

UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

Grau en Turisme

Anàlisi de l'evolució experimentada pel turisme
d'interior. El cas de les ciutats de Vitòria-Gasteiz i
Girona.

Autor: Joseba Aguirre Carbajo
Direcció del projecte: Julie Wilson

Curs 2015-2016. Primer semestre

Als meus pares per creure en la meva capacitat per desenvolupar aquest projecte i interessar-se respecte a la seva evolució.

A Julie Wilson, per l'orientació que m'ha donat al llarg del desenvolupament de cadascun dels apartats que componen aquest treball, així com per la paciència demostrada.

I, sobretot, a Joan, per fer-me costat durant la totalitat del procés, animant-me amb el seu recolzament a no llençar la tovallola.

Agraïments.

1. **A l'Ajuntament de Vitòria-Gasteiz**, tant pel bon tracte que m'han dispensat com per les facilitats que els seus membres m'han donat des del moment en el quin els vaig exposar l'objectiu d'aquest projecte. D'igual forma, agraïments especials per a les persones següents:
 - **A Gorka Urtaran**, Alcalde de Vitoria-Gasteiz des de 2015, encarregat d'informar als responsables tècnics i polítics de la finalitat del meu projecte, facilitant-me posteriorment les dades de contacte dels responsables tècnics i polítics de l'ajuntament.
 - **A Ana Lasarte**, Cap de Congressos i Turisme, per resoldre tots els dubtes plantejats al voltant de la qüestió a analitzar, així com per posar el focus sobre les fites que han marcat l'evolució turística de la ciutat.
 - **Vale Tena**, membre del grup municipal d'EAJ-PNV pertanyent a l'àrea d'alcaldia, per l'aportació realitzada del sector des d'un punt de vista polític.
2. **Als empleats de l'oficina de turisme de Girona**, per facilitar-me tant la memòria d'activitats de la ciutat com les dades de contacte i recursos dels responsables d'àrea, amb els quals, malauradament, no ha estat possible mantenir una entrevista tal i com m'hagués agradat. Agraïment especial per a **Marina Bosch**, tècnica d'informació turística de l'Oficina de turisme de Girona que ha estat l'encarregada de respondre als meus dubtes de forma directa.
3. **Als meus companys de la Universitat Oberta de Catalunya** per dedicar part del seu temps per respondre l'Enquesta d'Usos Turístics que vaig distribuir. D'igual manera, agrair al meu tutor, el **Manel González Rodríguez**, la seva ajuda per tal de fer que aquesta arribés al màxim nombre d'estudiants possible.

Índex.

PRIMERA PART. Introducció al tema de recerca.....	5
Presentació del cas.....	5
Objectius de la recerca.....	6
Hipòtesis de treball.....	8
Justificació de la recerca.....	9
Marc geogràfic i temporal de la recerca.....	10
SEGONA PART. Marc conceptual de la recerca.....	12
Revisió bibliogràfica.....	12
Principals problemes d'investigació.....	14
Valors diferencials de la recerca.....	16
TERCERA PART. Fonts d'informació.....	18
Principals fonts d'informació.....	18
Metodologia d'anàlisi.....	20
QUARTA PART. Resultats obtinguts.....	22
Turisme i institucions: Com es gestiona aquesta activitat?.....	22
Memòria 2014: Anàlisi dels principals indicadors.....	29
1. Nombre de Visitants atenent a les consultes realitzades a les oficines de turisme.....	29
2. Les ciutats com a receptores de turisme de congressos.....	33
3. Pernotacions.....	36
Enquestes d'usos turístics.....	37
CINQUENA PART. Síntesi.....	46
Resultats i conclusions.....	46
Hipòtesis inicials envers els resultats obtinguts.....	51
Aportacions de la recerca.....	53
Aplicació pràctica de la recerca.....	55
Autoavaluació del procés d'investigació.....	57
Recomanacions per continuar la recerca.....	58
Conclusió.....	62
Bibliografia consultada.....	63
Documentació institucional.....	63
Legislació.....	63
Estadístiques.....	64
Entrevistes.....	64
Publicacions en premsa.....	64
Articles de recerca.....	65
Annexos.....	66
Actes de reunions – Ajuntament de Vitoria-Gasteiz.....	66
Enquesta turística – Model distribuït.....	68

PRIMERA PART. Introducció al tema de recerca.

Presentació del cas

El turisme ha esdevingut una activitat econòmica de primer ordre que ha contribuït de forma directa al desenvolupament dels teixits econòmic i social d'aquells llocs on el sector ha esdevingut un agent econòmic de vital importància. En el cas de l'estat espanyol, el "boom turístic" viscut a partir dels anys 60 va consolidar el país com una destinació turística a nivell mundial, triada per un gran nombre de turistes estrangers atrets tant per les seves zones costaneres com pel fet de que es tractés d'un país que, pel seu nivell de renda, els resultava molt econòmic. Tanmateix, si bé els ingressos obtinguts pel turisme van contribuir a modernitzar l'estat dotant-lo d'infraestructures de qualitat que facilitaven la qualitat de vida dels ciutadans alhora que impulsaven l'economia, el turista mitjà va associar Espanya amb el turisme de sol i platja, deixant de banda les activitats culturals o naturals que, a hores d'ara, comencen a ser valorades tant pel turista nacional com per l'internacional.

