



Análisis y propuesta de planificación turística para el desarrollo del turismo marinerero y náutico

Tourism planning analysis and proposal for the development of maritime and nautical tourism

Begoña Muíño Sar

Universidade da Coruña

begona.muino@udc.es

<https://orcid.org/0009-0007-3710-9842>

Recibido/Received: 15/03/2023

Aceptado/Accepted: 26/04/2023

RESUMEN:

Este artículo parte del objetivo de analizar la planificación de los destinos costeros de Ares y Mugardos (Galicia) en base al turismo marinerero y náutico. Para la elaboración del estudio se ha aplicado una metodología cualitativa en base a la realización de 13 entrevistas semiestructuradas a actores sociales implicados, encuestas a turistas y observación participante. Los principales hallazgos indican que los residentes conocen la oportunidad de desarrollo de ambas tipologías turísticas en la zona, el perfil del turista actual se basa en familias de entre 45 y 64 años con una motivación principal de naturaleza y paisajes y el turista potencial tendrá como motivaciones los atractivos marineros y náuticos. Además, se identifican problemáticas generadas por la ausencia de planificación turística inteligente.

Palabras clave: oferta; demanda; planificación; turismo marinerero; turismo náutico.

ABSTRACT:

The aim of this article is to analyse the maritime and nautical tourism plans of the coastal towns of Ares and Mugardos (Galicia). The study used a qualitative methodology consisting of 13 semi-structured interviews with relevant social actors, tourist surveys, and participant observation. The main findings show an awareness among residents of the development opportunities for both types of tourism in the area, a current tourist profile of families aged between 45 and 64 years and motivated primarily by nature and landscapes, and tourism development potential in relation to maritime and nautical sights and activities. The results also indicate the presence of issues arising from the lack of intelligent tourism planning.

Keywords: supply; demand; planning; maritime tourism; nautical tourism.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/ HOW TO CITE THIS ARTICLE

Muíño Sar, Begoña (2023). Análisis y propuesta de planificación turística para el desarrollo del turismo marinerero y náutico. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 17(2), 57-82. <https://doi.org/10.17979/rotur.2023.17.2.9845>

I. INTRODUCCIÓN

La planificación turística es el pilar fundamental para un desarrollo turístico sostenible, tanto en la rama medioambiental, como social y económica, ya que permite trabajar con objetivos a medio/largo plazo y favorecer la experiencia del turista, así como mejorar la calidad de vida de los residentes. De hecho, se trabaja ya en base a la aplicación de una planificación turística inteligente, donde el big data y los avances tecnológicos cobran protagonismo. Galicia es una tierra de agua y por ello sería inconcebible sin ella (Pérez et al., 2021). Esto hace que, desde tiempos remotos, haya sido lugar donde la cultura marítima haya prosperado y consolidado mediante el desarrollo de todo tipo de ingenios, artilugios y técnicas para conseguir capturas (Moreno, 2019). Siendo una de las comunidades españolas con mayor superficie de costa son numerosos los municipios que han enfocado su desarrollo económico a este sector. Entre todos ellos se han seleccionado para este estudio Ares y Mugardos (A Coruña), donde el mar y, por consiguiente, la pesca supone parte de la identidad de sus habitantes, definiéndose los mismos como residentes de pueblos marineros. No obstante, la presencia del sector primario ha ido disminuyendo a lo largo de los años (ocupando en 2023 un 2,02% de ocupación en Ares y un 4,6% en Mugardos), y se prevé por parte de los marineros que incluso acabe desapareciendo en los municipios, puesto que no existe un relevo generacional (GALP, 2020). Para evitar esto, el turismo supone una gran oportunidad para poner en valor los oficios del mar, así como la dureza del mismo y conservar así la identidad.

Del mismo modo, el sector turístico ya se hace notar en la zona y el crecimiento de realización de actividades náuticas en la ría se ha visto incrementada con nuevas ofertas tales como actividades en hinchables o salidas turísticas en barco. Observando estas tendencias se ha visto la oportunidad de analizar la planificación de los destinos costeros de Ares y Mugardos con enfoque de turismo marinero y náutico. Esto pondrá en manifiesto la necesidad de implantar una planificación en los municipios, para que facilite una gestión a largo plazo con objetivos comunes y trabajar así conjuntamente para su consecución. Así, se podrá fomentar un turismo marinero poco explotado hasta el momento (realización de salidas de pesca y trabajos con el Golfo Ártabro Norte), que ponga en manifiesto la identidad de las gentes, el valor de estos trabajos y mejore los ingresos económicos. Al mismo tiempo, se deben apoyar las nuevas iniciativas privadas y públicas que promueven turismo náutico con la proliferación de actividades acuáticas que están emergiendo en la zona (práctica de paddle surf, kayak, actividades de ocio en hinchables...).

Por tanto, en el marco de esta investigación, se ha estudiado la situación turística a nivel de planificación y gestión de los municipios de Ares y Mugardos, teniendo en cuenta la opinión de los actores sociales implicados, se han realizado encuestas a los turistas actuales, trabajo de campo y, con todos los resultados obtenidos, se ha realizado una propuesta para el desarrollo de estas dos tipologías turísticas.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Visión general sobre los retos de la planificación turística

La terminología de planificación surge en los años cincuenta en Estados Unidos suponiendo una oportunidad ante la emergencia de nuevas prácticas de gestión empresarial. Este término se traslada al ámbito público en los años sesenta y setenta, pudiendo aplicar el mismo tanto a niveles regionales como locales y en ámbitos rurales o urbanos (Caamaño, 2017). Del mismo modo, Dredge y Jamal (2015) señalan que el significado de esta acepción puede mudar según

el momento y contexto de aplicación. De hecho, en la actualidad, dada la fuerte evolución tecnológica a nivel mundial, surge un nuevo reto para la planificación, que consiste en comprender la digitalización de la actividad turística y sus efectos en la gestión de destinos (Ivars y Vera, 2019).

En cuanto la aplicación de la planificación en el ámbito turístico permite un desarrollo del sector en los diferentes territorios, siendo un instrumento de prevención que posibilita aminorar los conflictos territoriales existentes y fomentar las oportunidades de cada territorio (Orduña, 2002; Antón y González, 2016), igualmente, puede actuar como una herramienta correctora (Vera Rebollo, 1992).

Tal y como afirma Caamaño (2017) es importante considerar una serie de principios antes de planificar, tales como: no planificar sin los recursos o atractivos suficientes; diseñar un plan global que permita resultados a largo plazo; comenzar con unos objetivos definidos; buscar ámbitos de carácter comarcal; disponer de la coordinación de estrategias entre el sector público y privado, destacando en este último punto, la importancia del capital social general. Además de tener como punto de partida los objetivos, la planificación exige que los mismos vayan acompañados de políticas, acciones y medidas específicas (Antón y González, 2016) así como de un presupuesto económico asociado para poder llevarlas a cabo con efectividad.

Otro factor de consideración es la transversalidad del turismo que requiere que para la planificación se tenga en cuenta tanto la extensión del propio sector, como los diferentes niveles territoriales, así mismo las diferentes disciplinas que afectan al entendimiento y comprensión del turismo (economía, geografía, sociología, antropología...) (Vera Rebollo y Baños, 2016; Caamaño, 2017).

Por tanto, tal como señala la OMT (1994) la planificación tiene como fines establecer objetivos de desarrollo turístico, asegurar la conservación de los recursos, integrar los objetivos turísticos con el resto de las políticas, optimizar los beneficios económicos, ambientales y sociales del turismo, facilitar el marco institucional y organizativo para planificación y gestión turística permanente y ofrecer información rigurosa y útil para la toma de decisiones.

Todo ello debe establecerse en base a las cuatro dimensiones de Gunn (1993) que implican la mejora de la satisfacción de la visita turística, donde se busca obtener experiencias positivas ante un mercado cambiante; favorecer el éxito económico de las empresas y negocios turísticos, donde debe considerarse la capacidad de atracción y la existencia de recursos suficientes; proteger los recursos disponibles y beneficiar a la comunidad local.

En este sentido, será imprescindible identificar los diferentes componentes del sistema turístico, tales como: los recursos, la oferta alojativa, la oferta complementaria, los servicios públicos, el territorio y urbanismo, la accesibilidad, los mercados, la calidad y satisfacción, la imagen, la promoción, la competencia y la comercialización (Caamaño, 2017), así como los actores implicados: turistas actuales y potenciales, empresas turísticas, población local ligada o no al turismo, empresas ajenas al turismo, asociaciones y organizaciones no gubernamentales y el sector público (Baud-Bovy y Lawson, 1998).

