



DESARROLLO TURÍSTICO A TRAVÉS DE LAS REDES DE COOPERACIÓN.

Raquel Raquel Marrafon Nicolosi¹. Alberto Rey Castro². Lélío Galdino Rosa³. Otras Areas. Universidad de Santiago de Compostela, POP en dirección y planificación de turismo. Santiago de Compostela, La Coruña. Calle villa de noia 3, 2D.617847277.raquelturismounesp@yahoo.com.br

Resumen: Este artículo ofrece elementos para comprender las transformaciones que se han dado en los últimos años en la política turística española, específicamente en un destino gallego conocido, Santiago de Compostela. Comienza con un análisis de las políticas turísticas fomentadas desde la Unión Europea, de la nación española, de la comunidad autónoma de Galicia y del municipio de Santiago para intentar entender como se está fomentado la participación y cooperación de todos autores turísticos en los diferentes niveles y como están articuladas. El artículo intenta abordar el desarrollo turístico a través de los conceptos de redes inter-organizacionales, presentando ejemplos de redes que conectan ese destino a nivel nacional e internacional.

Palabras claves: redes, turismo, cooperación

Abstract: This article offers elements to help understand the transformations that have occurred in the Spanish tourist policy in the last years, in a Galician destination, known like Santiago de Compostela. It begins with an analysis of the fomented tourist policies from the European union, of the Spanish nation, the autonomic community of Galicia and Santiago to try to understand how was fomented the participation and cooperation of all tourist authors in the different levels and how they are articulated. In the reality the article tries to approach the tourist development through the concepts of networks, presenting thus examples of networks that connect that destination at a national and international level.

Key words: networks, tourism, cooperation

¹ Alumna Universidad de Santiago de Compostela, POP en dirección y planificación de turismo.raquelturismounesp@yahoo.com.br

² Alumno Universidad de Santiago de Compostela, POP en dirección y planificación de turismo ardecastro1982@hotmail.com

³ Profesor Asistente da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. leliogaldino@hotmail.com

1. INTRODUCCIÓN:

Este artículo es el resultado de un estudio desarrollado para entender cómo se desarrolla el turismo a través de las redes de cooperación.

El objeto de estudio de este artículo, es un destino gallego conocido como Santiago de Compostela. La primera parte del estudio aborda brevemente el concepto de redes y de la formación de la unión europea como un “estado red” seguido de los intentos de política turística conjunta.

A continuación se reflexiona sobre las políticas turísticas españolas y las gallegas, así como la estructuración de la planificación turística en esa ciudad con la tentativa de demostrar cómo se está fomentando la participación y cooperación de todos los actores turísticos en los diferentes niveles y como están articuladas.

Y para finalizar se intenta abordar el desarrollo turístico a través de los conceptos de redes inter-organizacionales, presentando así un ejemplo de red que conecta ese destino a nivel nacional e internacional.

2. REDES: EL ESTADO RED Y EL DESARROLLO DE UNA POLÍTICA TURÍSTICA CONJUNTA

El concepto de redes aplicado al sector turístico todavía es reciente (VILLAFUERTE y FLECHA, 2006) y por ello carece de bibliografías e investigaciones, aunque algunos autores e investigadores sigan investigando el tema.

“Para el turismo, en la práctica, redes son iniciativas para desarrollar la cultura asociativa entre intereses iguales (individuos, empresas, instituciones, formas de asociaciones, etc.)”, en el cual el individuo que la integra consigue disminuir costes, compartir riesgos, cualificar productos y servicios, entre otras cosas (PRT, 2005:7 apud. PETRO 2007:9).

Además de integrar todos los miembros que componen el servicio turístico de una localidad permite la unión estratégica, de las empresas, desde el punto de vista de ventas y de promociones, en los locales emisores y en los propios destinos (TREMBLAY,1998 apud. GARRIDO, 2001). Así la dimensión de la red ya no es solamente local, puede ser regional, nacional o internacional, eso dependerá de su

composición. Otro aspecto importante es que una organización puede estar conectada en más de una red (GARRIDO, 2001).