La situació anteriorment esmentada va impulsar el ràpid creixement turístic de territoris com Andalusia, Catalunya, les Illes Balears, les Illes Canàries o la Comunitat Valenciana, destacant en el cas d'aquesta darrera la transformació de la localitat de Benidorm, passant de ser un antic poble pescador als anys 60 a la tercera destinació turística espanyola l'any 2014 i que, amb un numero de pernoctacions de 11,2 milions, només va ser superada per les ciutats de Madrid i Barcelona. La tercera posició és, igualment, l'ocupada per Espanya en el mateix període de temps com a destinació turística mundial, situant-se només per darrera de França i els EUA per nombre de visitants, aspecte que ens demostra la importància d'aquest sector per a un país que, segons les estimacions, tancarà aquest any 2015 amb una aportació al PIB total d'un 11,2%.

Si bé les dades en el seu conjunt ens mostren un país amb un sector turístic consolidat, la tradicional aposta pel turisme de sol i platja ha dificultat la posada en marxa de les noves formes de turisme, aspecte aquest que ha dificultat l'entrada en aquest sector d'un gran nombre de territoris que, tot i tenir nombrosos atractius, no encaixaven amb la imatge tradicionalment venuda relativa al turisme a Espanya, perjudicant de forma notòria la seva difusió. Tanmateix, l'aposta pel turisme de proximitat i l'escurçament de les pernoctacions han donat una empenta a un gran nombre de territoris que, aprofitant-se tant de les circumstàncies com de l'impuls viscut per les noves formes de turisme, han aconseguit entrar en aquest mercat, tot i disposant d'una penetració del sector molt baixa en comparació amb la resta d'àrees del país.

Amb aquest treball pretenc dur a terme una anàlisi d'una localitat que ha estat tradicionalment turística, analitzant la seva evolució per, posteriorment, realitzar una comparativa amb una altra localitat que, si bé disposa d'un gran nombre d'atractius turístics, tradicionalment ha viscut d'esquena a aquest sector. Així, les dues localitats que seran objecte d'aquest treball i que es presenten a continuació disposen d'un gran nombre de similituds que faciliten l'anàlisi dels factors que han motivat la presència d'un sector turístic que no te res a veure en ambdós casos, havent tingut un desenvolupament turístic completament diferent.

- La ciutat mediterrània de **Girona**, capital de la província del mateix nom, és la primera de les dues localitats que formen part d'aquesta anàlisi. Aquesta ciutat d'interior, situada a escassos 40 kilòmetres de la Costa Brava, comptava a l'any 2014 amb una població de 97.227 habitants, la qual es veu complementada per un àrea urbana composta per 8 municipis limítrofs a la ciutat que arriba fins a les 144.720 persones. La vinculació de Girona amb el sector turístic és històrica, sent en la dècada dels anys 50 una de les localitats destacades pel Ministeri de Turisme gràcies a la seva riquesa patrimonial. Tanmateix, l'impuls que des de l'estat es va realitzar pel turisme de sol i platja va desplaçar la ciutat a un segon pla fins l'arribada de la dècada dels 80, moment en el qual la simplificació duta a terme per les administracions, juntament amb els moviments desenvolupats pels agents locals i provincials van impulsar diferents projectes de recuperació patrimonial i cultural, aspecte aquest que ha impulsat el turisme a la ciutat, derivant en la diversificació i creixement de sectors com el hotelier el qual, amb

un total de 23 establiments, ofereix en l'actualitat una de les gammes d'allotjament més complertes a nivell turístic.

- La segona de les ciutats a analitzar és **Vitòria-Gasteiz**, capital de la província d'Àlaba i de la Comunitat autònoma del País Basc. Amb una població total de 242.072 habitants segons dades de l'any 2014, es tracta d'una ciutat que concentra en el seu espai un percentatge superior al 70% de la població total d'Àlaba, destacant especialment el fet de que no disposi d'àrea metropolitana.
En els darrers anys la ciutat ha viscut un important procés de restauració que ha portat a la recuperació de l'ametlla medieval, destacant en aquest punt les obres de recuperació de la Catedral de Santa Maria que permeten visitar la catedral en ple procés de restauració. D'igual manera, cal subratllar l'anell verd exterior de la ciutat, la qual és una de les més verdes i sostenibles de l'entorn, tal i com demostra la recepció del premi "European Green Capital" a l'any 2012, rebent addicionalment el reconeixement de "Capital gastronòmica" a l'any 2014. Tanmateix, i tot i estar situada a escassa distància de la costa basca i de les ciutats de Bilbao o Donostia, la ciutat no acaba de trobar el seu lloc en el mercat turístic, aspecte que s'ha traduït en el tancament d'hotels a la ciutat al llarg dels darrers anys. Amb tot, l'empenta que exerceixen esdeveniments com el FesTVal o les festes en honor a la Verge Blanca s'ha demostrat decisiva per atreure visitants a la ciutat.

Es tracta, doncs, de dues ciutats que presenten grans diferències respecte a la seva gestió turística tot i tenir un gran nombre de similituds pel que fa a les seves característiques. Així, aquest fet genera un seguit de diferències a nivell econòmic, cultural i social que pretenen ser analitzades en aquest treball, a efectes de conèixer en profunditat els impactes tant positius com negatius que la situació actual del turisme produeix a hores d'ara en ambdues localitats. Aquesta anàlisi cercarà, a més, l'impuls de les fortaleces pròpies d'ambdues destinacions al mateix temps que s'apliquen mesures correctores per tal de reduir els problemes generats pel sector turístic, analitzant a tal efecte la totalitat dels paràmetres que reben influències del turisme de forma directa o indirecta.

