una oferta turística local que actúe a medio plazo como un importante factor de desarrollo.

Por razones obvias, en este apartado nos limitaremos a proponer una breve reflexión sobre dos cuestiones de singular relevancia alrededor de los dos problemas fundamentales que debe encarar el desarrollo en el ámbito local: por una parte la consolidación del proceso, esto es, la continuidad en el tiempo de las actividades económicas y sobre todo, la estabilidad de las mejoras conseguidas en equipamientos y nivel de vida para el conjunto de la comunidad social. Por otra parte, la sostenibilidad en el uso de los recursos, o lo que es lo mismo, la preservación de los patrimonios natural e histórico eventualmente usados como recursos principales de la actividad turística, lo que en realidad constituye la condición básica para conseguir la estabilidad antes citada (Torres, 1996).

En términos sintéticos, un destino turístico está constituido por un lugar de consumo con una determinada imagen de simbolismo social, donde los visitantes pueden disfrutar de servicios y adquirir productos materiales en el contexto de una concreta combinación de componentes, que de acuerdo con su mejor o peor organización transmitirá una determinada percepción de calidad (Vera, 1997). Con esa visión, la articulación territorial del turismo presenta hondas conexiones con el resto de las actividades económicas, y no se limita a los procesos que transforman entornos y ambientes naturales, y crean productos turísticos para satisfacer aquellas demandas de los visitantes. Por otra parte, el turismo como actividad económica, pero también como fenómeno y práctica social, integra formas singulares de actuación y relación que afectan al territorio y condicionan al resto de las actividades y relaciones económicas y sociales, configurando una nueva estructura territorial, social y económica (Hiernaux, 1996).

El debate en este momento aparece centrado en la elección de un modelo de oferta por parte de los territorios en recesión o claramente atrasados, que deben asumir el impacto

del turismo en la economía local, reconfigurando una nueva estructura de su sistema productivo (Hiernaux, 1996), pero que al mismo tiempo han de esforzarse en preservar su identidad social y cultural como un valor fundamental, conjurando el peligro del folclorismo turístico, que implicaría la negación de su singularidad y la destrucción de sus recursos a medio plazo, o también el riesgo de la denominada, y menos visible, fusión de culturas, habitualmente con clara ventaja para la cultura dominante, la del turista (Pizam y Mansfield, 2000).

Aunque no siempre de forma explícita, aquel debate aparece interrelacionado en paralelo con el del propio modelo de desarrollo local, enfocado a su vez desde las dos alternativas más claras en este momento: prestar simplemente facilidades a las empresas y dejar actuar al mercado dentro de un razonable control social, o planificar la orientación de la actividad económica en conjunto, con el objetivo de incrementar el bienestar de toda la sociedad. En el primer caso el turismo tendría la consideración de un subsector económico más, interrelacionado en mayor o menor medida con los otros, en función de su especificidad y estacionalidad, mientras que en el segundo caso la actividad turística tiende a integrarse en el conjunto del sistema productivo local con sinergias positivas, destacando por otra parte, que para la demanda turística el nivel de satisfacción está directamente relacionado con la percepción de tales sinergias, o dicho con otras palabras, depende del mayor número de elementos que incidan en su bienestar dentro del destino (Swarbrooke, 1999).

Como es lógico, también esto aparece condicionado por la sostenibilidad, concepto multivariante de especial relevancia en el ámbito local y sobre todo en los destinos inmaduros, siempre los más vulnerables como ya apuntamos, al riesgo de deterioro de sus recursos, bien por un uso incorrecto, bien por conseguir beneficios a corto plazo, o bien por inexperiencia o por necesidad. La Organización Mundial del Turismo (1993) define como turismo sostenible al que se orienta a satisfacer las necesidades de los turistas actuales, generando ingresos y bienestar social en el destino, pero al mismo tiempo conservando los recursos y garantizando la continuidad de las ofertas y de las actividades a largo plazo. Desde nuestro punto de vista y en rigor, constituye un concepto que implica en cualquier caso, la utilización de un modelo de gestión de los recursos desde la perspectiva de su proyección hacia el futuro, esto es, un modelo planificado.

2. TURISMO Y SOSTENIBILIDAD

Desde la perspectiva anterior, la planificación del turismo implica un elevado control social de las actividades y de sus efectos sobre los recursos, y también por otro lado, el objetivo de que la mayor parte de los beneficios económicos se trasladen al conjunto de la comunidad en sus diversas formas: incremento de la renta y los ingresos, creación de empleo, equipamientos, infraestructuras, etc. En ese sentido, la planificación de la actividad turística deberá entenderse como una parte de la estrategia de desarrollo local, integrarse en el sistema productivo y no constituir en ningún caso un elemento aislado y autónomo en el territorio.