En ese contexto de red se desarrolló el concepto del Estado Red para hablar de la unificación europea (CASTELLS 1999). De acuerdo con ese mismo autor (1999:344) no es evidente el motivo de la unión de los estados, pero es claro que es resultado de algunos proyectos defensivos y que a su vez culminarán en la formación del “Estado Red”.

El mismo autor resalta que esa unión produjo algunos beneficios como puede ser el fin de la guerra, la rotura de la hegemonía de Estados Unidos y la creación de “nuevas formas de gobierno y nuevas instituciones gubernamentales, en el ámbito europeo, nacional, regional y local, induciendo nuevas formas de Estado”

Esa unión también se reflejó en el turismo, pues se intentarán hacer políticas conjuntas. Un estudio español la política turística europea demuestra que ella puede ser caracterizada en 4 fases (PAÍS VASCO 2008:2)

- 1- Fase de inicio de dialogo sobre ese asunto, donde en 1982 la comisión europea presentó una carta al concejo Europeo con el objetivo de proponer una política de turismo común. El concejo estableció como resolución algunas líneas para fomentar el sector una vez que reconocía su importancia.
- 2- La segunda fase se refiere al fracaso del programa Philoxenia (1997-2000) que tenía como objetivo principal mejorar la calidad y promover la competitividad del turismo europeo, además del crecimiento y aumento del empleo. Pero ese programa no fue aprobado en el concejo por falta de unanimidad. En 1997 surgió un Grupo de Alto Nivel de Turismo y empleos (GAN)
- 3- Esta fase está orientada hacia la competitividad y sustentabilidad del turismo, que se inició en 2001 con una publicación del grupo GAN que destacaba la sustentabilidad y la competitividad del sector a través de los objetivos propuestos en la agenda 21, que a su vez sirvió de base para un informe presentado al concejo. Así en mayo de 2002 el concejo aprobó la primera resolución al sector, incentivando los países a que desarrollasen el turismo, realizasen la promoción de la unión europea y solicitasen que los profesionales de turismo sigan con las políticas europeas de turismo. En 2003, la comisión hace otra publicación con orientaciones básicas para promoción de la

sustentabilidad del sector, en el cual se apuesta por la creación de un Grupo de Sustentabilidad del Turismo (GST) compuesto por la sociedad civil, sector empresarial, sector turístico y sindicatos.

- 4- El reconocimiento del turismo fue hecho inicialmente por el concejo de Lisboa, en el cual se estableció la estrategia de Lisboa cuyo objetivo fue convertir la economía europea en una economía del conocimiento, la más competitiva y dinámica del mundo hasta el año 2010. Sin embargo en 2006 la estrategia de Lisboa fue revisada, dando origen a una nueva política turismo con la participación de entidades locales, regionales, comunitarias, entre otras. En 2007 después de una publicación del GST se elaboró una agenda del turismo europeo sostenible y competitivo. La comisión europea promovió el proyecto piloto Destinos Europeos por Excelencia (EDEN) donde seleccionó 30 destinos.

Después de esa síntesis del origen de la política turística europea es evidente que su configuración se establece en redes, conectando algunos actores a nivel regional, local y comunitario, al mismo tiempo en que excluye otros autores y territorios. Castells (2006:29) afirma que las redes trabajan en una “lógica binaria: de inclusión –exclusión”.

Así como cualquier red, esta es regida por unos objetivos y reglas comunes, aspectos que configuran su programa de funcionamiento; y poseen una lógica de interactividad y de aprendizaje. Así queda explícito que la política turística en el Estado Red es algo reciente, aunque algunas políticas comunitarias influyan directamente en el turismo, como fue la formación del mercado comunitario común.

Los financiamientos de las actividades relacionadas con el turismo provienen de políticas sectoriales comunitarias, más amplias, como pueden ser el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, FEDER (PAIS VASCO, 2008).