Objectius de la recerca

- Analitzar el pla general de turisme de cadascuna de les dues destinacions per tal de conèixer les polítiques de creixement que es volen impulsar des de les administracions, així com mesurar la idoneïtat de les mateixes.
 - Esbrinar si les polítiques de creixement aplicades beneficien o perjudiquen a cadascuna de les ciutats analitzades en el cas.
 - Analitzar el nivell de convergència entre el sector turístic i la resta de sectors econòmics que configuren la realitat econòmica d'ambdues destinacions per tal d'impulsar el desenvolupament del territori de forma conjunta.
 - Analitzar les mesures de promoció i protecció aplicades en l'actualitat tant per als esdeveniments com pel patrimoni natural o cultural de cadascuna de les localitats amb l'objectiu de garantir que els procediments que s'estan aplicant siguin els més adequats.
- Endinsar-se en la situació actual del turisme en ambdues localitats a efectes de conèixer la influència que la mateixa genera en els teixits econòmic, polític i social.
 - Utilitzar la pràctica turística com a eina que permeti equilibrar el teixit socioeconòmic i cultural d'ambdues localitats atenent a les característiques pròpies de cadascuna de les mateixes, a efectes de que el turisme esdevingui un motor amb capacitat per impulsar els territoris des de les vessants econòmica, social i cultural.
 - Estudiar l'impacte d'adaptar l'oferta turística dels territoris amb l'objectiu impulsar una gestió turística dels recursos que aposti pel desenvolupar una promoció equilibrada i adaptada a les característiques individuals de cadascun d'ells,

- garantint d'aquesta forma la correcta conservació dels mateixos. Aquesta aposta afavorirà, a més, la diversificació de l'oferta turística, aspecte el qual col·laborarà a augmentar l'atractiu de la destinació per a un perfil superior de turistes.
- En relació amb els anteriors, apostar tant per la dinamització del teixit cultural, econòmic i social tant de les ciutats de Girona i Vitòria-Gasteiz com dels territoris en els quals s'ubiquen en base a la pràctica turística, per tal de que el sector serveixi per enfortir la cultura i tradicions pròpies que els caracteritzen, així com per diversificar econòmicament els mateixos a efectes d'enfortir i diversificar els diferents teixits dels quals disposen les ciutats.
 - Realitzar una anàlisi de la situació actual del sector turístic en base a les dades disponibles per ambdues ciutats a efectes de conèixer quines són les problemàtiques que, directa o indirectament, es deriven de la seva situació actual a les ciutats de Girona i Vitòria-Gasteiz.
 - Posada en valor els trets culturals propis que presenten les ciutats analitzades mitjançant la realització d'una aposta per a que aquests estiguin presents a nivell social, reduint d'aquesta manera de que aquests siguin substituïts per altres elements més propis dels turistes.
 - En relació amb l'anterior, apostar per establir un marc de convivència i una regulació específica a efectes d'evitar conflictes territorials que esdevinguin en una mala recepció del turisme per part dels residents o en un deteriorament dels espais públics que estiguin catalogats d'interès turístic.
 - Establir mecanismes que permetin realitzar un control més exhaustiu de l'activitat turística desenvolupada a cadascuna de les localitats, a efectes de garantir el compliment de la missió i valors que es pressuposen per la mateixa.
 - Impulsar mesures que garanteixin la pràctica del turisme responsable i sostenible per davant dels comportaments habituals manifestats en aquelles localitats on el turisme de masses ha estat el gran protagonista.
 - Estudiar el desenvolupament de normatives específiques destinades a regular l'ús del patrimoni natural i cultural de les ciutats analitzades per evitar-ne situacions de sobreexplotació o deteriorament.
 - Analitzar la influència generada que el sector turístic genera en els teixits econòmic o social de les ciutats analitzades amb l'objectiu de conèixer-ne la importància.
 - Apostar pel sector turístic com a element amb capacitat per impulsar la dinamització econòmica d'ambdues ciutats, sent l'objectiu final emprar l'activitat turística com a eina amb capacitat per atreure noves inversions als municipis.
 - Subratllar la importància de la cultura pròpia com a element d'interès turístic entre la població, impulsant programes que permetin al turista gaudir d'una experiència el més autèntica possible alhora que es garanteixi el manteniment de les tradicions i trets locals més característics entre la població.
 - Esbrinar si la gestió dels recursos patrimonials, naturals i culturals que es realitza a la ciutat és adequada des dels punts de vista de la conservació i gestió de la mateixa.
 - Desenvolupar programes de conscienciació destinats a ser distribuïts tant entre els residents com entre els turistes que apostin per visitar les ciutats analitzades amb les que es recordi a la totalitat de col·lectius la necessitat de conservar adequadament la totalitat d'elements del nucli urbà.
 - Estudiar la implantació d'una regulació específica pel patrimoni en funció de la seva tipologia que permeti desenvolupar una normativa destinada a que la difusió turística d'aquests elements es faci atenent a criteris de conservació i sostenibilitat ambiental.

Hipòtesis de treball

L'elecció de les ciutats de Girona i Vitòria-Gasteiz per l'elaboració d'aquest informe no ha estat casual, en tractar-se de dues ciutats que, tot i les seves similituds tant pel que fa a les seves característiques en aspectes com ara la seva condició de localitats d'interior, la proximitat al mar o una població total que, tot i disposar d'una distribució alternativa, és similar en números absoluts, presenten nombroses diferències quant al seu teixit econòmic i social.

Parlant del sector turístic, trobem que la capital del Gironès va experimentar un augment de visitants xifrat en un 4,4% el passat 2014, mentre que la ciutat basca continua estancada, no sent considerada ni tan sols com a opció de visita per molts dels turistes que decideixen visitar el País Basc, tanmateix, cal destacar l'interès que desperten les festes patronals de La Blanca celebrades del 4 al 9 d'agost, quan es van rebre un total de 5.520 turistes.