Por su parte, hace ya tiempo que el incremento de las actividades turísticas y el uso de los recursos ha generado a su vez un importante debate con respecto a su evolución dentro del concepto de sostenibilidad. Pearce (1978) examina el conflicto existente en

la literatura sobre el tema, partiendo de la nueva hipótesis que ya no considera al turista óptimo *per se*, y analizando las situaciones y contextos en los se mueve para diagnosticar los beneficios o pérdidas que supone su consumo de servicios turísticos. El debate en la actualidad todavía se caracteriza por la fragmentación disciplinar, ya que los diferentes autores analizan y argumentan a favor o en contra desde análisis compartimentados (Monfort, 2003). En algunos casos se tiende a realzar las ganancias económicas y sociales desde el aspecto positivo de la creación de empleo, a cambio de un pequeño e inevitable deterioro de los recursos (negativo para la comunidad, pero coste cero para los empresarios), tal como denuncia Torres (2003). Y en general, señala Pearce (1995) que frecuentemente esas diferencias vienen motivadas por metodologías débiles y desconocimiento de las diferentes formas de desarrollo turístico, además de que se pueden realizar procesos similares de desarrollo que provocan impactos diferentes según el contexto en el que se desarrollen.

La mayor parte de los estudios analizan el impacto del turismo en procesos ya desarrollados, pero nuevos análisis evalúan los efectos probables del desarrollo antes de que el proyecto siga su curso (Ávila et al, 2002). En el caso de destinos emergentes también es necesario analizar los posibles impactos y repercusiones que puede provocar la actividad. En consecuencia, es necesario distinguir entre los efectos en el *entorno físico*, donde es importante la adaptabilidad de la actividad turística al entorno en los aspectos que se relacionan con las condiciones físicas del mismo: suelo, vegetación, relieve, paisaje, fauna, clima, etc. En segundo lugar, sus repercusiones en el *entorno social y cultural*, donde debemos considerar la evolución demográfica, las tradiciones, el idioma o la posible relación de dependencia con respecto a la cultura dominante del turista.

Por último las consecuencias en el *entorno económico* son con frecuencia las más analizadas, haciendo una aproximación a la estructura empresarial del sector, a su tamaño y diversidad, a sus interrelaciones con el resto del sistema productivo local, a su dependencia del exterior, etc. Estos factores influirán en el alcance y participación de su población en los costes y beneficios de la actividad.

2.1. Impactos ambientales

Es fácil observar en los últimos años una tendencia creciente en la demanda de productos que responden a criterios ambientales y/o ecológicos, y el turismo no es ajeno a esta tendencia. La naturaleza se está convirtiendo en uno de los atractivos fundamentales del turismo. Ahora bien, este creciente interés de la demanda por la ecología no es suficiente por sí solo para asegurar la preservación del entorno, condición imprescindible para un sector turístico sostenible a largo plazo. Con esa visión, es obvia la interdependencia entre las actividades turísticas y la gestión ambiental. En positivo, la demanda turística justifica y financia los gastos de aquella gestión y garantiza el valor social y el propio valor económico de la conservación. En negativo, un excesivo incremento de visitantes a un entorno natural concreto implica un rápido desequilibrio entre los iniciales beneficios económicos y su evolución decreciente a medida que el deterioro ambiental provoca un descenso del interés de los turistas y por lo tanto, menores visitas e ingresos (Valls, 2003).

El concepto de impacto ambiental del turismo se suele relacionar con las repercusiones de las actividades turísticas en el medio natural, con especial referencia a la capacidad de carga física de una región. La definición mayoritariamente aceptada es la Mathieson y Wall (1982) quienes la definieron como el máximo número de personas que pueden utilizar un emplazamiento sin provocar una alteración irreversible en el entorno natural y sin un declive inaceptable en la calidad de la experiencia de los visitantes. Esta definición ampliamente aceptada no está exenta de problemas, ya que la capacidad es un límite impreciso que depende fundamentalmente del perfil sociológico de los visitantes y del modelo de turismo que demandan/producen.

Esta capacidad hace evidente un umbral crítico a partir del cual la calidad subjetiva de la experiencia turística se deteriora por el hecho de haber rebasado un límite de visitantes por unidad de superficie y tiempo. Así, un municipio puede presentar masificaciones en los meses de temporada alta, lo que implica densidades de población muy superiores a las que se da a lo largo del año. Esta situación temporal ocasiona una especial presión sobre las infraestructuras y el equipamiento local, con efectos directos sobre la producción de residuos, el uso de espacios naturales, y la calidad de los atractivos naturales como playas, mar o agua dulce, de tal forma que la capacidad de carga dependerá de la percepción por parte de los visitantes y esta a su vez de variables más objetivas, como su poder adquisitivo, nivel cultural, hábitos, etc.