Ese programa, fue creado en 1975, es un instrumento financiero de cohesión cuyo objetivo es disminuir las diferencias regionales a través de programas de desarrollo de sitios menos favorecidos por medio de la cooperación de otras regiones y del desarrollo sostenible de algunas zonas urbanas con acciones innovadoras (EUROPEAN COMMISSION, 2008). Las áreas de actuación del plan fueron: transporte, tecnología de comunicación, el medio ambiente, la innovación e investigación, infra-estructuras sociales, desarrollo rural, turismo, cultura, entre otras (EUROPA, 2007). En ese

programa se fomenta la cooperación en redes una vez que estimula la cooperación transfronteriza e interregional (INTERREG III), en el período que va de 2000 hasta 2006.

La comunidad autónoma de Galicia, España, también se beneficia del uso del programa FEDER, de 2007 a 2013, y tiene 7 prioridades de desarrollo (COMISIÓN EUROPEA, 2009).

Al analizar en líneas generales los impactos de esas prioridades establecidas en el territorio gallego se ven mejorías en infraestructura de comunicación (pistas, carreteras, puertos, aeropuertos y las ferroviarias), entre otras (OLIVER, 2007).

En cuanto a la influencia de esas prioridades específicamente en Santiago de Compostela se nota una aproximación de ese destino con regiones receptoras de turistas como es Madrid y Oporto (Id. Ibid., 2007), lo que, en cierta forma, facilita el acceso al destino ya que un gran número de turistas extranjeros está transitando en esos aeropuertos y se pueden aproximar al territorio con más facilidad. Importante es resaltar que el aeropuerto de Madrid tiene relevancia en el mercado internacional y por ello hoy es puerta de conexión entre América Latina y Europa (SANTOS, 2009) y que el aeropuerto de Oporto hace conexiones importantes en Europa y también en Latinoamérica.

3. POLÍTICAS TURÍSTICAS ESPAÑOLA Y GALLEGA

De acuerdo con González (2004) la política turística española puede ser definida en 6 momentos:

1. Fase inicial (1951-1962) cuyo objetivo principal del Gobierno era fomentar la expansión del turismo a través de la promoción. Defendiendo la necesidad de construir infraestructura básica para el turismo y la generación de entradas por medio de esa actividad.
2. Fase de desarrollo (1962-1974), continuación de la primera, significando un aumento en el número de turistas en el territorio una vez que se divisaba los efectos económicos, arriba de los efectos sociales, ambientales, culturales. En

esa época comenzó la ocupación [masiva] de la costa y el poder público se esquivaba de decisiones que pudiese ir en contra el interés privado.

3. Fase de la modernización (1974- 1982) que tenía como esencia la modificación del modelo anterior de elevado números de turistas y sólo beneficios económicos para un modelo más sostenible. En ese momento el modelo turístico utilizado no es más visionado como exitoso y en el escenario político se producen alteraciones dejando la política turística como función de las comunidades autonómicas.

4. Fase de adaptación institucional (1982-1991) en el cual los [decisores] turísticos incorporan las ideas de desajuste y privatización, modificando los sistemas organizativos del país. Se crea en esa fase “Turespaña” con objetivo exclusivo de promover este país como destino, hecho que auxilia en el alejamiento del Gobierno en ese sector que también se asocia las nuevas funciones de las Comunidades autonómicas.

5. Fase de Innovación (1991- 1996) donde el Gobierno Central asume función de coordinación y de fomento del potencial turístico del país, desde una perspectiva social, ambiental y cultural.

6. Fase de cooperación (1996-2000), consecuencia de la fase anterior y consecuentemente prevé un nuevo modelo basado en la calidad. Aquí el sector privado está fortalecido.

Los instrumentos básicos utilizados por ese país fueron los organizativos, los planos generales, los normativos y los financieros (GONZALEZ, 2004). Por lo que respecta a sus objetivos, en principio, estaban vinculados con el concepto económico del mercado, en el cual el objetivo del Estado era fomentar la actividad, que posteriormente agrega el concepto de planificación a fin de promover el desarrollo territorial, que a su vez se modifica, ejerciendo, actualmente, una función de gestión de conflictos y de recursos (Id. Ibid).