Les diferències existents en aspectes com ara les infraestructures o la gestió turística expliquen en gran part el diferent comportament turístic entre els dos destins, aspecte que em porta a plantejar les següents hipòtesis:

- **Una política adequada en matèria d'inversions i gestió de les infraestructures pot comportar beneficis per al sector turístic.** En el cas de Girona, cal destacar l'aposta duta a terme pel seu aeroport, aspecte aquest que, juntament amb unes bones infraestructures de comunicacions terrestres, faciliten l'arribada de turistes a la ciutat. Per contra, a Vitòria la problemàtica que rodeja el seu aeroport, tancat durant part de la jornada diària i amb un flux de passatgers molt baix, dificulta la difusió turística del territori en descuidar un dels principals mitjans de transport emprats pels turistes per desplaçar-se.
- **Apostar per la gestió turística conjunta genera més oportunitats.** L'aposta per la difusió turística de la Costa Brava ha estat molt beneficiosa per Girona, aconseguint atreure tant als turistes interessats directament amb la destinació com a aquells que aprofiten per visitar-la com a activitat complementària de la principal. Aquesta situació no és equivalent en el cas de Vitòria-Gasteiz, on la falta de coordinació entre la pràctica totalitat d'agents dificulta impulsar una política turística comuna tot i captant l'atenció d'aquells turistes que visiten la Costa Cantàbrica.
- **El turisme ha de contribuir a enfortir la cultura i tradicions locals.** La promoció d'esdeveniments culturals importants o l'organització de fires o festes populars destinades a transmetre els atractius de les ciutats esdevenen un element clau per tal de crear una marca turística. Així, l'organització de jornades gastronòmiques a la ciutat de Vitòria o el Festival de teatre amateur a Girona atrauran l'interès dels turistes i locals, alhora que afavoreixen la transmissió d'informació al primer dels col·lectius.
- **El sector turístic pot impulsar el desenvolupament econòmic dels territoris en el seu conjunt.** La proximitat geogràfica existent entre la ciutat de Girona i les principals localitats turístiques de la Costa Brava contribueix a enfortir el teixit turístic, però també pot suposar una oportunitat per tal de consolidar les activitats pertanyents al sector agrari e industrial que es desenvolupen al territori. Aquest cas pot arribar a ser encara més destacat en el cas de la ciutat de Vitòria, ciutat que alberga en els seus terrenys a algunes de les empreses industrials més importants a nivell europeu i que es pot aprofitar d'aquesta circumstància per diversificar les seves activitats econòmiques emprant el turisme com a eina dinamitzadora.
- **La consolidació de la pràctica turística obre la porta a explotar nous potencials.** Un territori ben compensat a nivell econòmic i social provoca que sigui més senzill apostar per nous segments de mercat, aspecte per al qual el turisme pot esdevenir un sector econòmic clau tant per Girona com per Vitòria-Gasteiz, en tractar-se d'un sector que permet donar visibilitat al conjunt d'agents que componen el territori.

Justificació de la recerca

Tal i com he explicat amb anterioritat, Espanya ha esdevingut la tercera destinació turística mundial gràcies a l'aplicació d'un seguit de polítiques durant el període del franquisme que posaven en valor avantatges competitius com ara l'economia o la climatologia entre el públic objectiu estranger, aspectes els quals han provocat que el país hagi assolit la seva posició en el mercat turístic mundial gràcies al turisme de sol i platja. Amb tot, i si bé és cert que el país és en l'actualitat una de les destinacions turístiques més atractives del món, continua depenent excessivament del turisme de masses, el qual cal continuar alimentant a efectes de sostenir tot un entramat empresarial que ha crescut majoritàriament al voltant d'aquesta modalitat. Tanmateix, l'actual posicionament planteja un repte encara superior per a un país que, en l'actualitat, ha de satisfer les expectatives dels seus mercats turístics tradicionals, cercant-ne alhora de nous i diversificant la seva oferta turística per assolir un posicionament més competitiu en el mercat mundial, permetent així atreure turistes provinents d'altres mercats alternatius als tradicionals.

Si bé el turisme és una activitat que contribueix per si mateixa a la dinamització econòmica dels territoris en els quals es desenvolupa, una dependència excessiva d'aquest sector pot posar en perill l'atractiu de les destinacions turístiques a llarg termini, generant inestabilitat en el teixit econòmic i social dels mateixos que perjudicarà el manteniment de l'atractiu de la destinació de cara al futur. En aquest sentit, cal recordar un altre cop la necessitat de que el turisme sigui una activitat complementària a les ciutats a efectes d'establir un entramat col·laboratiu que permeti impulsar la resta de sectors per tal de disposar d'una destinació amb un teixit econòmic convenientment diversificat que permeti disposar d'una destinació equilibrada, incomplint-se aquest punt en la majoria de destinacions turístiques on s'ha apostat pel turisme de masses com a activitat econòmica, presentant aquestes un teixit econòmic on la pràctica totalitat dels llocs de treball i les empreses existents es dediquen en exclusiva a aquesta activitat. Una de les conseqüències que provoca aquesta situació és l'elevat nivell d'estacionalitat concentrat en els mesos en els quals els fluxos turístics que arriben a aquestes destinacions són superiors.

El teixit social present a les localitats on el turisme de masses ha esdevingut l'activitat principal entre els seus habitants també ha patit de forma notòria, substituint en molts casos els consums i tradicions propis de les localitats per les pròpies dels visitants. A tall d'exemple, cal destacar la situació actual d'algunes localitats turístiques consolidades com l'àrea de Platja de Palma, a Mallorca, o el sud de l'illa de Tenerife, on la política turística adoptada ha afavorit la proliferació de negocis orientats als turistes que no tenen cap mena de relació amb l'illa, desplaçant alhora als residents en aquestes àrees cap a altres punts de la geografia del seu territori. Aquests fets contradiuen un altre dels principis del turisme, donada la necessitat de transmetre entre els visitants la cultura del propi territori per tal de garantir la pervivència de la mateixa.