Para la consecución de dichos fines, una gobernanza será imprescindible, puesto que el turismo debe tener una colaboración y comunicación del sector público y privado, la implicación de la población local y existencia de subsectores empresariales (Antón y González, 2016). Del mismo modo, será necesario determinar el estado en el que se encuentra el destino,

a través de la teoría de los ciclos de vida de los destinos turísticos (Butler, 1981), en donde se establece que cuentan con un nacimiento, crecimiento y finalmente la decadencia. En este punto, aquellos destinos que no hayan planificado turísticamente el territorio llegarán de manera más rápida al declive (Calderón, 2010).

Llegados a este punto y dada la amplitud del término, cabe puntualizar que el turismo es parte integrante del desarrollo sostenible y que, por tanto, la planificación debe tener en cuenta la eficiencia económica (sostenibilidad económica del turismo), la conservación medioambiental (turismo sostenible ecológicamente), la equidad social y el desarrollo sostenible del turista (Antón y González, 2005).

Para llevar a cabo la práctica de lo expuesto anteriormente, será indispensable la realización de un plan estratégico de turismo, en donde todas estas variables serán objeto estudio. Destacar que pese a que las condiciones locales, el horizonte temporal, el carácter del plan, entre otras, hacen que cada planificación turística pueda resultar muy mudable (Caamaño, 2017), desde el ámbito académico se observa un claro proceso de cinco fases de elaboración: organización del plan, investigación y análisis, diseño de estrategias y formulación de propuestas, fase de ejecución y seguimiento y control (Caamaño, 2017).

Igualmente, debe tenerse en cuenta la elaboración de estrategias sobre el mercado (investigación, promoción y comercialización), con la finalidad de crear ventajas competitivas que diferencien el destino y pongan en significación la cadena de valor, evitando trabajar únicamente en el desarrollo de un producto, que fomentará las ventajas comparativas (Fuster y Giner, 2021).

Así mismo, hoy en día no se concibe una planificación sin la presencia de la inteligencia turística y del big data. De hecho, para los procesos de planificación se identifican las infraestructuras inteligentes como elementos clave para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible, situándose los destinos inteligentes como un nuevo paradigma de planificación, aunando en él las nuevas tecnologías con el conocimiento y la innovación (Ivars y Vera, 2019). En este ámbito, se unirá un destino verde con el futurismo tecnológico, lo que supondrá contar con nuevas fuentes de datos (big data) que posibilitarán el análisis de estos para la planificación.

Surgen así a nivel nacional diferentes iniciativas para la puesta en marcha de destinos turísticos inteligentes (DTI) que se caracterizan por la integración del ámbito digital y físico en espacios turísticos. No obstante, cabe destacar la importancia de conocer el espacio turístico en donde se lleva a cabo esta planificación, puesto que es una obligatoriedad diferenciar las grandes ciudades de los municipios, y estos últimos, deben tener en cuenta la especialización turística en la que se encuentran (Ivars y Vera, 2019).

Es por eso por lo que, diferentes autores hablan sobre la planificación turística inteligente, entre ellos, Gretzel et al. (2018), que señalan la necesidad de poner en marcha un circuito local de información que favorecerá a una experiencia satisfactoria de turistas y residentes y poniendo en valor las empresas locales. Así mismo, esto será posible si los destinos invierten en tecnología e información, además de incrementar la colaboración público-privada y apoyar las nuevas iniciativas innovadoras.

En esta misma línea Ivars et. Al (2019), estructuran en tres niveles esta planificación inteligente: el estratégico-relacional, donde se señala de nuevo la importancia de la

gobernanza y la cooperación público-privada; el instrumental, donde se promueve la conectividad digital y la gestión óptima del big data y el aplicado, que proporciona herramientas inteligentes para la gestión, el marketing y mejora la experiencia del visitante.

Esta planificación supondrá diferentes beneficios: aumento de competitividad, mejora de la eficiencia en procesos de producción y comercialización, impulso de desarrollo sostenible, mejora de calidad en la estancia de visitantes y calidad de vida de residentes y dinamizar la economía del territorio (Fernández y García, 2020).

Por último, cabe puntualizar que previamente a la elaboración del plan, es importante conocer el destino o ámbito de aplicación, puesto que no se llevará a cabo del mismo modo la gestión y planificación de un destino de litoral que de uno de interior (Antón y González, 2005).

2.2. Turismo mariner y náutico

A nivel histórico, el mar ha jugado un papel importante para los lugares ubicados en la franja litoral, bien por el desarrollo del sector primario a través de la pesca, como del sector terciario a través del aprovechamiento de este recurso a nivel turístico.

La Comunidad Autónoma de Galicia cuenta con una fuerte tradición marinera y una flota pesquera que deja ver la importancia de esta práctica en sus costas. De hecho, los límites territoriales son mayoritariamente marítimos, alcanzando los 1.659 km frente a los 681 km terrestres (Besteiro, 2004). Esta característica, ha influenciado sin duda a la identidad y memoria colectiva de sus gentes (Caamaño y Lezcano, 2021) configurando una personalidad arraigada al mar. Por ello, es necesario poner en valor los innumerables recursos muebles e inmuebles (Fuertes, 2021), así como los valores socioculturales (tradiciones, leyendas, oficios...) que forman parte de la historia presente y futura de los gallegos.

Siguiendo esta línea, cabe mencionar que a mediados del siglo XX se produce el auge del sector primario, y la pesca y la agricultura se posicionan como las actividades predominantes en los municipios costeros (Moreno, 2019), por ello, las diferentes poblaciones ubicadas en la costa cuentan con patrimonio local ligado a la pesca y al mar (Jiménez, 2016).

No obstante, en la actualidad el sector pesquero tradicional se encuentra en una profunda crisis social, ambiental y económica a causa de la bajada de ingresos, los bajos precios alcanzados y el incremento de costes de explotación (Patiño, 2016) y compartir territorio y recursos con el sector líder a nivel mundial (el turismo) supone una oportunidad para unir la actividad pesquera y la turística (Patiño, 2016; Herrera et al., 2018; Moreno, 2021).

En este sentido, surge de manera reciente y a nivel mundial el turismo mariner (Kauppila y Karjalainen, 2012; Pardellas y Espejo, 2013) como complemento económico para todas aquellas personas que viven del sector, generando del mismo modo, beneficios socioeconómicos al territorio (Moreno, 2016).

Gracias al sector terciario es una realidad que muchos elementos patrimoniales relacionados con la pesca hayan podido ser conservados y a través de esta tipología turística se mejorará la calidad de vida del colectivo que labora en el mar, se reforzará la economía en las localidades costeras en base a la crisis de este sector (Caamaño et al., 2020) y se favorecerá a la conservación y promoción, así como la valoración social a través del conocimiento de la cultura, el trabajo, el producto y la dureza de la profesión (Herrera, et. Al, 2018; Moreno,

2021). Es así como Moreno (2019) resumía los tres objetivos de esta práctica turística: obtener nuevos ingresos económicos para aquellos que trabajan en el mar, conseguir beneficio socioeconómico para el territorio y valorizar y dar a conocer todo lo que concierne a la cultura marinera y a las poblaciones costeras.

En el desarrollo de este tipo de turismo, Galicia ha sido pionera en España, tanto en ordenación como en desarrollo, puesto que ya en 2004, la Cofradía de Pescadores de Lira, desarrollaba el proyecto Mar de Lira (Moreno, 2021). En este punto, cabe destacar como actor social primordial para la puesta en marcha de esta práctica a las cofradías, uniendo fuerzas con la Administración y el sector turístico (Caamaño et al., 2020). Del mismo modo, el impulso que han generado y generan los Grupos de Acción Local Pesqueros (GALP) a través de los proyectos productivos, no productivos y de cooperación serán indispensables.

En cuanto a las actividades que se consideran turístico marineras, se puede hacer una clasificación a partir de diferentes autores (véase imagen 1):

Imagen 1. Clasificación de actividades de turismo marinerero.



Fuente: Elaboración propia a partir de Arregui y García-Aranda (2007) y Padín y Aboy (2010)

Este modelo permite diversificar el tradicional turismo de sol y playa presente en la mayor parte de la franja litoral, adaptándose así a la nueva y creciente demanda, en la que el turista busca una oferta sostenible, primando la distinción y valorando la incorporación de elementos relacionados con el paisaje y la identidad local (Álvarez, 2022).