Para dar secuencia a ese raciocinio de conectividad del social, se abordan de modo breve algunos planes españoles de cooperación público-privada. De acuerdo con un estudio de Pena (2008) sobre la colaboración público-privada en la gestión turística española es posible notar la participación progresiva, aunque lenta, de entidades

privadas en la gestión turística de los destinos españoles, en esos pasados años. Planos de turismo habían sido desarrollados con el objetivo de fomentar la colaboración público-privada de ese sector y de esa forma fortalecer la integración de los miembros de la red turística. Uno de los planos desarrollados fue el Plano Marco de Competitividad del Turismo Español, también conocido como FUTURES I, desarrollado entre 1992 y 1995 en su primera versión y una posterior desarrollada entre 1996 a 1999, cuyo objetivo era promover la competitividad de los destinos turísticos entre otras formas con las políticas públicas una vez que las imágenes estaban deterioradas en los mercados emisores (Id. Ibid).

Para la consolidación de ese plano habían sido establecidas algunas líneas de actuaciones que a su vez habían sido ampliadas en la segunda versión del plano con el objetivo de ampliar la cooperación del sector privado en la gestión del turismo, ya que las asociaciones de empresarios turísticos empezaron a articularse para desarrollar el plano de excelencia turística y el plan de dinamización turística en sus respectivos territorios (Id. Ibid).

En ese mismo contexto de maximizar la cooperación entre los entes fue desarrollado el Plano Integral de Calidad Turística (PICTE), durante 2000 a 2006, teniendo como objetivo principal la promoción de la calidad, sostenibilidad y rentabilidad de esa actividad, una vez que las empresas turísticas estaban reduciendo sus ventajas competitivas al final de la década de 90, entre otros motivos, debido a la aparición de nuevos destinos con precios y características similares (CALIDAD TURISTICA, 2009). Para Pena (2008) ese plano reconocía la importancia de la cooperación y colaboración a nivel institucional entre miembros del sector privado como instrumento de desarrollo de ese plano, lo que de cierta forma garantiza una participación más activa del sector privado.

Otro plano a nivel español es el Plano de Turismo Español Horizonte 2020 que surgió delante de la coyuntura actual - donde el segmento de sol y playa todavía es la base del turismo - en el cual es posible notar que entorno sufre constantes alteraciones debido, entre otros motivos, la competencia internacional y al mayor acceso a la información por parte del consumidor (TURISMO 2020, 2009).

El objetivo principal del programa es “desarrollar un modelo global competitivo y sostenible a largo plazo” (TURISMO 2020, 2009). Pena (2008) revela que ese

programa intenta maximizar la participación del sector privado en la gestión turística para poder alcanzar en 2020 el objetivo esencial. Así como los demás planos ese también tiene líneas estratégicas de actuación lo cual cabe destacar la “liderazgo compartida”, es decir, el fomento de la participación de los agentes turísticos en el desarrollo de las posibles políticas turísticas (Id. Ibid).

En consonancia con ese plano surge el Programa de Creación y Potenciación de Entidades Mixtas de Gestión Turística en ámbito local que concede ayudas financieras para creación de esas entidades, con objetivo una vez más de reforzar la participación privada. De acuerdo con Pena (2008) esa es una iniciativa pionera que permite diversificar la gestión turística de los destinos y consecuentemente enfrentar los cambios del mercado turístico.

Como ya fue relatado anteriormente, tras 1985, cada CCAA quedó responsable por su desarrollo turístico, y Galicia optó por no crear un Departamento de Turismo, y sí, una Dirección General de Turismo, dentro del Departamento de Innovación e Industria de la Xunta de Galicia (DECRETO 231/2006); que a su vez fue modificado y actualmente está insertada en el Departamento de la Cultura (DECRETO 83/2009).

Importante es recordar que ese órgano es responsable por la dirección y coordinación del turismo a nivel Gallego, y a su vez, se divide en dos subdirecciones.

La primera es de ordenación del turismo cuyo objetivo principal es ordenar, vigilar e inspeccionar las actividades de ese sector y, por ello, es subdividida en dos segmentos, uno corresponde al servicio de inspección y el otro al servicio de ordenación de la actividad (Id. Ibid).