La cada cop superior oferta i demanda d'activitats turístiques alternatives en territori espanyol, on les visites de caire cultural destinades a conèixer els atractius de les principals capitals i monuments de la geografia nacional, obren la porta a implantar una política turística amb capacitat per dinamitzar el territori a nivell econòmic des de una vessant sostenible que permeti impulsar el seu teixit econòmic i social, aspecte aquest que repercutirà directament en la seva qualitat de vida. Aquest fet és especialment important en el cas de la ciutat de Vitòria-Gasteiz, amb un sector turístic actualment d'escassa importància tot i els múltiples intents que des de les institucions locals s'han dut a terme per posar en valor el patrimoni cultural i natural de la ciutat, aspecte pel qual el turisme esdevé un sector estratègic a efectes de contribuir a l'enfortiment de la ciutat en el seu conjunt gràcies a la difusió dels atractius amb els quals compta la capital basca.

Pel que fa a Girona, la presència d'un nucli àmpliament freqüentat pels turistes estrangers a la ciutat no ha estat un impediment per tal de que aquesta hagi mantingut la seva identitat, esdevenint un dels motors de creixement del sector turístic a la mateixa. Tanmateix, la crisi econòmica viscuda al llarg dels darrers anys ha afectat el seu sector industrial, tancant part de les empreses que operaven al territori, aspecte que ha obligat a apostar per regenerar econòmicament el territori cercant atreure noves inversions. A tal efecte, el sector turístic pot esdevenir clau per contribuir a millorar el teixit econòmic i social d'una ciutat que comparteix amb

Vitòria-Gasteiz un bon nivell de qualitat de les seves infraestructures, però que es situa per sobre d'aquesta en aquelles directament relacionades amb el sector turístic.

En resum, es tracta d'esbrinar si les polítiques turístiques desenvolupades fins aquest moment per les institucions han estat efectives en ambdós destins a efectes d'introduir el turisme com a activitat econòmica i amb capacitat per dinamitzar el territori, posant especial atenció en si aquesta activitat s'ha desenvolupat aplicant un seguit de polítiques diferenciades a les adoptades a efectes de promocionar el turisme de sol i platja per tal de que l'activitat turística es faci apostant per la supervivència i enfortiment dels factors economicosocials i culturals del territori com a motor pel seu desenvolupament.

Marc geogràfic i temporal de la recerca

Tant el marc geogràfic com temporal per tal de procedir a la recerca d'informacions relatives a les dues ciutats que s'estudiaran en d'aquest projecte seguiran la mateixa estructura, adaptant-la, a més, a un radi de cerca que disposarà d'uns paràmetres semblants, tot i que no iguals. Això s'explica donada la llunyania entre els dos territoris que formen part d'aquest estudi, així com també per les particularitats que presenta cadascuna de les ciutats a nivell territorial. Amb tot, hi ha un conjunt d'aspectes que es tindran en compte a títol individual per a les ciutats de Vitòria-Gasteiz i Girona a efectes de que aquest treball s'adapti el màxim possible a aquells factors que, en l'actualitat, influeixen de forma més determinant en la situació dels seus respectius sectors turístics, sent els punts els següents:

- La proximitat existent entre **Girona** i els principals nuclis de la Costa Brava condiciona de forma notable el seu desenvolupament turístic que tot i les seves reduïdes dimensions disposa d'una gran riquesa patrimonial, impulsant aquest fet les visites turístiques a una ciutat que, a més, destaca per estar situada a poc més de 120 kilòmetres d'un altre punt clau per al turisme català com és la ciutat de Barcelona, exercint durant un llarg període de temps l'aeroport de Girona d'infraestructura encarregada de rebre als turistes interessats en conèixer la capital catalana gràcies a la importància dels vols de baix cost. Aquests aspectes centraran el marc geogràfic de la recerca en la pròpia província de Girona i, més concretament, en el desenvolupament turístic viscut per les principals àrees turístiques de la mateixa. Tanmateix, es cercarà informació de forma puntual que faci referència a l'evolució del turisme a Catalunya, en tractar-se d'un dels principals mercats turístics de l'estat espanyol per tal de poder contextualitzar la situació de la ciutat analitzada respecte al conjunt del mercat, incloent-hi addicionalment paràmetres relatius a la tipologia de turistes que aposten per visitar la ciutat.
- L'escassa distància i les bones comunicacions existents entre les tres províncies basques poden condicionar de forma notable l'evolució turística soferta per la ciutat de **Vitòria-Gasteiz**, situada a 62 kilòmetres de Bilbao i a 101 kilòmetres de Donostia, ciutats aquestes que es situen a la vegada a la Costa Basca. La importància adquirida per aquests indrets a nivell turístic al llarg dels darrers anys fan que sigui interessant analitzar les diferències existents entre aquestes ciutats i la capital basca en matèria de desenvolupament turístic, per tal de realitzar una anàlisi més exacte que expliqui les causes per les quals la capital basca no ha aconseguit desenvolupar-se turísticament de la mateixa manera que ho han fet les seves homòlogues.

El marc geogràfic de la recerca es completarà amb l'anàlisi de la resta de municipis de la província d'Àlaba, on existeixen indrets que en l'actualitat lluiten per ser considerats Patrimoni Mundial de la Humanitat com les Salines d'Añana, a més d'indrets que destaquen pel seu gran valor natural i cultural com la muntanya del Gorbea, tots ells promocionats en els circuits turístics del País Basc i que destaquen per la seva valoració entre el públic general.