El modelo turístico dominante en España (y en general en una mayoría de destinos emergentes en todo el mundo), es aquel que tiene como objetivo atraer al máximo número posible de visitantes, conseguir que permanezcan en el destino un periodo de tiempo prolongado consumiendo servicios y otros bienes, y sobre todo, reducir al mínimo los costes fijos de explotación para aumentar el beneficio empresarial (Morant et al, 1996). De hecho, el denominado turismo de sol y playa funcionó sobre la base de usar estos dos recursos a coste cero para las empresas, y sólo en los últimos diez años podemos observar algunas actuaciones de la administración (ahora ya generalizadas), obligando a establecer en el litoral medidas correctoras de la contaminación.

En ese contexto deben usarse los conceptos de deseconomías externas para relacionar las actividades de los agentes económicos privados con los bienes colectivos; la sociedad tiene que enfrentarse a costes crecientes derivados del impacto ambiental, como son la contaminación de las aguas, el deterioro de los fondos marinos, los cambios en el paisaje, etc, que para las empresas significa utilizar un bien escaso a un precio cero (Torres, 2003). Aquí se presenta una situación que enfrenta intereses económicos y ecológicos, pero también no hay que olvidar que son intereses privados y colectivos, tratándose de una situación definida en sentido *paretiano* como aquella en que nadie puede aumentar su bienestar sin disminuir el del otro. Las correcciones más usadas apuntan a igualar el coste social y el coste privado obligando al pago de un impuesto al emisor de la contaminación (al agente que provoca el efecto externo en cuestión). Esta solución se ha llevado a cabo mediante la implantación de las ecotasas, impuestos a los agentes contaminantes para motivar prácticas respetuosas con el ambiente e inversiones que eliminen los impactos. Pero de nuevo encontramos en el debate social —e incluso en el académico—, el reflejo de aquel enfrentamiento entre intereses públicos y privados. La filosofía de las ecotasas era conseguir que la contaminación no generase un beneficio extra a sus responsables, o lo

que es lo mismo, que el coste de contaminar nunca sea menor que el beneficio conseguido, con lo cual desaparece el traslado a la colectividad de ese coste privado y el efecto disuasorio puede funcionar. Sin embargo, no faltan detractores a esta decisión administrativa con el argumento de que provoca la fuga de inversiones y la reducción del empleo.

Propuesta como una solución viable en el contexto económico actual del sector turístico, Brunet y Belzunegui (1999) exponen la caracterización de un modelo de planificación sostenible de la actividad turística frente a los modelos tradicionales que causan los graves problemas que se exponen en el cuadro (analizado para los destinos litorales).

Cuadro 1
IMPACTOS AMBIENTALES

| CARACTERÍSTICAS MODELO TRADICIONAL | CONSECUENCIAS SOCIO-ECOLÓGICAS | RESPUESTA TURÍSTICA |
|---|---|---|
| Libertad de circulación. Potenciación insuficiente de vehículos colectivos | Polución de áreas turísticas por efecto CO2 | Mejora de las infraestructuras viarias de accesibilidad |
| Colonización de nuevos espacios naturales para la construcción | Desajuste y destrucción paisaje | Crecimiento importante de las segundas residencias. |
| Construcción de canalizaciones de agua y depuradoras | Polución de aguas y agotamiento acuíferos | Incremento del consumo de la oferta de ocio relacionado con el agua: parques acuáticos, campos de golf, consumo privado |
| Oferta expansiva de servicios de restauración y de comercio en general | Desajuste sobre el equilibrio de la economía productiva | Proliferación de establecimientos de servicios de restauración con bajas cuotas de calidad |
| Concentración de la contratación temporal en el sector servicios | Desregularización de las relaciones laborales | Precarización del empleo |
| Masificación de la oferta turística | Dificultad de establecer controles estándar de calidad de productos | Falta de controles institucionales que restringan la oferta |
| Masificación demanda | Dificultades para la absorción de las demandas derivadas de grandes colectividades, como por ejemplo las sanitarias | Costes añadidos a los municipios en servicios estacionales |

Fuente: Brunet y Belzunegui (1999).

Aunque no sea este el único modelo alternativo y existen otras propuestas de planificación turística sostenible (Vera e Ivars, 2003; Ritchie, 2003) ya fue apuntado que la evolución de la conciencia social sobre el valor del entorno está siendo trasladado a la actividad turística, de forma que la calidad ambiental es hoy un factor clave en la competitividad del sector, con una incidencia cada vez mayor tanto en la práctica empresarial como en las actuaciones de la administración.