El primer impulso para la formación de las políticas turística en Santiago de Compostela fue el Plano de Estrategias, que previno la mejoría de los accesos de comunicación de la ciudad, la reforma del aeropuerto, el plano de rehabilitación del Casco Histórico, entre otros beneficios.

Otros planes territoriales habían sido realizados, con objetivos de establecer organización urbanística, rehabilitación, ordenación y construcción de algunos espacios, como el Plano General de Ordenación Urbana (PGOU) y el Plano Especial del Casco Histórico (PECH).

De cualquier forma esos planes urbanísticos cedieron al turismo una función en la configuración urbana lo que de cierta forma fomentó la creación del Plano de

Excelencia Turística en 2001 (PET 2001/2005). El Plano de Excelencia Turística (PET), como ya se ha comentado es un instrumento de la política turística y tiene su origen en el Marco de Competitividad del Turismo en España 1992-1995, una iniciativa entre el Estado y la Comunidad Autónoma; fue establecido mediante un convenio entre la administración central, autonómica y local, con el apoyo de otras instituciones.

Ese plan fue desarrollado en cinco años con la gestión de la empresa municipal Incolsa, teniendo como objetivos: mejorar la calidad de los servicios, sobre todo para el año santo de 2004, diversificar la oferta, integrar malla empresarial, entre otros. Así se establecieron 5 líneas de actuaciones, siendo ellas, la información y la señalización turística, la formación turística, actuaciones medioambientales, nuevos productos turísticos y evaluación y control (PET 2001/2005).

Otra política pública específica del turismo fue el plano de calidad, que como ya se ha comentado es una política nacional promovida por la Secretaría General de Turismo y la Federación Española de Municipio y Provincias (FEMP) que Santiago requirió, en 2001, ser destino piloto de ese proyecto. El objetivo de ese proyecto es “promover la consciencia integral del destino y la identificación de objetivos comunes para que todos los agentes implicados, públicos y privados, turísticos o no” que a su vez inciden en la ejecución de planos conjuntos, una vez que la calidad incide directamente en la percepción del visitante en el destino (CALIDAD DE DESTINO, 2009).

Ese proyecto fue concedido para el municipio y por ello se formó una entidad administradora de ese programa, que a su vez hacía el control de la calidad en 25 tipologías de empresas y servicios (agencias de viajes, albergues, alquiler de coches, artesano, bares y café, camping, casas rurales, comercio turístico, Convention bureau, turismo activo, espacios naturales. Guías turísticos, hoteles y pisos, organizadores de congresos, palacios de congresos, policía local, taxi, entre otros) (TURISMO DE SANTIAGO, 2009).

En ese programa las empresas se adhieren de forma voluntaria, posteriormente aplican el manual de buenas prácticas en el cual esas empresas se comprometen a cumplir unos requisitos mínimos de ese manual, que a su vez son inspeccionados, recibiendo el certificado de calidad se cumplen tales requisitos. Para tanto, se realizó distintos manuales de buenas prácticas de cualidades para esas tipologías. En cuanto a

los resultados de esa política, habían sido certificados más de 100 establecimientos en el municipio (TURISMO DE SANTIAGO, 2009).

Por regla general se puede decir que esas políticas consisten en fomentar la participación de los actores en redes, sea mediante iniciativas locales, regionales, nacionales o internacionales, promoviendo cada vez más la descentralización de la política y gestión integral como forma estratégica de maximizar beneficios.