No obstante, dadas las condiciones físicas óptimas es común observar que en estos destinos haya un desarrollo turístico de sol y playa con la práctica de deportes náuticos (Moreno, 2019). Esta convivencia turística puede ser positiva, siempre y cuando se realice una planificación y gestión óptima del destino y los productos turísticos. Por tanto, el turismo náutico se encuadra dentro del turismo litoral, basándose en la práctica de ocio y actividades

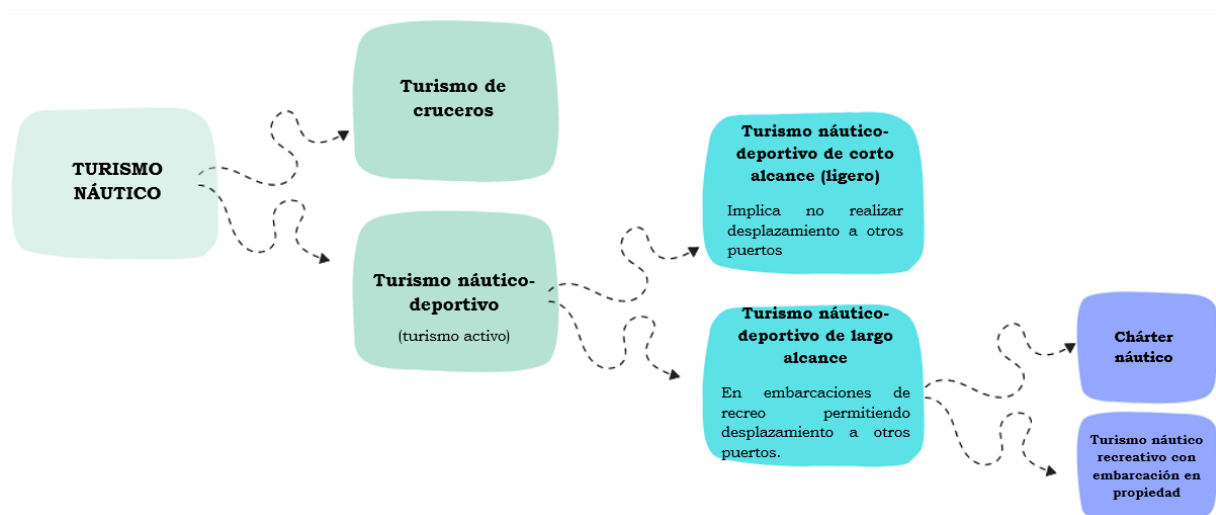
deportivas en contacto con el mar, y en numerosas ocasiones asociado/dependiente del turismo de sol y playa (Besteiro, 2004).

Si bien es cierto que el turismo náutico estaba ligado a clases sociales altas y definido por el elitismo, en la actualidad estas características pasaron a ser un estereotipo, puesto que esta práctica es realizada por todas las clases sociales y edades (Chapapría, 2000). Sin embargo, la demanda aún se sigue asociando con un turista con una mayor capacidad de gasto y capaz de dinamizar las estructuras socioeconómicas de los destinos litorales consolidados (Celdrán, 2016).

Del mismo modo, la calidad de los servicios, así como los atractivos paisajísticos serán esenciales para esta tipología de turista que busca un equilibrio entre el cuidado de los recursos naturales y el desarrollo de la actividad (Rivera, 2020).

Cabe destacar que la motivación principal recae en la realización de actividades náuticas, ya sea a manera de ocio o deportivo, realizadas en grandes masas acuáticas tales como el mar, ríos o lagos. En este sentido, Verdet (2002) realiza una clasificación (véase imagen 2):

Imagen 2. Clasificación de actividades de turismo náutico.



Fuente: elaboración propia a partir de Peláez (2002).

En este ámbito, el turismo náutico permite adaptarse a la demanda y crear productos experienciales que hacen a los destinos de litoral más competitivos, diversificando y especializando la oferta convencional (Celdrán, 2016).

Tal como se destaca a lo largo de este apartado, el mar es un elemento dinamizador del turismo que permite crear una oferta diferenciadora y diversificada a través del turismo mariner y náutico, teniendo siempre presente la planificación y la gestión del destino y de los productos turísticos, siendo esencial para una sostenibilidad económica, social y medioambiental que permita que el ciclo de vida del destino no llegue al declive.

III. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo general del presente trabajo se basa en analizar la planificación turística de los destinos costeros de Ares y Mugardos con enfoque de turismo mariner y náutico. En cuanto

a los objetivos específicos, se centran en conocer la percepción de los actores sociales sobre la oferta y demanda turística (OE1), estudiar el perfil del turista actual (OE2), identificar problemáticas para el desarrollo óptimo del turismo en la zona (OE3), conocer las ventajas competitivas de las que disponen ambos municipios (OE4) y realizar una propuesta de planificación conjunta para el desarrollo de turismo náutico y marítimo (OE5).

La metodología aplicada para la consecución del objetivo se basa tanto en la recogida de datos primarios (entrevista y encuesta) y secundarios (registro de visitantes oficinas de turismo).

En cuanto a la realización de las 13 entrevistas semiestructuradas, durante los meses de noviembre y diciembre del 2022, tal como se recoge en la Tabla 1 se seleccionó una muestra heterogénea con representación de tres actores sociales de ambas localidades.

Tabla 1. Muestra entrevistas.

ENTREVISTADO/A	ACTIVIDAD TURÍSTICA	ACTOR SOCIAL
E.1.	Concejalía Ayuntamiento Ares	Sector público
E.2.	Concejalía Ayuntamiento Mugaros	Sector público
E.3.	Alcaldía	Sector público
E.4.	Café-bar	Sector privado
E.5.	Restaurante	Sector privado
E.6.	Café-bar	Sector privado
E.7.	Centro de Interpretación	Sector privado
E.8.	Oficina de turismo	Población local
E.9.	-	Población local
E.10.	Oficina de turismo	Población local
E.11.	Presidenta Asociación Cultural	Población local
E.12.	-	Población local
E.13.	-	Población local

Fuente: elaboración propia.

Para la elaboración de la entrevista se realizó un guion y posteriormente se realizó la transcripción íntegra de cada una de ellas analizándolas a través del software Atlas.ti (versión 8.1.3) y de forma manual (véase tabla 2), en todas ellas se garantiza el anonimato. Estas entrevistas han permitido identificar cuáles son las características actuales del turismo y turista en la zona y el potencial turístico, así como algunas problemáticas. Las categorías se han encuadrado en cuatro dimensiones: oferta turística de Ares y Mugaros, perfil del turista, turismo náutico y turismo marítimo.

Tabla 2. Categorías analizadas en Atlas.ti.

DIMENSIONES	CATEGORÍAS	Nº DE CITAS
Oferta turística	Acontecimientos programados	4
	Cultura	19
	Gastronomía	19
	Infraestructura turística	30
Perfil del turista	Tranquilidad	19
	Trato recibido	5
	Accesibilidad	10

	Perfil sociodemográfico	35
Turismo náutico	Actividades náuticas	11
	Senderismo litoral	32
Turismo marinero	Naturaleza	22
	Cultura marinera	15

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la metodología cuantitativa se realizó un **pre-test** con la realización de un total de **103 encuestas** entre el 1 de agosto al 15 de septiembre de 2022 de manera presencial y aplicando un muestreo aleatorio simple. El diseño de esta encuesta incluye preguntas sobre el perfil del turista que visita Ares y Mugardos, así como sus motivaciones y percepción del destino. Los lugares de encuestación han sido a pie de calle, en los alojamientos de la zona y en las oficinas de turismo. Para el análisis de dichas respuestas se emplea el programa SPSS (versión 27.0) a través de un análisis descriptivo y de regresión. Del mismo modo, esta información se ha complementado con datos secundarios obtenidos a través de las oficinas de turismo, que han facilitado el registro de visitantes y motivo de la consulta.

Por último, se ha realizado una labor de observación participante con **trabajo de campo** in situ, con el fin de identificar los elementos patrimoniales y naturales existentes ligados a la actividad pesquera y náutica de Ares y Mugardos. Para ello, se han llevado a cabo varias visitas durante los meses de entre agosto y diciembre de 2022, acudiendo a los recursos identificados, estando presente en festividades de interés (fiestas del Carmen de Redes y Ares, fiesta de la Cabria y fiesta del Pulpo), asistiendo a rutas en barco (a bordo del barco Presas y en la lancha de Mugardos), visitas guiadas (organizadas por el Ayuntamiento de Ares al alboy en Redes) y realizando rutas de senderismo por el litoral (las dos rutas señalizadas en el Ayuntamiento de Ares).