2.2. Impactos socio-culturales

En lo que respecta a las cuestiones sociales, debemos recordar que el turismo no es considerado aquí una actividad económica más, sino un conjunto de actividades que transforman sin destruirlos un cierto número de recursos naturales e históricos genéricos, constituyendo una práctica social colectiva que por sus especiales mecanismos de relación afecta a un territorio y a dos comunidades sociales: *la que se desplaza* (los turistas), definida por unas características culturales concretas, y *la que habita en aquel territorio*, definida igualmente por otros rasgos culturales que incluso pueden ser absolutamente diferentes a los de los primeros, y aquí radicaría el atractivo y/o la motivación para el desplazamiento (Vera, 1997). Desde esta perspectiva, más que una actividad económica, el turismo podría ser catalogado como un intercambio cultural entre sociedades, que precisa situarse en un territorio, que utiliza sus características y recursos, que implica actividades económicas, y que puede llegar a reconfigurar y reordenar ese territorio.

Durante las primeras etapas del desarrollo de la actividad turística en un destino la población local suele acoger bien a los turistas por las expectativas positivas que conlleva (creación de empleo, mayores ingresos), pero a medida que la rivalidad por los recursos locales se agrava, los residentes van reduciendo el entusiasmo inicial, llegando incluso al rechazo, sobre todo en aquellos destinos donde domine el turismo de masas, y donde se acaban formando *getthos*, en los que los turistas reciben un trato especial y mantienen sus costumbres, sin existir apenas integración con la sociedad receptora (Mathieson y Wall, 1982, p. 121), «*el turista de masas está rodeado por, pero no integrado en, la sociedad receptora*». Aceptando la definición de la Organización Mundial del Turismo (1998), según la cual los impactos socioculturales del turismo son el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen, entre los residentes y los visitantes, bien directamente o por la mera observación de estos últimos (efecto demostración), es obvio que la intensidad y la forma del impacto variará en función del tipo de visitantes atraídos, de las diferencias socioculturales, del grado de adaptación, etc, que pueden variar notablemente en el tiempo, desde la configuración de un destino emergente a su consolidación como destino maduro.

En el cuadro se recogen los impactos socioculturales del turismo en la sociedad receptora según la Organización Mundial del Turismo (1998) y resumidos por Saste et al. (2002).

Cuadro 2
RESUMEN DE LOS IMPACTOS SOCIOCULTURALES DEL TURISMO

| Fatores asociados con el turismo | Impactos positivos | Impactos negativos |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • El uso de la cultura como atracción turística • Contactos directos entre turistas y residentes • Cambios en la estructura económica y roles sociales • Desarrollo de las infraestructura • Aumento de la población de turistas | <ul style="list-style-type: none"> • Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas • Incremento de las culturas tradicionales • Ruptura de los estereotipos negativos. Aumento de las oportunidades sociales • Mayores oportunidades económico-sociales • Disminución de las desigualdades sociales • Aumento de las oportunidades de ocio • Mejora de las condiciones sanitarias, educación y mejora de la calidad de vida | <ul style="list-style-type: none"> • Cambio en las actividades tradicionales. Invasión de la privacidad • Aumento de la comercialización • Introducción de enfermedades • Efectos demostración • Conflictos y tensión en la comunidad • Pérdida del lenguaje • Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio • Congestión, multitud, aumento de la criminalidad |

Fuente: Sastre, A. Payeras, M. (2002) *Apuntes de metodología de la investigación del turismo*. OMT 1998.

Los efectos positivos del turismo desde el punto de vista social son los que implican una mejora en la calidad de vida de la población local, observando casos en los que se producen cambios sociales inducidos, como una mayor tolerancia, o la movilidad en sociedades jerarquizadas, entre otros (OMT, 1998). Por otra parte, la actividad turística en función de los recursos movilizados puede revitalizar el interés de la comunidad local por la cultura propia, tradiciones, costumbres, artesanía, folklore, contribuyendo a recuperar y conservar monumentos y lugares históricos como patrimonio material, e incluso formas de vida y de trabajo tradicionales como recursos etnográficos inmateriales, aunque la propia OMT advierte sobre los peligros de una incorrecta mercantilización del legado cultural.

2.3. Impactos económicos

El análisis económico del turismo ha ido adquiriendo una notable complejidad en los últimos años, a medida que sus interrelaciones con el conjunto del sistema productivo de cada país o región fueron evidentes. En España existe ya una importante literatura

científica que muestra la relevancia de este análisis (Bayón, 1999; AECIT 2002). Aun así, gran parte de los estudios se centran en la medición del gasto de los turistas (ingresos globales o facturación total de las empresas relacionadas con el sector, por ejemplo, a través de encuestas a los visitantes), o en la aportación del turismo al crecimiento del PIB (Figuerola, 1999). Las cuentas satélite del PIB y las tablas input-output siguen siendo una valiosa herramienta de investigación, pero de limitada aplicación al ámbito local como sería objetivo inicial de este estudio. Ahora bien, antes de clasificar las tipologías de los impactos económicos del turismo, y desde las consideraciones anteriores, es necesario subrayar que ya a corto plazo siempre van a estar condicionados por las propias características económicas, culturales y sociales del territorio (Wall, 1997), por lo que su estudio previo debería ser condición indispensable para estimar con rigor la evolución de los efectos económicos de las actividades turísticas en ese territorio.