Quant al marc temporal de la recerca, l'objectiu d'aquest treball passa per avaluar l'evolució experimentada en ambdues localitats al llarg de les darreres dècades per tal de conèixer la influència generada pel sector turístic. Així, la idea inicial fixa el punt de partida en els anys 60 i 70, període durant el qual l'estat espanyol travessava una etapa de transformacions que va influir

considerablement en el desenvolupament manifestat pels territoris que el componen. Tanmateix, la bona evolució econòmica experimentada pel país entre els anys 80 del passat segle i l'any 2000 provoca que sigui necessari realitzar una anàlisi en profunditat dels canvis experimentats per les ciutats protagonistes d'aquest estudi i els seus territoris.

S'estudiaran aquells aspectes relacionats amb l'evolució econòmica experimentada i les transformacions i modificacions en matèria d'infraestructures que han tingut lloc en els territoris analitzats, tenint especial cura de les polítiques i plans estratègics aplicats a efectes d'assolir un bon nivell de competitivitat pel que fa als teixits econòmic, social i cultural dels territoris, en considerar que es tracta de punts clau per comprendre quin és el punt de partida actual per configurar un escenari capaç d'aprofitar les fortaleeses i debilitats d'ambdues destinacions per generar noves oportunitats que contrarestin les possibles amenaces.

SEGONA PART. Marc conceptual de la recerca.

Revisió bibliogràfica

Les similituds que presenten Girona i Vitòria-Gasteiz en nombrosos aspectes no s'han traduït en una evolució turística similar, ja que, mentre la capital del Gironès és una de les ciutats d'interior més atractives pel gran públic, la ciutat basca ocupa una posició molt més discreta, sent actualment la ciutat més desconeguda de les 3 capitals de província que componen el País Basc. Aquests fets són en gran part deguts a les diferències realitzades en matèria de gestió turística des de les institucions, destacant la potenciació del sector que històricament s'ha fet des de les institucions gironines, contribuint activament a la posada en valor de les característiques de Girona tot i confirmant-la com a localitat turística. En canvi, l'aposta tardana realitzada a Vitòria-Gasteiz per aquest sector no ha aconseguit atreure un nombre significatiu de turistes, situant-se la ciutat en una posició un tant incòmoda si la comparem amb la que ocupen altres ciutats del seu entorn com ara Bilbao o Donostia.

La problemàtica que hem plantejat fins ara obre moltes línies de debat que, a banda d'afectar al sector turístic, influeixen directa e indirectament a la totalitat del teixit socioeconòmic dels municipis, aspecte que ens permet obrir un seguit de línies d'investigació amb les quals proposar canvis que permetin millorar el territori en el seu conjunt. Tanmateix, en aquest treball posarem el focus en l'evolució de l'activitat turística en cadascun dels territoris investigant sobre les possibles causes que han motivat que l'evolució experimentada en aquesta matèria per cadascuna de les ciutats hagi estat tant diferent, esbrinant alhora quines han estat les conseqüències derivades d'aquesta situació.

Per dur a terme aquest estudi, s'analitzarà detingudament la metodologia aplicada a Girona per tal d'assolir la seva posició actual en el mercat turístic, aspecte que ens permetrà determinar si les pràctiques adoptades des de les institucions de Vitòria-Gasteiz han estat o no similars, així com les causes per les quals els resultats obtinguts no han estat els esperables.

La bibliografia publicada a hores d'ara sobre aquestes dues ciutats, considerades en ambdós casos destinacions "fast look"¹, ens situa davant de dos escenaris molt diferenciats i que es poden resumir de la següent manera:

- La informació publicada al voltant de la ciutat de Girona ens mostra un sector turístic molt competitiu gràcies a l'aposta desenvolupada des de les institucions, esdevenint un factor clau juntament amb la progressiva millora de les infraestructures i l'arribada de nous equipaments, alguns molt importants per al sector turístic com ara el palau de congressos o la renovació de l'oferta hotelera. Aquests fets han facilitat la introducció de noves modalitats turístiques amb capacitat per complementar la tradicional aposta cultural duta a terme a la ciutat catalana, aspecte que, tal i com recullen estudis realitzats al voltant de les noves formes de turisme², contribueix activament a l'impuls i consolidació de Girona com a destinació turística de referència.
- En el cas de Vitòria-Gasteiz, tot i disposar d'un patrimoni històric de gran valor, a més de trets diferencials com són els anells verds exteriors e interiors que configuren una de les ciutats més verdes d'Europa, les darreres estadístiques publicades pel EUSTAT³ demostren

¹ Concepte que critica el desenvolupament i organització dels viatges turístics que inclouen varies visites donada l'escassa qualitat de l'experiència obtinguda. Font: DONAIRE, JOSÉ ANTONIO (2014) "*Fast look*" [en línia]. De bat a bat. 18.04.2014 <<http://don-aire.blogspot.com.es/2014/03/fast-look.html>>

² Segons l'estudi presentat per la Universitat de Girona a començaments de l'any, l'impuls de turisme de negocis ha generat 87 milions d'euros de benefici i més d'un miler de llocs de treball. Font: DIARI DE GIRONA "*El turisme de negocis genera 87 milions d'euros a Girona*" [En línia] 03.02.2015. <<http://www.diaridegirona.cat/economia/2015/02/03/turisme-negocis-genera-87-milions/708595.html>>