IV. PRESENTACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO

Ares y Mugardos son dos municipios que están ubicados en Galicia, concretamente en la parte noroeste de la comunidad. Ambos pertenecen a la provincia de A Coruña y forman parte del territorio conocido como Rías Altas. Estos dos pueblos forman parte de la península de Bezoucos, que divide las rías de Ferrol y de Ares, pertenecientes al Golfo Ártabro, junto con las rías de A Coruña y Betanzos. Esta Costa Ártabra está reconocida como Lugar de Interés Comunitario (L.I.C.) (véase imagen 3).

Por la ubicación geográfica de ambos municipios, han sido siempre villas que combinaban el mar y la tierra, intercalando la pesca (no siempre exitosa) y el ganado para la supervivencia. Hoy dicho territorio se ha convertido en un gran atractivo desde el punto de vista turístico, por el encanto natural y ambiental.

Pese a que el mar ha dado de comer a sus gentes desde la época romana, cobra una fuerte importancia y relevancia en la Edad Moderna (siglos XVI, XVII y XVIII), consolidándose como la principal fuente económica de los habitantes (Carneiro et al., 2009), siendo sin duda la sardina el pescado que más se capturaba en estas costas.

Imagen 3. División por parroquias de Ares y Mugarodos.



Fuente: elaboración propia.

Esta práctica fue motivo de numerosos conflictos, de hecho, en el año 1688 los pescadores coruñeses acudieron a la Real Audiencia de Galicia para denunciar la presencia de mareantes de Mugarodos, Ares y Redes en sus aguas, con sus artes y redes (véase imagen 4). Fue aquí cuando se delimitaron los lugares de pesca, otorgándose a los pescadores de Ares y Mugarodos la pesca desde el Castillo de San Diego y San Antón cara el mar. Del mismo modo, otros conflictos tenían lugar, en el siglo XVIII, los propios marineros de Redes acusaban al cura-párroco ya que dada a su faena no podían acudir a misa y las horas no eran adaptadas (López, 2023).

A mediados del siglo XVII (alrededor de 1752), nuevos métodos de pesca como eran “a traíña” permitían que la captura de la sardina fuese muy abundante, consolidándose, así como puertos importantes a nivel gallego. Además, Mugarodos era conocido del mismo modo por ser el puerto principal de pesca de pulpo del Norte de Galicia.

Este crecimiento pronto llegó a oídos del Mediterráneo y muchos catalanes llegaron a los municipios, instaurando nuevos conocimientos a la pesca tradicional, algo que supuso también problemáticas para la convivencia. Estos implantaron nuevas técnicas de pesca como la “xávega” y nuevas embarcaciones como “o folucho”. Igualmente, tenían por costumbre trabajar en sociedades, de un modo totalmente empresarial, y vieron como oportunidad la explotación a través de las fábricas de salgadura. En este sentido, en inicios del siglo XVIII hubo una emergencia notable de almacenes, presentándose la ribera de Ares como una fachada de las mismas.

En estos almacenes la práctica de la salgadura era realizada por mujeres, las envasadoras, que recogían la sardina en los puertos o rampas y realizaban el proceso hasta la salida de la sardina de la fábrica. Para el proceso eran necesarias grandes cantidades de sal, que llegaban de Cádiz y Torrevieja y se exportaba una vez finalizado el proceso a todo el Mediterráneo y a Cuba.

Imagen 4. Redes con las redes “de xeito” en las cabrias (1910).



Fuente: Postales Asociación A Tenencia.

La crisis del 1815 hizo que la pesca disminuyese su dinamismo dado el incremento del precio de la sal o la presión impositiva de las empresas, por lo que las fábricas fueron cerrando, los catalanes volvieron a su tierra y los pescadores comenzaron la pesca de otros alimentos, destacando el pulpo por parte de los mugardeses.

En el siglo XX crece el marisqueo con la zamburiña y la vieira, pero dados los desastres ecológicos como el Urquiola y el Mar Egeo, también se produce una crisis en este ámbito. De este modo, surgen las primeras Cofradías.

En el año 2023, el Instituto Gallego de Estadística (IGE), registra que tan solo un 2,02% de ocupados en Ares se dedican a la agricultura y pesca y un 4,63% en Mugardos (datos inferiores a 2022, registrado un 2,10% en Ares y 4,71% en Mugardos). Alcanzando el sector servicios el porcentaje más elevado (entre un 70-73%). Así mismo, existe la Cofradía de Pescadores de San Telmo de Mugardos (<https://www.lonxasgalegas40.gal/mugardos/es>) y la Cofradía de Pescadores de Ares (<http://www.cofradiaares.org/>).

Para el desarrollo del proyecto, ha sido necesario realizar un inventario de recursos en base al turismo marinerero, así como la transición al sector servicios, cogiendo importancia en estos últimos años el turismo náutico en la zona. De este modo, se ha identificado lo siguiente (véase tabla 3):

Tabla 3. Recursos y productos de turismo marinerero.

CLASIFICACIÓN	UBICACIÓN	RECURSO/ PRODUCTO	BREVE DESCRIPCIÓN
En tierra	Ares	Museo el Salazón	Antigua fábrica de Salazón hoy convertida en un bar y museo.
		Cofradía de Pescadores	Ubicada en el paseo marítimo de Ares. En la actualidad no tiene contacto con actividad turística.
		Puerto de Ares	El puerto marinerero de Ares convive con el puerto náutico, ambos de gran atractivo.

		Rampas (3)	Existencia de tres rampas donde las envasadoras descargaban la sardina de los barcos pesqueros.
		Senderos litorales	Cuatro rutas oficiales que pretenden poner en valor el patrimonio vinculado al mar.
		Rutas guiadas al Alboyo de Redes	Visita a Redes y conocimiento de la historia marinera a través de imágenes en el Alboyo.
		Nave de pescadores	Ubicado en el puerto mariner donde se guardan redes, nasas y otros aparejos.
	Redes (Ares)	Puerto de Redes	Puerto mariner con gran atractivo turístico por conservar su aspecto original. Con casas marineras.
		Cabrias	Aparejos empleados para secar las redes de pesca y que se dice, dieron nombre a la entidad de población.
	Mugardos	Fábrica de Salazón	Fábrica ubicada en la playa de Mugardos en estado ruinoso.
		Cofradía de Pescadores de San Telmo	Ubicada en el puerto de Mugardos. En la actualidad no tiene contacto con actividad turística.
		Puerto de Mugardos	Fachada marítima cara al puerto que conserva el aspecto original con casas marineras.
		Rampa (1)	Rampa para la descarga de la pesca del día.
O Seixo (Mugardos)	Puerto de O Seixo	Puerto mariner que conserva su aspecto original.	
Pesca-turismo	Ares	Salida en barco pesquero	En verano se organizan salidas en barco pesquero en desuso y rehabilitado por el Ayuntamiento.
		Barcos pesqueros	-Agarimo dous / -Reina Consuelo / -Alai / -Brisas do Mar / -Mar de Alba / -Nuevo Polar Se conoce gracias al contacto con la Cofradía que actualmente están operando cuatro.
	Mugardos	Lancha de transporte de pasajeros	Lancha con gran tradición que trasladaba a la gente que se dedicaba al mar a Ferrol para la venta de pescado en la Lonja.
		Barcos pesqueros	-Novo Genoveva / -Calamar uno/ -Alex trs / -Nova luz / -Bestarruza
Gastronomía	Ares	El mezclado	Bebida que tomaban las envasadoras para combatir el frío (vino dulce y agua ardiente). Actualmente no se conoce en los bares.
	Mugardos	Pulpo a la Mugardesa	Presente en todos los bares/restaurantes de Mugardos. Originalmente lo cocinaban los marineros algo de arroz o patatas y podía ser pulpo o morralla de los mismos pescados que capturaban.
Fiestas	Ares	Fiesta de la Virgen del Carmen	Se realiza una procesión en el mar, donde un barco pesquero porta a la Virgen y el resto de los barcos la siguen. La Virgen del Carmen es la patrona del mar a la que se le hace una ofrenda floral. *
		Fiesta del langostino	Fiestas gastronómicas de productos del mar. **
		Fiesta del erizo de mar	**

		Sardiñada popular	**
Redes (Ares)		Fiesta de la Virgen del Carmen	*
		Fiesta de la cabria	Celebrada desde 2006 y organizada por la Asociación Instructiva de Caamouco. Se realiza una representación de cómo se colgaban las redes desde el barco.
Mugardos		Fiesta de la Virgen del Carmen	*
		Fiesta del Pulpo	Celebrada desde 1992 y declarada Fiesta de Interés Turístico de Galicia.
		Fiesta de la almeja	**

Fuente: elaboración propia a partir del trabajo de campo.