Los impactos económicos generados por el turismo y su transmisión en la economía se pueden agrupar en las siguientes categorías (Martinez Roger, 2003; Goeldner and Ritchie, 2000; Swarbrooke, 1998):

- A. *Impactos primarios o directos*: son aquellos originados como consecuencia directa de la actividad turística. Se distingue entre los positivos y negativos, clasificándose en:
 - 1. *Beneficios directos*: que refieren a los ingresos relacionados con el gasto realizado por los turistas
 - 2. *Costes directos*: Gastos relacionados en reposición de bienes y servicios, así como las acciones encaminadas a proteger y/o reparar el medio ambiente.
- B. *Impactos secundarios o indirectos*: son los producidos a medida que el gasto turístico se incorpora en el resto de la economía. Se distinguen:
 - 1. *Directos*: gastos originados en la cadena originada en la demanda de bienes y servicios (se incluyen las comisiones a agencias de viaje, marketing, inversiones en bienes de equipo e infraestructura...)
 - 2. *Indirectos*: consecuencia de los gastos realizados en proveedores y servicios locales
 - 3. *Inducidos*: consecuencia de rentas en forma de salarios, dividendos e intereses que van pasando a manos de la población residente.
- C. *Efectos terciarios*: flujos monetarios que no han sido iniciados directamente por el gasto turístico pero que se encuentran relacionados de alguna forma con la actividad

Se puede deducir que en este contexto la parte del gasto turístico que permanecerá en la economía local va a depender de la proporción de empresas turísticas, proveedores y trabajadores locales frente los componentes foráneos presentes en cada ronda de gasto. En la clasificación de los impactos además hay que estudiar las amenazas para la zona receptora que representa el turismo. Así, en la categoría de impactos económicos del turismo se puede dividir en: beneficios o impactos positivos y costes o impactos negativos. Dentro de los costes se distinguen entre los costes directos o internos, que son aquellos en los que cabe la posibilidad de interiorizar ese coste haciendo pagar al turista una cantidad como

contrapartida al uso o disfrute de unos determinados bienes o servicios, y como ya apuntamos, existen otros costes por los cuales el turista no paga un precio: los costes externos o las disminuciones de utilidad que experimentan los residentes como consecuencia del consumo de los visitantes.

3. LA PLANIFICACIÓN DE UN NUEVO DESTINO DESDE LA SOSTENIBILIDAD: EL CASO DEL MUNICIPIO DE CALDAS DE REIS (PONTEVEDRA)

Dentro de las previsiones del programa LEADER 2003, el municipio de Caldas de Reis encargó un estudio a la Universidade de Vigo con la finalidad de conocer el potencial de sus recursos y en consecuencia, elaborar un diseño de orientaciones para planificar el desarrollo de las actividades turísticas que pudiesen acogerse a las ayudas comunitarias y dinamizar la economía local, dentro de una filosofía claramente sostenible a largo plazo.

La investigación partió del análisis y la caracterización del municipio como un destino emergente, teniendo en cuenta que la actividad turística apenas tenía relevancia en la economía local. Esto con independencia de sus aguas termales, descubiertas por los romanos y que permiten la explotación de dos hoteles-balnearios y el funcionamiento de 3 hoteles de dos estrellas y otros 6 de una estrella, que constituyen el alojamiento auxiliar de los usuarios de las termas por razones de salud. El equipo sin embargo, enfocó el trabajo aplicando el concepto genérico de territorio turístico complementario (Vera, 2002), en el área geográfica donde se encuentra el municipio de Caldas, situado en el «Camino de Santiago» portugués y dentro de una franja interior próxima al destino consolidado «Rías Baixas».

La hipótesis de partida era la existencia de un mercado emisor secundario (las Rías Baixas), con más de un millón de turistas en 2001 (Turgalicia, 2002), hacia el que se podía proyectar la imagen de Caldas como destino interesante para visitas cortas, a menos de 30 minutos de Pontevedra, Sanxenxo o Vilagarcía, con la expectativa a medio plazo de atraer desplazamientos directos desde los mercados emisores primarios (principalmente el centro y este de la península). Por otra parte, el problema suscitado era contrastar la posibilidad de configurar un destino consistente y eliminar los riesgos de un turismo masivo, que además partía con la situación débil de destino secundario con menor capacidad para seleccionar cualitativa y cuantitativamente a eventuales visitantes.