³ Estadístiques relatives a les pernoctacions, estada mitjana i grau d'ocupació en establiments hotelers. Font: EUSTAT. "*Entradas de viajeros, pernoctaciones, estancia media y grados de ocupación en establecimientos hoteleros de la C.A. de Euskadi por origen y zona geográfica. 2014-2013*" [en línia] <http://www.eustat.eus/elementos/ele0011300/ti_entradas-de-viajeros-pernoctaciones-estancia-media-y-grados-de-ocupacion-en-establecimientos-hoteleros-de-la-ca-de-euskadi-por-origen-y-zona->

la debilitat tant de la ciutat com de la província envers les veïnes Bizkaia i Gipuzkoa, aspecte al qual contribueixen problemàtiques com la reducció de l'oferta hotelera, les deficiències en la gestió de l'aeroport alabès de Foronda (que han derivat en la seva apertura parcial)⁴ o les discrepàncies existents respecte a la ubicació de l'actual palau de congressos, traduint-se aquests fets en una difusió turística limitada que, en l'actualitat, viu els seus màxims durant les festes patronals del mes d'agost⁴ i la celebració del Festival de Ràdio i Televisió (FesTVVal) durant la primera setmana de setembre, el qual *"ha ayudado a la provincia de Álava a convertirse en un referente turístico de primer orden"*⁵ segons les informacions proporcionades pels seus organitzadors.

El plantejament d'aquestes accions com a recursos per obtenir noves dades esdevé un element vital per poder complementar les dades de la recerca amb aquelles que ja han estat publicades en diferents formats. Així, cal subratllar l'ampli recorregut en matèria d'anàlisi que disposen les destinacions analitzades, destacant la redacció de documents de recerca o la publicació de reportatges en la premsa escrita, passant per la redacció de documentació tècnica orientada a la planificació estratègica del sector turístic de cara als propers anys, partint d'un recorregut per la història turística de les dues destinacions i presentant posteriorment la situació actual per finalitzar amb la planificació presentada a efectes de garantir el desenvolupament de l'activitat turística. Així, la documentació més destacada de la recerca bibliogràfica que s'utilitzarà és la següent:

- La literatura científica esdevé un element de relativa importància en l'elaboració d'aquesta recerca, donades les possibilitats que aquesta ofereix a efectes de comprendre quins han estat els factors que hagin pogut condicionar el desenvolupament socioeconòmic i cultural experimentada per les dues destinacions aquí analitzades.
- Els plans estratègics es posicionen com un element essencial per tal d'endinsar-nos en el sector turístic de cadascuna de les ciutats, així com també en els objectius individuals que es pretenen assolir en el termini de vigència dels mateixos. En aquest sentit, l'ajuntament de Vitòria-Gasteiz treballa en l'actualitat sota les directrius establertes en el pla estratègic de turisme 2015-2019, el qual és interpretat pels seus autors (2015:6) *"como una herramienta que permita avanzar en la consolidación de un destino competitivo y sostenible, en un contexto turístico que ha experimentado importantes cambios en los últimos años"*.⁶ Per la seva banda, la ciutat de Girona continua amb l'aposta duta a terme a l'any 2011, moment en el qual va apostar per reflectir l'aposta pel seu desenvolupament i objectius per al sector turístic en el Pla estratègic de Turisme 2011-2015 de les comarques gironines, el qual aposta per promocionar de forma conjunta la província a nivell turístic.
- L'actualitat de les institucions locals és un altre dels recursos emprats en aquesta investigació, realitzant un seguiment de les informacions procedents de les mateixes en considerar que esdevindran un element d'utilitat per conèixer les dedicions adoptades que afectin directa o indirectament a l'evolució del turisme en la major part de casos. L'obtenció d'aquesta informació resulta especialment senzilla en el cas dels ajuntaments de les ciutats protagonistes d'aquesta anàlisi, en tractar-se de dues institucions molt dinàmiques que destaquen especialment en aspectes com ara l'índex de transparència municipal.
- Les recerques universitàries desenvolupades amb anterioritat a aquest estudi esdevenen igualment eines d'utilitat a efectes de conèixer la situació comparativa tant dels propis municipis estudiats en aquest cas com d'altres destinacions amb característiques similars, donada la facilitat amb la que ens permetran conèixer la situació, polítiques i propostes desenvolupades en cadascuna d'elles, així com els resultats que se'n deriven.

geografica/tbl0011321_c.html#axzz3ouf6fqie>

⁴ Font: Europa Press. *"Más de 5.500 personas visitaron la oficina turística de Vitoria en las fiestas de La Blanca"* [en línia]. 12.08.2015 <<http://www.europapress.es/euskadi/noticia-mas-5500-personas-visitaron-oficina-turistica-vitoria-fiestas-blanca-20150812165526.html>>

⁵Font: FesTVVal. *"El FesTVVal se consolida como una opción de turismo en España"* [en línia] 22.10.2014: <<http://www.festival.tv/el-grado-de-ocupacion-en-alava-durante-el-festival-de-vitoria-fue-del-693/>>

⁶ Font: Ajuntament de Vitòria-Gasteiz. *"Plan Estratégico de Turismo de Vitoria-Gasteiz"* [en línia]. Vitòria-Gasteiz. Ajuntament de Vitòria-Gasteiz. <<http://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/17/68/61768.pdf>>