Del mismo modo, se conocen numerosas historias, tradiciones populares o incluso letras como la Rianxeira Redeña (Freire, 2023), de Redes, que ponen en valor de nuevo el patrimonio marino material e inmaterial.

Imagen 5. Puerto de Ares.



Imagen 6. Puerto de Redes.



Imagen 7. Puerto de Mugardos.



Imagen 8. Puerto de O Seixo.



Fuente: Autora.

Desde otro enfoque, tal como se ha mencionado anteriormente, el sector servicios es realmente importante en ambos municipios, alcanzando hasta un 73% de los ocupados, no obstante, aunque se centren principalmente en la hostelería, se observa en Ares la presencia de varias empresas de turismo activo. Por tanto, caben destacar los siguientes servicios relacionados con el turismo náutico (véase tabla 4):

Tabla 4. Servicios turismo náutico.

EMPRESA	UBICACIÓN	SERVICIOS
DivirTT	Ares	<ul style="list-style-type: none"> • Hinchables • Rutas en barco

		<ul style="list-style-type: none"> • Salidas de pesca
Kaiak Redes	Redes – Ares	<ul style="list-style-type: none"> • Clases de kayak • Clases de paddle surf
Windsurf Zona Norte	Ares	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de windsurf
Club náutico de Ares	Ares	<ul style="list-style-type: none"> • Amarre de barcos • Clases de vela
Asociación cultural y deportiva SCUBA	Ares	<ul style="list-style-type: none"> • Bautismos de buceo • Inmersiones para buceadores • Cursos de buceo
Barco Presas (Ayuntamiento)	Ares	<ul style="list-style-type: none"> • Salidas en antiguo barco pesquero por la ría • Salidas privadas
Club de Remo Ares	Ares	<ul style="list-style-type: none"> • Clases de remo
Club de Remo Mugardos	Mugardos	<ul style="list-style-type: none"> • Clases de remo
Lancha de Mugardos (Fernández Cabana S.L.)	Mugardos	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte de pasajeros entre Mugardos y Ferrol con audioguía • Servicios privados

Fuente: elaboración propia.

La unión por mar, así como la escasa distancia y las aguas calmas que enlazan Ares y Mugardos, permitirán un desarrollo óptimo del turismo náutico y mariner de manera sostenible a través de una mejor planificación y organización conjunta.

V. RESULTADOS

5.1. Análisis de la planificación turística actual

En la actualidad, gestión turística del municipio corresponde, exclusivamente, a la administración local a través de la concejalía de Turismo. No existe ni consorcio turístico ni organismo que aúne los poderes público y privado. Del mismo modo, ninguno de los dos municipios cuenta con una concejalía única en turismo, sino que la comparte con otras áreas del ayuntamiento. Esta dependencia única del turismo al sector público se justifica con que hay una insuficiente masa crítica que potencie la creación de un ente autónomo.

A nivel planificación y ordenación, no existe, ni ha existido, un plan estratégico municipal de turismo que marque las pautas de actuación a medio-largo plazo en ninguno de los dos ayuntamientos, ni tampoco realizado de manera conjunta.

No obstante, se realizó el Proyecto de Desarrollo Integral de las Comarcas de Ferrol, Eume y Ortegal 2007-2011 impulsado por la Diputación de A Coruña y entre sus once iniciativas estaba el desarrollo del sector turístico. Del mismo modo, en el ámbito territorial de la Mancomunidad de Ferrolterra – Rías Altas, se realizó en el año 2017 el Diagnóstico y Plan de actuaciones para el Turismo Activo. Tiene un total de cuatro líneas estratégicas. La primera es la sensibilización y profesionalización de la oferta y potenciación del emprendimiento, la segunda la creación y puesta en marcha del producto de turismo activo, seguido de promoción y comercialización. Según dicho plan, Ares tiene una costa apropiada para realizar actividades de coastering.

En esta misma línea se publicó una resolución en el Boletín Oficial de la Provincia de A Coruña el 6 de mayo de 2022 en la que hacen beneficiaria a la Mancomunidad de Ayuntamientos de la comarca de Ferrol de una subvención de 175.000€ con objeto de hacer un Plan de competitividad del destino turístico Ferrolterra-Rías Altas.

5.2. Percepción de los actores sociales sobre la oferta y la demanda turística

En este primer punto, se aborda el análisis de la oferta y la demanda turística actual y potencial de Ares y Mugardos en base a la percepción de los agentes sociales entrevistados (véase imagen 9). Para ello y para realizar una mejor lectura de las entrevistas se establecieron cuatro dimensiones: oferta turística, donde se analizan los acontecimientos programados (N=4), la cultura (N=19), la gastronomía (N=19) y la infraestructura turística (N=30); el perfil del turista, donde se observa el perfil sociodemográfico (N=35), la tranquilidad (N=19), el trato recibido (N=5) y la accesibilidad (N=10); el turismo náutico, donde se incluyen los senderos litorales (N=32) y las actividades náuticas (N=11) y el turismo mariner, donde se analiza la naturaleza (N=22) y la cultura marinera (N=15).

Imagen 9. Nube de palabras Atlas.ti.



Fuente: elaboración propia.

En base a esto, se observa que los actores sociales entrevistados consideran que Ares por su naturaleza ofrece numerosas playas, un paseo marítimo llano que favorece a la comodidad y accesibilidad, unido a una gran tranquilidad. Del mismo modo, destacan la existencia de productos turísticos, tales como las rutas de senderismo que ponen en valor la cultura marinera, así como la personalidad marinera de sus habitantes arraigada sin duda al sector pesquero. Así mismo, la ruta en el barco pesquero durante los meses de verano, que recorre la ría a manos de un patrón ligado al sector. Además, se destacan sus aguas calmas, idóneas para la realización de deportes náuticos.

“...podría tener un turismo deportivo de deportes acuáticos. Porque Ares al final es un pueblo mariner. Está muy ligado al mar, entonces, impulsando un poco más, pues por ejemplo el remo, la vela, que ya son deportes acuáticos que están consolidados aquí en Ares o el kayak, el pádel Surf. Podría llegarse a tener un nicho de mercado muy interesante”. (E.8)

Cabe mencionar el papel diferenciador que supone Redes, una entidad de población que conserva su aspecto original y que dispone de un espíritu mariner gracias a sus casas de pescadores encima del mar y las cabrias, lo que lo convierte en un gran atractivo turístico, especialmente los días de clima cálido.

En cuanto a Mugar dos, destaca sin duda por la gastronomía, que pone en valor la tradición marinera de la villa. Sin duda, el mayor atractivo es el pulpo a la Mugar desa, junto con la Fiesta del Pulpo. Además, su fachada marítima es una seña de identidad del lugar, junto con la cercanía al puerto, donde se pueden observar los barcos marineros, redes de pesca y otros utensilios de pesca.

“...Mugar dos puede ofrecer el turismo que un pueblo mariner, pues con unas grandes vistas atractivas para la gente que viene de fuera de la ría y, sobre todo, pues nada, su gastronomía, con su plato típico, el pulpo a la Mugar desa”. (E.5)

“...actualmente que ofrece una experiencia gastronómica que ya tiene un hueco, es decir, la narrativa de las experiencias gastronómicas de Mugar dos ya está consolidada, cuanto menos a nivel comarcal y yo diría que provincial”. (E.9).

Todos los entrevistados han citado el gran atractivo natural con el que cuentan ambos municipios, poniendo en valor tanto el mar, como la franja litoral, destacando de este modo las vistas y un inigualable aspecto.

En este punto, los entrevistados ponen en evidencia la necesidad de realizar una labor conjunta entre ambos municipios puesto que, dada su cercanía e historia común disponen de recursos de gran potencial para un desarrollo de un turismo sostenible y que favorezca a la comunidad local.

Con relación a la oferta potencial que se destaca por parte de los entrevistados son el desarrollo de rutas de senderismo que permitan unir toda la península y poder así recorrerla por la costa de manera señalizada, observando los atractivos naturales y el mar, puesto que, hasta este momento, existen esos caminos y atractivos naturales, pero no señalizados, por lo que es desconocido por parte de los visitantes e incluso a veces por los residentes.