Para el análisis teórico existía una importante literatura científica que ayudó a simplificar las propuestas. De hecho, numerosos estudios proponen instrumentos funcionales, la mayoría desde un enfoque descriptivo, que en sus aportaciones más interesantes para este trabajo intentan explicar la relación dinámica entre el comportamiento turístico 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 multidestino de Lue, Crompton y Fesenmaier (1993), que propone cinco modelos de viaje: destino único, campo base, en ruta, tour regional y viaje encadenado. De forma complementaria, Pearce (1995) 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 de Gormson (1981), que incorpora los

cambios en el grado de participación local, y con mucho mayor interés para el caso de Caldas, 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), identificando las características y condiciones para que un destino sea atractivo.

Con estas herramientas de análisis, el estudio se inició con la realización de un inventario de recursos, dado que no se contaba con trabajos previos y datos suficientes, aunque el objetivo no era realizar una catalogación técnica exhaustiva con todos los recursos reales y potenciales, sino simplemente analizar las características esenciales de los principales recursos de la zona y seleccionar los de mayor relevancia a corto plazo en la configuración de una actividad turística sostenible.

De acuerdo con la metodología prevista, el inventario se llevó a cabo en dos fases, una primera centrada en la búsqueda de documentación existente, bien impresa (folletos, publicaciones e informes del Ayuntamiento), bien de Internet (páginas web del municipio y de la Xunta de Galicia), que permitió la clasificación y selección inicial de los recursos, y una segunda fase de contraste y revisión in situ de los resultados. Esta segunda fase, que consistió en un recorrido sistemático por toda la geografía municipal, determinó, como es lógico, la clasificación definitiva de los recursos, después de eliminar los dudosos, inaccesibles o ya inexistentes, y permitió completar la auditoría y el diagnóstico de su potencial turístico.

El cuadro 3 recoge los pasos de clasificación y el total de recursos finalmente auditados a partir de las propuestas de Leno Cerro (1993) y Fuentes (2001), agrupando los criterios en cuatro bloques:

1. *Localización.*

Que recoge la situación geográfica del recurso en el territorio, así como su denominación o nombre por el que se conoce.

2. *Información.*

Donde se especifican las vías y canales de obtención de datos sobre el recurso, tanto en los mercados emisores de turistas, como en el propio destino, esto es, los mecanismos para informarse y las características de señalización en el destino que faciliten su localización

3. *Accesibilidad.*

Referencia a las rutas de acceso al recurso, o transporte que se podría emplear, las restricciones de entrada en su caso, etc.

4. *Uso turístico.*

Este apartado recoge los rasgos actuales de explotación económica o empresarial del recurso en el caso de existir y el eventual control administrativo de su capacidad de carga. Por otra parte, de no tener explotación, se introduce un factor valorado de potencial de uso.

Cuadro 3.
AUDITORÍA Y DISTRIBUCIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE CALDAS

| Categoría del recurso | Nº recursos 1ª fase | Nº recursos 2ª fase | Nº recursos Audit. final |
|------------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------|
| <i>Naturales</i> | 33 | 24 | 14 |
| <i>Arte/ Monumentos</i> | 75 | 49 | 27 |
| <i>Etnografía material</i> | 14 | 14 | 4 |
| <i>Etnografía inmaterial</i> | 31 | 25 | 6 |
| Total | 153 | 112 | 51 |

Fuente: Elaboración propia

El resultado final indica que el municipio posee una razonable variedad de recursos turísticos, con un grado de singularidad no superior a los de otros municipios del interior de Galicia, pero potencialmente atractivos para el mercado emisor secundario de las Rías Baixas. Para la propuesta final se tuvieron en cuenta las dos combinaciones de categorías con mayor interés y singularidad en aquel entorno: naturaleza y etnografía por una parte, e historia por la otra. La estructuración de la oferta tuvo en cuenta la reducción del impacto ambiental por medio de un control administrativo de las rutas y sobre todo, del impacto sociocultural, teniendo en cuenta que las actuaciones sobre los recursos etnográficos e históricos estarían definidos en todo momento por los expertos que nombrase la institución local.

Un primer bloque de propuestas recogía el concepto de parque ambiental en el río Umia que atraviesa el municipio, con dos nodos principales:

- una ruta circular por el río
- actividades deportivas en el embalse próximo al casco urbano

Un segundo bloque utilizaba la historia como recurso básico, con otros nodos principales:

- La configuración del casco urbano como ecomuseo termal vivo
- La potenciación del «Camino de Santiago» portugués

En ambos bloques se integraban los productos o atracciones periféricas de mayor singularidad: rehabilitación y funcionamiento de dos molinos de agua, reconstrucción de la primera central hidroeléctrica de Galicia, gastronomía y centro de interpretación termal, entre los más destacados.