4. RED SPAIN CONVENTION BUREAU

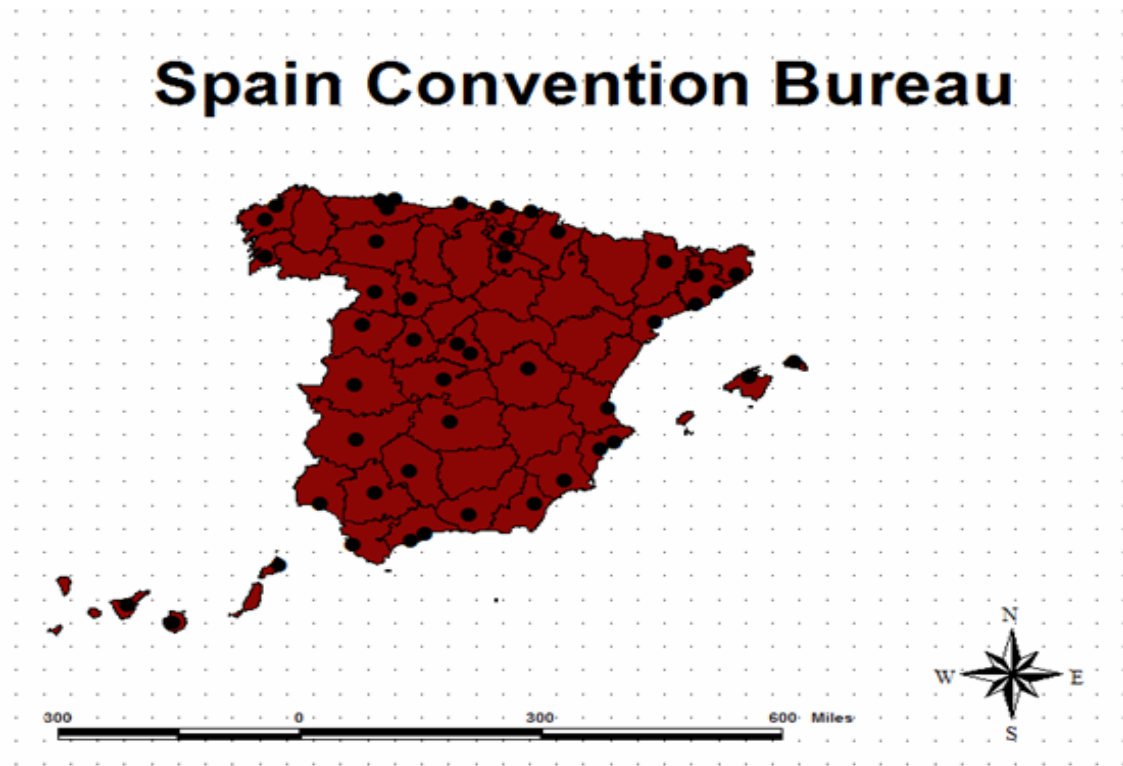
Los Conventions bureaus son organizaciones que posibilitan la unión del sector público con el sector privado a fin de desarrollar viajes y reuniones de negocios, y por ello hacen la promoción de esas ciudades, posibles sedes de los eventos, con las siguientes acciones (HERNANDEZ,2007): elaboración de manuales de ventas (electrónicos o imprimidos); presencia en vacaciones para promover la ciudad; asesoramiento a operadores turísticos; y gestión del palacio de congresos, entre otras.

Santiago de Compostela tuvo su taller de congresos (Santiago Convention Bureau) inaugurada en el año 2000 para hacer sus promociones; que a su vez es coordinada por el ayuntamiento a través de Incolsa (HERNANDEZ, 2007). Como ya se ha dicho esa institución es compuesta por socios públicos como privados y que tiene como objetivo común captar y realizar eventos. Entre los servicios ofrecidos por esa entidad están: la promoción de la ciudad como sede de eventos, el fomento del uso y del desarrollo de infraestructura turística para la ciudad; el establecimiento de convenio de colaboración con otras instituciones y organizaciones empresariales; gestiona los permisos para utilización de los edificios municipales, apoya candidaturas y presentaciones oficiales del destino como sede de eventos, entre otras. Importante despertar que ese Convention tiene vínculos con el Spain Convention Bureau, tema de ese epígrafe, con asociación de Ciudades Patrimonio de la Humanidad y con España Verde (TURISMO DE SANTIAGO, 2009). Eso significa que el SCCB está conectado con tres redes simultáneamente.

La asociación Española de Convention, denominada de Sección Española de Ciudades y Congresos, es una entidad sin fines lucrativos compuesta por 41 ciudades, como demuestra la figura 1, que fue fundada en 1984 en una de las reuniones de la

Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y que utiliza como marca comercial “Spain Convention Bureau” (SPAIN CONVENTION BUREAU, 2009).