“...tenemos muchos kilómetros de sendas y de caminos que, aunque no son muy conocidas, están a la vista de todos, o sea, por ejemplo, la senda que va por la Redonda y el castillo de La Palma, lo que se llama el antiguo Camino Real”. (E.2)

Igualmente, conocen el valor del mar, por lo que visualizan el aprovechamiento del mismo a través de actividades náuticas, puesto que destacan que para ver el atractivo de Ares y Mugar dos deben conocerse desde el mar. En este sentido, en Mugar dos destacan la necesidad de más plazas de amarre, puesto que el puerto es más reducido que el de Ares.

“...que se explotase un poquito más, pues lo que viene siendo la naturaleza y el mar, quizás podríamos hablar de turismo deportivo o náutico”. (E.4)

La cultura marinera es también parte de la preocupación de los entrevistados, no obstante, no citan el turismo mariner. Visualizan diferentes actividades relacionadas con esta cultura, creando algún lugar museístico que ponga el valor el pasado y presente de las villas en base a este sector, pero hay un desconocimiento en cuanto a la implicación del turista en estas actividades marineras.

Tal como se expuso en la metodología, se ha realizado un análisis en Atlas.ti. Esto, ha permitido identificar el perfil del turista en base a la percepción de los agentes.

En este punto, se observa que el visitante de Ares y Mugardos es diferenciado, en Ares existe un turismo familiar de larga estancia, principalmente familias completas de padres, hijos y nietos. Proceden en su mayoría de Madrid y del País Vasco y realizan un turismo low cost, puesto que no realizan demasiado gasto en el destino. Se alojan en segundas residencias y son muy fieles, puesto que repiten cada año, buscando tranquilidad y comodidad. Destacar que muchos visitantes tienen arraigo familiar en el municipio, por lo que cuentan con segundas residencias, que se consolidan como el principal medio de alojamiento tanto en Ares como en Mugardos.

En Mugardos, por su lado, pueden diferenciarse dos tipos de visitante, el turista y el excursionista. En primer lugar, el turista viaja en familia, pero principalmente en pareja, que del mismo modo que en Ares, se alojan en segundas residencias, además, registran una edad más elevada, de entre 40 y 60 años. Así mismo, existe un excursionista que acude a Mugardos con la motivación principal de degustar el pulpo a la Mugardesa y el puerto pesquero, ya que desea vivir en un ambiente marinero.

Finalmente, los actores sociales consideran que se podría potenciar la atracción de un turista que no se centre solo en realizar actividades en el centro de los municipios, sino que busque visitar y conocer tanto la historia como la cultura del municipio. Del mismo modo, potenciar un turista que realice más gasto en actividades y servicios, fomentando un turismo náutico deportivo que atraiga a un turista joven.

5.3. Estudio del perfil del turista en base a la encuesta

En base a las encuestas realizadas y analizadas a través del programa SPSS, se conoce que un mayor número de encuestados fueron mujeres (54,4%) frente a hombres (45,6%). La edad principal era de entre 45 y 64 años (49,5%) y viajaban en familia (40,8%) y en pareja (36,9%). Estaban empleados por cuenta ajena (49,5%) y disponían de estudios universitarios o equivalentes (51,5%). En base a la procedencia, procedían de otras partes de España (53,4%) y la duración del viaje era de una semana (34%) o un día (26,2%). Conocieron los municipios por amigos y/o familiares (57,3%) y llegaron a Ares y Mugardos en coche (78,6%).

La motivación principal para elegir Ares o Mugardos como destino turístico es la naturaleza y paisajes (42,2%), seguido del sol y playa (25%) y la gastronomía (17,15%), dejando en un porcentaje reducido la cultura (9,3%) y la práctica deportiva (6,35%).

En cuanto a la valoración de la oferta turística de Ares y Mugardos, lo mejor valorado es el atractivo del entorno natural y la tranquilidad, trato recibido y seguridad. En el primer caso, un 61,2% de las personas consideran que el entorno natural es mucho mejor de lo que esperaba; un 58,30% consideran la tranquilidad, el trato recibido y la seguridad son mucho mejor de lo que esperaban y, por otro lado, en relación a las actividades de ocio y recreo, las actividades culturales y la infraestructura turística eran exactamente lo que esperaban (33-35%).

En cuanto al gasto que realizan los turistas o visitantes en el destino, se observa que en el alojamiento hay un porcentaje muy abundante (53,40%), que no gastan nada, lo que deja ver

la presencia de alojados en establecimientos no reglados como 2o residencias o viviendas de familiares y amigos.

Por otro lado, el gasto en ocio es muy reducido también, un 66% de los encuestados no gastan nada en ocio, por lo que refleja la necesidad de promocionar las actividades turísticas de la zona (windsurf, vela, kayak...). La misma línea la sigue el gasto en regalos, que casi un 70% de personas no gastan nada. En este último ámbito, con la creación de una imagen turística, podría comercializarse merchandising por parte de los diferentes establecimientos. No obstante, en lo que más gastan los turistas en los municipios de Ares y Mugardos es en la comida, que gastan más de 45€ al día. Al igual que sucede con otros gastos (transporte, compras en otros establecimientos...), que gastan más de 35€ al día.

En cuanto a las recomendaciones un 51,5% de personas recomendarían muy probablemente la visita a estos municipios, un 65% intentaría volver y un 49,50% animará a venir a familiares y amigos.

Por último, se empleó un análisis de regresión lineal, en donde se analizará una variable dependiente con unas variables explicativas asociadas a la primera. Para ello, se han seleccionado varias variables dependientes a analizar: duración, gasto, intencionalidad y tranquilidad y tras el análisis de las diferentes variables, las explicativas son aquellas presentes en los cuadros.

Tabla 5. Regresión lineal duración del viaje.

DURACIÓN	
Variables explicativas	Coefficientes B
(Constante)	-3.454**
Lugar de procedencia	1.003**
Gasto total	.0001
Con quién viajan	.410**
Motivo gastronómico	-.971**
Edad	.449**
Infraestructura turística	.264*
R cuadrado	.506
R cuadrado ajustado	.475
** significativo al 0,01 * significativo al 0,05	

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la duración del viaje, se alcanza un R cuadrado de 0.506 (véase tabla 5) a través de seis variables explicativas: lugar de procedencia, gasto total, edad, motivación de viaje, con quién viaja e infraestructura. Los viajes tienen más duración para aquellos que tengan un lugar de procedencia más lejano, que viajan acompañados y tienen mayor edad. Además, valoran positivamente la infraestructura y realizan un importante gasto diario en el destino. En cuanto a la duración, aquellos que viajan por motivos gastronómicos son los que menos tiempo permanecen en Ares y en Mugardos. Esto coincide con las entrevistas, ya que hay muchos visitantes que acuden a Mugardos por la imagen que ofrece el pulpo a la Mugardesa.

Tabla 6. Regresión lineal gasto total.

GASTO TOTAL	
Variables explicativas	Coefficientes B
(Constante)	12.226**
Duración	1.052**
Motivo sol y playa	2.680**
Ocupación	1.950**
Cómo conoció	-2.116**
Motivo cultural	-2.583**
Con quién viaja	-.566*
Animaré a venir	1.225**
Tranquilidad	-1.582**
R cuadrado	.478
R cuadrado ajustado	.434
** significativo al 0,01 * significativo al 0,05	

Fuente: elaboración propia.

La variable dependiente gasto total (véase tabla 6), consta de un R cuadrado de 0.478 en base a las variables explicativas: la duración, la ocupación, los motivos, el con quién viaja, cómo conoció el destino, si animará a volver y la tranquilidad. Las variables indican que cuanto más larga sea la duración del viaje la persona, más gasto realiza en el destino. Así mismo, influirá la ocupación del encuestado, siendo las personas jubiladas las que más gasto realizan. Del mismo modo, aquellas personas que hayan acudido al destino teniendo como motivación principal el sol y playa, realizan más gasto que aquellas que tengan como motivación la cultura. Se corrobora además que no realizan más gasto aquellos que valoran positivamente la tranquilidad. Por otra banda, aquellos que conocieron el destino sin ser a través de amigos y/o familiares sí que animarán a venir a otros conocidos.

5.4. Problemáticas identificadas para el desarrollo turístico y ventajas competitivas

En el contexto del trabajo de campo y de las entrevistas realizadas se han identificado varias problemáticas (véase imagen 10) que deben solventarse para el desarrollo turístico conjunto entre ambos municipios.

En primer lugar, destacar la inexistencia de Planes Estratégicos de Turismo, tanto de manera individual por Ayuntamiento, como de manera conjunta entre ambos pueblos. La inexistencia de este plan impide la planificación y gestión de los destinos tanto a medio como largo plazo, por lo que esto dificulta una línea de trabajo continua con objetivos marcados.