CONCLUSIONES

- Evaluados los recursos del municipio de Caldas de Reis, los resultados mostraron la existencia de un razonable potencial turístico, resumido en recursos naturales, etnográficos e históricos, con un notable grado de singularidad dentro de su entorno geográfico próximo
- El municipio está a 20 kms al norte de Pontevedra, con un acceso directo a la autopista A-9, que lo sitúa en una isocrona máxima de 30 minutos desde los principales centros turísticos del destino «Rías Baixas»
- La oferta turística de Caldas puede proyectarse inicialmente como una atracción complementaria de aquel destino, que actuaría así como mercado emisor secundario, con un potencial de casi un millón de turistas/año en el conjunto de las tres rías
- El estudio demostró que era posible configurar en Caldas un destino de interior basado en la filosofía de un turismo sostenible, orientado a un mercado emisor con modelo de sol y playa

BIBLIOGRAFÍA

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO (AECIT) 2002: *La Actividad Turística Española en 2000*. Madrid.
- ÁVILA, R. (2002): *Turismo sostenible*. Iepala. Madrid.
- BAYÓN, F. (Dir.) (1999): *50 años del turismo español*. Ramón Areces. Madrid.
- BRITTON, S. G. (1980): A Conceptual Model of Tourism in a Peripheral Economy. Tourism in the South Pacific: The Contribution of Research to Development and Planning. NZ MAB Report N° 6, D. G. Pearce, ed.; pp. 1-12.
- FIGUEROLA, M. (1999): *Introducción al estudio económico del turismo*. Civitas. Madrid.
- FIGUEROLA, M. (2002): «Contribución del Turismo a la Economía Española», en *La actividad turística española en 2001*. AECIT. Madrid.
- FIGUEROLA, M. (1985): *Introducción al Estudio Económico del Turismo*. Civitas. Madrid.
- FUENTES, R., VASSEROT, C. (2001): *El Turismo Interior en Málaga*. Málaga: Diputación Provincial de Málaga.
- GOELDNER, C.; RITCHIE, B.; MC INTOSH, W. (2000): *Tourism principles, practices*. Wiley & Sons. New York.
- HIERNAUX, D. (1996): «Elementos para un análisis sociogeográfico del turismo» in *Turismo e Geografía. Reflexões teóricas e enfoques regionais*. Hucitec. Sao Paulo.
- LEIPER, N. 1995. *Tourism Management*. Melbourne: RMIT Press.
- LENO CERRO, F. (1993): *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Centro de Publicaciones. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Madrid.
- LUE, C.; CROMPTON, J. AND FESENMAIER (1993): «Conceptualization of Multidestination Pleasure Trips». *Annals Of Tourism Research*, n° 20, pp. 289-301.

- LUNDGREN, J. (1982): «The Tourism Frontier of Noveau Québec: functions and Regional Linkages». *Tourism Review*, nº 37, pp. 17-35.
- MARTINEZ ROGER, F. (2003): *Turismo rural: Características de la actividad e impacto económico en Galicia*. (Tesis Doctoral). Santiago de Compostela.
- MATHIESON, A. Y WALL, G. (1982): *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, London.
- MONFORT, V. (2003): «La sostenibilidad del crecimiento turístico». En Valdés L. *Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo turístico sostenible*. Fundación Universidad de Oviedo.
- MORANT, A. *et al*, (1996): «Oferta turística» in Pedreño, A (dir) *Introducción a la economía del turismo en España*. Civitas. Madrid.
- OPPERMAN, M. (1993): «Tourism Space in Developing Countries». *Annals of Tourism Research*. nº 20, pp. 535-560.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1996): *El desarrollo sustentable del turismo: papel del municipio*. Ed. OMT. La Habana.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1997): *What tourism managers need to know: A practical guide to the development and use of indicators of sustainable tourism*. Madrid. OMT.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1999): *Taller de sostenibilidad*. Madrid. OMT.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2000): *Taller de sostenibilidad*. Madrid. OMT.
- PEARCE, D. (1995): *Tourism Today: A Geographical Analysis* (2nd ed.). New York: Longman.
- PIZAM A. and MANSFELD, Y. (edit) (2000): *Consumer Behaviour in Travel and Tourism*. Haworth press. Binghamton.
- RITCHIE, J. A.; CROUCH, G. (2003): *The competitive destination: A sustainability perspective*. Univers. Calgary. Canadá.
- SANCHO PÉREZ, A. y otros (2001): *Auditoria de calidad en los destinos turísticos*. Instituto de Economía Internacional, Valencia.
- SANCHO PÉREZ, A. y otros (2001): *Indicadores de standarss de calidad para valorar el grado de sostenibilidad en los destinos turísticos. Proyecto FEDER (1FD97-0193)*
- SASTRE, A. *et al*. (2002): «Impactos económicos, sociales y medioambientales del turismo en las islas Baleares», en *XXVIII Reunión Estudios Regionales*. Murcia.
- SWARBROOKE, J. (1998): *Sustainable tourism management*. CAB International Publishing. Oxford, U.K.
- SWARBROOKE, J., HORNER, S. (1999): *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- TORRES GÓMEZ, H. (1998): *España y Portugal. Siglos IX-XX. Vivencias Históricas*. Síntesis. Madrid.
- TURGALICIA. (2002): *Datos estadísticos*. Xunta de Galicia. Santiago de Compostela.
- VALLS, J.F. (2003): *Las claves del mercado turístico*. Esade. Barcelona.