1.Figura



Fuente: NICOLSI, 2010

Dentro de los objetivos de esa asociación está la promoción, el intercambio de experiencias y de información entre los miembros que componen el Convention, además de hacer de forma integrada la promoción nacional y internacional de esas 41 ciudades envueltas (SPAIN CONVENTION BUREAU, 2009).

Esa asociación desarrolla actividades como: elaboración de un calendario de congresos anuales; informe estadístico sobre el mercado con la finalidad de ampliar el conocimiento existente y auxiliarlo en la elaboración de estrategias de marketing para las ciudades; realización de acciones para promover las ciudades a nivel nacional e internacional; elaboración de seminarios y jornadas para mejorar la formación técnica de los miembros que integran la asociación, entre otras (Id Ibid).

Tras esa descripción de las funciones de la SCB es posible notar que esa red de ciudades influencia en el desarrollo turístico de la localidad y consecuentemente de la nación, pues al promover el país en diferentes eventos y localidades se fomenta la

captación de congresos, seminarios, vacaciones entre otros acontecimientos en ese territorio. Otro aspecto positivo, de esa red, se refiere a los gastos de promoción sobre todo las ciudades pequeñas una vez que esos son reducidos por ser compartidos entre los miembros. El grado de dispersión de la promoción es altísimo, eso significa que se promueven todas las ciudades en los diferentes seminarios y ferias a nivel nacional e internacional, aumentando cada vez más el número de turistas vueltos a ese segmento a un coste reducido.

5. CONSIDERACIONES FINALES

El concepto de redes se refiere la integración de dos o más elementos que componen el sistema turístico, sea de la zona de destino o de la zona de origen o de la zona de tránsito, que tengan objetivos comunes. Esos objetivos pueden ser coparticipación de coste, promoción conjunta, capacitación, entre otros.

Para alcanzar los objetivos los miembros que componen la red desarrollan acciones conjuntas, comparten informaciones y el aprendizaje. Ese modelo de redes de cierta forma es reflejo de la descentralización del poder, una vez que las redes pueden ser compuestas por miembros locales, regionales, nacionales e internacionales. Puede decirse que ese modelo fue influenciado por la formación del “Estado Red”, aunque no existan políticas turísticas consolidadas en la Unión Europea. Las financiaciones para esa actividad prueben de otras políticas sectoriales.

En cuanto a las políticas turísticas españolas esas se fueron transformando sobre todo a partir de la incorporación de ese país en la Unión Europea, donde se rompió el autoritarismo político y diseminaron el poder para las C.C.A.A. Esas, a su vez, fueron responsables por el desarrollo turístico en sus territorios lo que fomentó un movimiento turístico heteróclito dentro del país.

Cabe resaltar que los diferentes planos turísticos desarrollados por el país (FUTURES, PICTE, TURISMO 2020, etc.) fomenta la cooperación entre el sector público y el privado con el objetivo de maximizar la participación de los miembros que componen el sistema turístico y maximizar los beneficios de la actividad. Este hecho que refuerza una de las hipótesis de ese estudio en el cual se decía que las políticas turísticas están fomentando la participación de redes.

Las acciones conjuntas de la Unión Europea, referentes al turismo, las políticas turísticas nacionales y las locales están incentivando la participación de los actores de esas tres escalas para el desarrollo turístico de una localidad, a partir de los pasados años. Esa articulación, como ya dicho, se establece a través de las redes de cooperación entre los actores, lo que de cierta forma contribuye con la ampliación de los beneficios de esa actividad a todos los participantes de la red y a la vez permite una gestión integrada, cambio de experiencias, coparticipaciones económicas y de riesgos.

El destino estudiado presenta redes a nivel nacional e internacional, sin embargo, es difícil establecer ese concepto dentro de esa teoría, una vez que la red nacional como el Spain Convention Bureau se hace internacional a través de la promoción de las actividades en el exterior. Así quizás lo ideal fuese distinguir una red por la composición nacional o internacional y por las líneas de acciones que también pueden establecerse en esos dos niveles.