Producto de esta inexistencia, surgen otras problemáticas, tales como la fuerte estacionalidad turística, centrando su actividad principalmente en los meses de verano –julio, agosto y parte de septiembre-, Semana Santa y puentes; falta de promoción y comercialización conjunta, unido a la inexistencia de una imagen turística conocida a nivel regional o incluso internacional.

Imagen 10. Problemáticas identificadas.



Fuente: elaboración propia.

En segundo lugar, es pertinente destacar la ausencia de distintivos de calidad y sostenibilidad en establecimientos y servicios. Esto puede suponer una problemática puesto que la calidad se ha configurado como un instrumento diferenciador del destino y una vía para hacer más atractiva la oferta turística (Zamora, 2019).

Del mismo modo, un tercer problema destacable es la escasa oferta alojativa en los municipios (384 plazas en camping, 16 plazas en apartamentos turísticos, 21 plazas en pensión y 303 en viviendas de uso turístico), sumado a la ausencia de alojamientos con altas categorías. Además, en la actualidad hay viviendas de uso turístico sin dar de alta, por lo que se consideran no regladas.

Por último, cabe destacar la inexistencia de asociaciones de empresarios y hosteleros, lo que produce un problema de capital social general en la zona, tema que sería propio de análisis. Estas problemáticas se ven minorizadas gracias a los fuertes atractivos de los que disponen Ares y Mugaridos. Tal como exponen los entrevistados, lo más valorado por los visitantes es la propia tranquilidad de los municipios, el trato de la gente, el entorno natural y el paisaje, la gastronomía (principalmente en Mugaridos) y la llanura del pueblo (principalmente en Ares).

“...lo que más se valora es la tranquilidad de un pueblo. Y la accesibilidad de, en este caso de su llanura, y la calidad y calidez de sus gentes”. (E.1)

“...tranquilidad, paisaje y como no oferta gastronómica nadie se puede ir de Mugaridos sin probar un buen pulpo a la Mugardesa”. (E.2)

“...lo primero de todo es la tranquilidad y no quiero reiterarme lo mismo y que el pueblo sea llano la sensación de poder caminar con una silla de ruedas con cochecito de bebé, con el patinete del niño la bicicleta es espectacular y la tranquilidad”. (E.6)

“...yo creo que es la tranquilidad y la buena comida” (E.9).

Del mismo modo, se presentan otras ventajas, tales como la existencia de turistas con fuerte arraigo al municipio, el crecimiento de empresas de turismo activo en Ares y la identidad de

ambos pueblos asociada al ámbito marinero, todo ello acompañado de una historia conjunta (storytelling).

5.5. Propuesta de planificación para el desarrollo del turismo marinero y náutico

Para la planificación y gestión del territorio, la primera acción a llevar a cabo debe ser la elaboración de un Plan Estratégico conjunto, en el que dentro de sus líneas estratégicas deben estar la mejora de infraestructura alojativa, el fomento de la calidad en destino, las sinergias entre empresas y entidades y la creación de una imagen turística conjunta, para la posterior promoción y comercialización.

En cuanto al desarrollo del turismo marinero y náutico, debe estar en todo momento ligado a la historia y al mar.

1. Creación de rutas de senderismo litoral: crear itinerarios conjuntos entre Ares y Mugardos estudiando el patrimonio asociado al ámbito marinero por el que transcurre la ruta.
2. Creación de visitas guiadas por los puertos marineros: para la puesta en valor del patrimonio marinero y de los trabajos asociados, observando barcos marineros, aparejos de pesca, etc.
3. Salidas de grupos reducidos en barcos de pesca y a la marea para mariscar.
4. Realización de salidas guiadas con las Cofradías: para conocer el trabajo realizado por los marineros, las mariscadoras, conociendo como faenan y visitando las naves.
5. Show-cookings del pulpo a la Mugardesa junto con una visita guiada.
6. Talleres gastronómicos sobre el proceso de la salgadura a través del patrimonio existente.
7. Mayor promoción conjunta de las empresas de turismo náutico de la zona, para un mayor conocimiento de las mismas por parte los visitantes.
8. Realización de visitas guiadas en kayak, motos de agua o similares.
9. Creación de una plataforma conjunta para la comercialización de los servicios ofertados.
10. Creación de paquetes turísticos que combinen el turismo marinero y el náutico para complementar el conocimiento de la historia de los municipios con la diversión.

Estas son algunas de las propuestas que deben ser desarrolladas en un plan y que permitirían consolidar una imagen que ayude a competitividad de los municipios. La combinación de la historia conjunta a través del turismo marinero con el ocio y disfrute que permite el turismo náutico, consolidarían ambos destinos.

VI. CONCLUSIONES

La planificación turística inteligente debe ser la primera línea de actuación para la gestión turística de los municipios de Ares y Mugardos, para poder así trabajar con objetivos a largo plazo que permitan una gestión óptima de la actividad, permitiendo crear una imagen turística consolidada y apostando por un desarrollo turístico sostenible, generando así destinos inteligentes y competitivos.

Ares y Mugardos son municipios que cuentan con una historia conjunta y en la que se pone en manifiesto el pasado marinero de ambas villas. No obstante, se ha observado que en los últimos años el sector primario reduce su actividad mudando la misma al sector servicios, viendo el gran potencial turístico de la zona.

Este pasado y presente ligado al mar se muestra como una gran oportunidad puesto que las tendencias turísticas actuales exponen que los visitantes buscan un turismo experiencial en el que conocer la historia del municipio, por lo que el desarrollo de turismo mariner permitirá poner en valor los oficios de pesca y marisqueo y todos aquellos asociados al sector, así como valorizar el patrimonio y aumentar los ingresos de los marineros combinando la pesca y el turismo. De este modo, aquellos visitantes que acudan a los municipios con motivaciones gastronómicas podrán conocer la cadena previa a poder degustar platos como el pulpo a la Mugardesa.

Así mismo, el perfil actual tiene como motivaciones principales la naturaleza y el paisaje, junto con el sol y playa. Se refleja aquí que la ubicación geográfica de Ares y Mugardos, en una península perfecta y ubicados entre dos rías calmas favorecerá al crecimiento de turismo náutico. Esta última tipología turística se ha visto incrementada en los últimos tres años, por lo que debe fomentarse un desarrollo y consolidación de la misma.

Por ello, y tras el estudio de los recursos del territorio se observa que el turismo náutico y mariner tienen posibilidades de convertirse en dos tipologías que se afiancen y se demanden por parte de los visitantes. Para ello, es necesaria una fuerte labor de planificación turística, con la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo que cuente con la participación de la población local, del sector público y del sector privado y que se base en la calidad y sostenibilidad.

Cabe señalar que para la realización del estudio se encontraron algunas limitaciones asociadas, tales como la realización de encuestas a turistas que se alojan en segundas residencias, puesto que en ambos municipios existen un total de 1.177 segundas viviendas y 802 viviendas vacías, empleadas en muchas ocasiones como alojamiento turístico imposibilitando registrar este perfil a través del pre-test, dado que no suelen acudir a las oficinas de turismo. Del mismo modo, la dificultad de acceso a los datos secundarios relacionados con el sector turístico en la zona, puesto que no son datos públicos y no están digitalizados. Se realizó una solicitud a ambos ayuntamientos y la recogida de estos no sigue un mismo patrón para análisis, además los datos recogidos son escasos, limitándose al perfil sociodemográfico.

Igualmente, se han observado posibles futuras líneas de investigación, puesto que no existen en la actualidad numerosos estudios académicos relacionados con el sector turístico en la zona. De este modo, se observa que debe investigarse la relación del capital social general para el desarrollo turístico, el perfil del turista con una mayor muestra para implantar de manera correcta futuras estrategias, la capacidad de carga y la gestión de flujos turísticos y el análisis de la promoción y comercialización realizada por los entes públicos.