- VERA, F. (2002): «Estrategias de diversificación y diferenciación en destinos turísticos litorales: la revalorización del patrimonio cultural y urbano» in Pardellas, X (dir) *Estrategias turísticas urbanas*. Universidad de Vigo. Vigo.
- VERA, F. E IVARS, J.A. (2003): «Sistema de indicadores aplicado a la planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible» in Valdés L. *Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo turístico sostenible*. Fundación Universidad de Oviedo. Oviedo.
- VERA, F. (Coord). (1997): *Análisis Territorial del Turismo*. Ariel. Barcelona.
- VERA, F. (2002): «Estrategias de diversificación y diferenciación en destinos turísticos litorales», en Pardellas X. *Estrategias turísticas urbanas*. Vigo.
- WALL, G. (1997): «Rethinking impacts of tourism» en *Tourism development. Environmental and community issues*. John Wiles & Son. Chichester.

ANEXO:
ESQUEMA DE PROPUESTAS PARA LA CONFIGURACIÓN DEL DESTINO
«CALDAS DE REIS: AGUA Y CULTURA»

Bloque 1:

Parque ambiental río Umia.

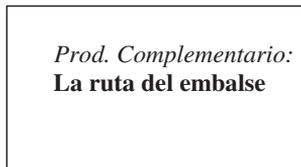
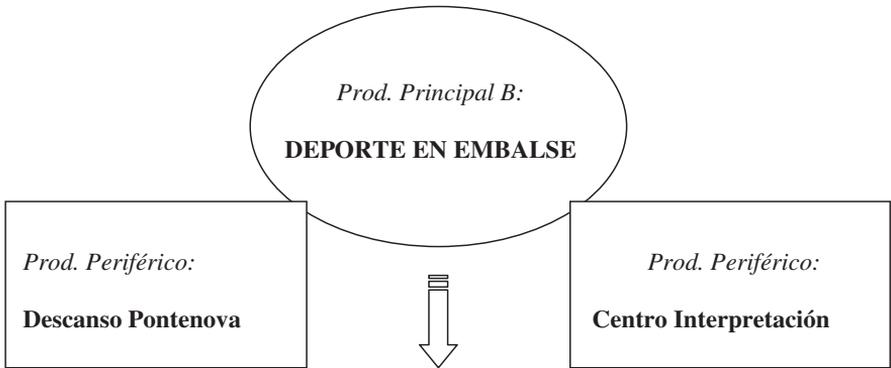
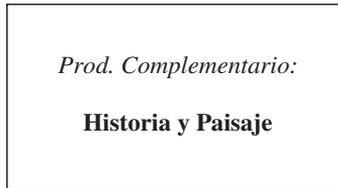
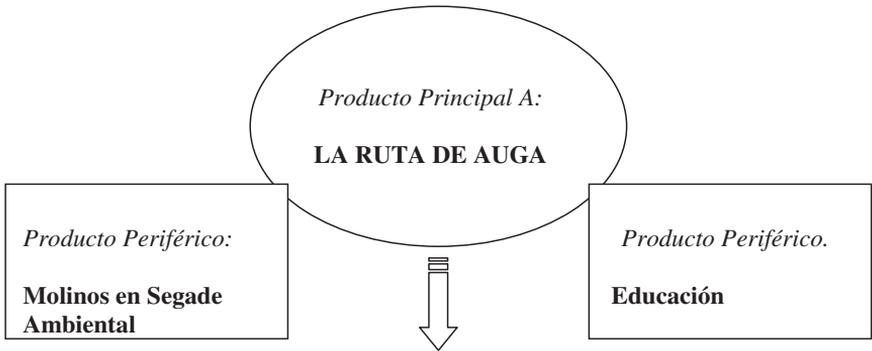
- La ruta de agua
- Deporte en Embalse

Bloque 2:

Parque cultural urbano.

- Caldas, Ecomuseo Vivo.
- Camino a Compostela

**BLOQUE 1:
PARQUE AMBIENTAL RÍO UMIA**



**BLOQUE 2:
PARQUE CULTURAL URBANO**