6. REFERENCIAS

Castells Manuel (1999) **La era de la información: economía, sociedad y cultura**. 3.ed .Alianza, Madrid

_____. (2006) **La sociedad Red: una visión global**. Alianza, Madrid,

Garrido Dantas Amor Inez Maria (2001) **Modelos multiorganizacionais no turismo: cadeias, cluster e redes**. Salvador I.M.D.A

Gonzalez, Maria Velasco (2004). **La política Turística: Gobierno y administración turística en España (1952-2004)**. Tirant lo Blanch, Valencia.

Hernandez, María García (2007). **Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las ciudades patrimonio de la humanidad IN: Cuadernos de turismo**, Julio- diciembre, numero 020, Universidad de Murcia: pp. 79-102. Disponible en < <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/398/39802004.pdf> >. Acceso en Junio de 2009.

Oliver Juan. (2007) **La última Inyección de la UE**. La Voz de Galicia. Disponible en <http://www.lavozdeg Galicia.es/galicia/2007/12/21/0003_6422759.htm>. Acceso en Junio de 2009.

PAIS VASCO. (2008) **Nota informativa: Iniciativas a impulsar una política turística de la EU y opciones de financiación comunitaria**. Gobierno Vasco.

Disponível em: <http://www.lehendakaritza.ejgv.euskadi.net/r48-contnot/es/contenidos/noticia/ni08_075/es_ni08_075/adjuntos/ni08_075.pdf> Acesso em maio de 2009.

Pena Cabrera Laura (2008) **Colaboración Público-Privada en La gestión turística en España**. Master Tesis. Universitat Oberta De Catalunya

Petró Bibiana (2007). **Turismo e meio ambiente em meio a globalização: as redes no processo de desenvolvimento turístico sustentável**. IN: Coordenadas: turismo e gerenciamento.v.2 - n 2. Março-julho- novembro. Disponível em <<http://www2.ifes.com.br/webifes/revista/edi%e7%f5es.htm>> Acesso em: junho de 2009.

Santos Solla Xosé Manuel (2009) **Tendências Internacionais no Turismo Urbano**, classes ministrada em el POP Turismo, da Universidade de Santiago de Compostela.

TURISMO DE SANTIAGO (2008): *Guia Profesional de Turismo*. Santiago de Compostela.

Villafuerte Andrés, Flecha Cabral Angela (2006) **A aplicabilidade da teoria de redes para a gestão da informação no setor público na cidade de Ouro Preto**. IN: VII ENANCIB. INST. PATROCINADORA: ANCIB. Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em ciência da informação. Disponível em <<http://extralibris.org/2007/12/enancib/>> Acesso em: junho de 2009.

SITES:

Calidad Turística. < <http://www.calidadturistica.es/index.aspx>> acesso maio de 2009-05-26.

DECRETO 231/2006 <http://www.conselleriaiei.org/ga/upload/inf/3-a-Decreto_231_06_23N.pdf> acesso junho de 2009.

DECRETO 83/2009 <<http://benasque.aragob.es:443/cgi-bin/CONV/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=355010465151>> acesso junho de 2009.

EUROPEAN COMMISSION, 2008. <http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/prord/prords/object/psfo_en.htm> acesso maio de 2009.



EUROPA, 2007. <<http://europa.eu/scadplus/leg/pt/lvb/l60015.htm>> acceso mayo de 2009.

Comisión Europea, 2009. <http://ec.europa.eu/regional_policy/country/prordn/details_new.cfm?gv_PAY=ES&gv_reg=ALL&gv_PGM=1112&gv_defL=7&LAN=8> acceso junio de 2009.

TURISMO 2020. <<http://www.turismo2020.es/index.php?/esp/sobre/porque>>. acceso mayo de 2009-05-26.

Turismo de Santiago, 2009 <<http://turismodesantiago.com/calidadturistica/?pag=basesimplantacion>> acceso junio de 2009.

Spain Convention Bureau, 2009 <<http://www.scb.es>> acceso en junio de 2009.