Autoría del trabajo

Conceptualización, (B.M.S.); metodología, (B.M.S.); adquisición de datos, (B.M.S.); análisis e interpretación, (B.M.S.); redacción, revisión y edición, (B.M.S.). El autor ha leído y está de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, Ruth (2022). El turismo rural y el desarrollo local sostenible desde la percepción de los pobladores de la parroquia Ingapirca. *Publicando*, 9(33), 67-86. <https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2278>
- Antón, Salvador y González, Francesc (2005). Fundamentos de planificación territorial. En Salvador Antón Clavé y Francesc González Reverté (coord.) *Planificación territorial del turismo*, 15-59. UOC.
- Antón, Salvador y González, Francesc (2016). Marco conceptual y fundamentos de la planificación territorial del turismo. En Moisés Simancas Cruz (coord.) *La planificación y gestión territorial del turismo*, 25-49. Síntesis.
- Arregui, Vicente y García-Aranda, César (2007). *Proyecto Sagital. Proyecto guía para el centro de actividades turístico-pesqueras*. Madrid: ESIC.
- Baud-Bovy, Manuel y Lawson, Fred (1998). *Tourism & Recreation. Handbook of Planning and Design*. Architectural Press, Butterworth-Heinemann.
- Besteiro, Begoña (2004). El desarrollo del turismo náutico en Galicia. *Cuadernos de Turismo*. 13, 145-163. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18701>
- Butler, Richard W. (1981). The concept of tourist area cycle of evolution and implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 1(24), <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Caamaño-Franco, Iria (2017). *Desarrollo local y turismo industrial: el caso de España y Portugal* [Tesis Doctoral, Universidade da Coruña]. RUC. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/19566>
- Caamaño-Franco, Iria; Andrade, María y Pérez-García, Antonia (2021). El turismo marinero como opción de desarrollo local sostenible a partir del empoderamiento femenino. *Cuadernos de Turismo*, 46, 459-487. <https://doi.org/10.6018/turismo.451921>
- Caamaño-Franco, Iria y Lezcano González, María Elvira (2021). El patrimonio marítimo industrial. Pasado, presente y futuro en el ámbito cultural-turístico de Galicia. En *Patrimonio marítimo. El patrimonio marítimo de los caminos del mar a Santiago*, 33-38. Fundación Universidade da Coruña.
- Calderón, Francisco José (2010). Sostenibilidad y planificación: Ejes del desarrollo turístico sostenible. *DELOS: Revista Desarrollo Local Sostenible*, 3(8), 1-11. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3240293>
- Carneiro, Juan Antonio y Rodríguez, Miguel A. (2009). Historia de Mugar dos. Concello de Mugar dos.
- Celdrán, Marco Antonio (2016). El turismo en Alicante y la Costa Blanca. *Canelobre*, 66, 335-341.

Chapapría, Vicent Esteban (2000). Las instalaciones náuticas de recreo. *En Náutica de recreo y turismo en el Mediterráneo: La Comunidad Valenciana*, 13-61. Madrid: Editorial Síntesis.

Dredge, Dianne y Jamal, Tazim (2015). Progress in tourism planning and policy: A poststructural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, (51), 285-297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.002>

Fernández, Andrés y García, Beatriz (2020). Los destinos turísticos inteligentes: el pilar de la recuperación turística. *Ayana. Revista de Investigación en Turismo* 1(1), 17-29. <https://doi.org/10.24215/27186717e002>

Freire, José (2023). Rianxeira Redeña. *A Tenencia*, 8, 29-30.

Fuertes, Óscar (2021). La arquitectura del borde litoral: Un patrimonio construido como seña de identidad de la cultura del mar de Galicia. *En Patrimonio marítimo. El patrimonio marítimo de los caminos del mar a Santiago*, 13-18. Fundación Universidade da Coruña.

Fuster, Marc y Giner, David (2021). El sistema de gestión integrado de turismo y su papel en el actual escenario turístico. Un análisis aplicado a la red de destinos turísticos inteligentes de la Comunitat Valenciana. *Rotur. Revista de ocio y turismo*, 15(2), 1-23. <https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.2.7446>

GALP Golfo Ártabro Norte. (21 de enero de 2020). Genoveva é nome de barco. Unha curtometraxe do IES Mugaros [Vídeo]. Youtube. Genoveva é nome de barco. Unha curtametrase do IES Mugaros [2019]

Gretzel, Ulrike; Ham, Juyeon y Koo, Chulmo (2018). Creating the City Destination of the Future: The Case of Smart Seoul. En Wang et al (Eds). *Managing Asian Destinations, Perspectives on Asian*, 199-214.

Gunn, Clare A. (1993). *Tourism Planning. Basics, Concepts, Cases*. Londres: Taylor & Francis.

Herrera, Paloma; Miret, Luis y Lizcano, Emmánuel (2018). Viajar con la tradición: los pescadores artesanales ante la pesca-turismo en la Comunidad Valenciana (España). *Cuadernos de Turismo*, 41, 279-293. <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327031>

Heinemann, Klaus (2003). Introducción a la metodología de la investigación empírica en las ciencias del deporte. Paidotribo.

IGE. (2022): Obtenido de: <https://www.ige.gal/web/index.jsp?paxina=001&idioma=gl> . Consulta realizada en 09/2022.

Ivars-Baidal, Josep A.; Celdrán-Bernabeu, Marco A.; Mazón, Jose Noberto y Perles-Ivars, Ángel F. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581-1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>

Ivars-Baidal, Josep Antoni y Vera Rebollo, José Fernando (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: planificación turística inteligente. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 2765, 1-31. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2765>

- Jiménez, Celeste (2016). Pesca, cultura y turismo. En Celeste Jiménez de Madariaga y Juan José García del Hoyo (coords.), *Cultura y Pesca, Actas de las I Jornadas de Patrimonio Cultural –Pesquero*. Huelva, España: Universidad de Huelva, 17-34.
- Kauppila, Pekka y Karjalainen, Timo P. (2012). A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case of study in northern Finland. *Fisheries Research*, 127, 88-97. <https://doi.org/10.1016/j.fishres.2012.05.004>
- López, Ernesto (2023). Documento de denuncia a las altas instancias eclesiásticas de Santiago de Compostela. *A Tenencia*, 8, 37-39.
- Moreno, Daniel (2016). Turismo marinerero ¿Complemento del modelo turístico del sol y playa en la Región de Murcia? En X.M. Santos, P. Taboada y L. López (Eds.). *Actas del X Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible*. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 411-420.
- Moreno, Daniel (2019). Recursos para la implementación del turismo marinerero en el Mar Menor (Región de Murcia, España). *Rotur*, 13(1), 1-11. <https://doi.org/10.17979/rotur.2019.13.1.4983>
- Moreno, Daniel (2021). El desarrollo del turismo marinerero en España: diferencias regionales. *Cuadernos de Turismo*, 48, 69-94. <https://doi.org/10.6018/turismo.492671>
- Rivera, Claudia María (2020). Capital natural y turismo náutico en San Carlos, Sonora, México. [Tesis Doctoral, Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste, S.C.]. RUC. <http://dspace.cibnor.mx:8080/handle/123456789/3056>
- Orduña, Francisco José (2002). Turismo, patrimonio natural y medio ambiente. *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, (4), 95-130. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=199790>
- Organización Mundial de Turismo (1994). National and Regional Tourism Planning. Methodologies and Case Studies. Routledge, Londres.
- Padín, Carmen y Aboy, Sara (2010). Nuevos productos turísticos: la apuesta por el turismo marinerero en Galicia. *Revista de Estudios Politécnicos*, 8(14), 55-83. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/262660263>
- Pardellas, Xulio X. y Espejo, Cayetano (2013). Turismo pesquero. En E. A. Del Valle Tuerro y D. López Olivares (Eds.). *La actividad turística española en 2012*, 247-262. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Patiño, Carlos Alberto (2016). El turismo marinerero: un producto diferenciador y emergente de la oferta turística del litoral gallego. En Santos, X.M., Taboada, P. y López, L. (Eds.) *Actas del X Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible*. Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, 401-410.
- Peláez, Antonio (2002). Puertos Deportivos: Repercusión de su Administración y Gestión en el Desarrollo del Turismo Náutico. Estrategias para el caso de la Costa del Sol. [Tesis doctoral, Universidad de Málaga].

Pérez, Alba; Torres, Cristina y García, Jesús (2021). Galicia Enxebre. *En Patrimonio marítimo. El patrimonio marítimo de los caminos del mar a Santiago*, 58-64. Fundación Universidade da Coruña.

Vera, Fernando (1992). La dimensión ambiental de la planificación turística: Una nueva cultura para el consumo turístico. *Papeles de geografía*, (18), 195-204. Recuperado de: <https://revistas.um.es/geografia/article/view/43981>

Vera, Fernando y Baños, Carlos (2016). La dimensión territorial del turismo. Los objetos de la ordenación territorial de áreas turísticas: la definición del sistema turístico. En Moisés Simancas Cruz (coord.) *La planificación y gestión territorial del turismo*, 51-79. Síntesis.

Zamora, M^a Remedios (2019). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación. *Pasos* 17(2), 299-312. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.021>