- Els articles de premsa esdevenen un dels motors de la recerca bibliogràfica, donada la gran varietat d'informació relativa al sector turístic que s'han publicat al llarg dels darrers anys. En el cas de la capital del Gironès, destaquen els articles i reportatges publicats en mitjans escrits com ara "Diari de Girona" o "La Vanguardia", els quals s'han fet ressò del bon funcionament del sector, assenyalant a la vegada la diversificació de l'oferta turística de la ciutat o la necessitat d'aprofundir en els desenvolupament del seu pla de turisme. Quant a Vitòria-Gasteiz, els periòdics locals "El Correo" i "Diario de Noticias de Álava" han estat tradicionalment els encarregats d'assenyalar l'evolució turística experimentada per la capital basca, centrant-se especialment en dades estadístiques relatives al nombre visitants i les pernотacions, així com en la planificació existent orientada a la configuració d'una oferta turística amb capacitat per impulsar la marca turística de la destinació.
- La legislació en matèria de turisme és un altre element que considerarem en aquest estudi, en establir la normativa legal un seguit d'elements que marcaran el camí a través del qual cal impulsar el desenvolupament d'aquest sector.
L'article 148.1 de la Constitució espanyola esmenta el turisme com a competència de les comunitats autònomes, aspecte el qual no treu que, des de les institucions, s'hagin impulsat plans estratègics destinats a impulsar la dinamització del turisme en el seu conjunt. Tanmateix, tant Catalunya com el País Basc disposen d'un seguit de normatives turístiques destinades a regular el conjunt de l'activitat, sent les més destacades la Llei 13/2002 de 21 de juny, de turisme de Catalunya que aplicarem per al cas de Girona, i la Llei 6/1994 de 16 de març d'ordenació de turisme del País Basc, aplicable per a la ciutat de Vitòria-Gasteiz.
- L'ús de documentació provinent d'organitzacions turístiques és especialment interessant per tal de comprovar el grau de compliment de les directrius a seguir en la creació, promoció i gestió de destinacions turístiques, per tal de que aquestes continuïn mantenint l'atractiu que les caracteritza impulsant alhora el desenvolupament de la totalitat de sectors presents a mateixes. En aquest sentit, cal destacar la influència de la OMT⁷, responsable de documents vitals per al sector com ara la "Carta del Turisme i el Codi d'actuació del turista" que esdevenen un element clau per tal de comprendre l'evolució del sector.

Principals problemes d'investigació

Les hipòtesis formulades per a aquesta investigació, essencials per aprofundir en les causes que han portat a un desenvolupament i situació turística tant diferenciades entre les dues destinacions analitzades, s'endinsen en un seguit de paràmetres que influeixen de forma directa o indirecta sobre la totalitat del seu teixit socioeconòmic, aspecte que dona lloc a que s'hagin realitzat estudis previs en ambdues ciutats amb objectius molt diversos i que es tradueix en un nombre superior d'informació disponible. Tanmateix, el procés de recollida d'informació pot plantejar un seguit de problemes que poden dificultar el grau de compliment de les hipòtesis, diferenciant-se en funció de la tipologia de recerca que estiguem tractant.

Si comencem aquesta anàlisi per la recerca bibliogràfica empírica, les problemàtiques que es poden presentar i que dificultin l'obtenció de dades són les següents:

- La resposta institucional esdevé un dels principals problemes als quals aquesta investigació haurà de fer front, donats els temps de resposta que, normalment, els ciutadans obtenen de les administracions. Així, existeix el risc de no obtenir cap resposta provinent de l'Ajuntament de Girona, així com també de que l'entrevista amb l'alcalde i la responsable de turisme de l'Ajuntament de Vitòria-Gasteiz finalment no es produeixi, aspecte que obligaria a la reformulació de la planificació plantejada inicialment.
Addicionalment, cal assenyalat el risc de que aquestes trobades no compleixin els objectius d'informació plantejats, en el cas de que les dades aportades pels responsables entrevistats es basin les seves respostes en la legislació i planificació actualment en vigor en matèria turística sense aprofundir en el sector.

⁷OMT: Organització mundial del turisme – ENG: World Tourism Organization (UMWTO)

- Una baixa participació a les enquestes dificultaria considerablement la configuració d'una imatge realista respecte a la percepció que tant les persones que col·laboren amb el sector turístic com els turistes potencials de les dues destinacions tenen al seu respecte. Això podria derivar en l'obtenció d'un escenari distorsionat que, al mateix temps, provoqués que les dades finals aportades per aquesta investigació presentessin una configuració de ciutat que no es correspongués realment amb les característiques pròpies d'ambdues ciutats.
- La possibilitat de que des de les oficines de turisme de Girona i Vitòria-Gasteiz es presentin informacions repetitives i de poc interès que no sobrepassin el lílindar de la informació orientada als turistes dificultarà considerablement l'anàlisi de les oficines de turisme com a organismes encarregats de difondre i realitzar un seguiment de les seves respectives destinacions com a ciutats d'interès turístic, en no aprofundir en els mecanismes i procediments que aquestes empen tant per realitzar el seguiment de l'evolució de la pròpia activitat en si mateixa com per impulsar-la directament en base a les competències i mecanismes que la legislació vigent posa al seu abast.

L'aparició d'aquests problemes obligarà a la reformulació de les propostes plantejades per a la realització de la recerca bibliogràfica empírica a efectes de procedir a generar informació addicional que ens permeti confirmar o aprofundir respecte a les publicacions realitzades fins a aquest moment. Respecte a aquestes dades, cal assenyalar la complexitat de la seva lectura en alguns casos, donada la duplicitat de dades que poden derivar en que es presentin dos escenaris diferents per a un mateix sector al llarg del mateix període de temps, donant lloc a interpretacions errònies. Amb tot, i pel que fa a la recerca bibliogràfica, les problemàtiques que probablement calgui enfrontar són les següents:

- L'anàlisi dels plans estratègics actualment en vigor per a les ciutats protagonistes d'aquesta anàlisi requereix la posada en marxa d'una investigació orientada a determinar el grau de compliment de tots i cadascun dels punts recollits en els mateixos, aspecte que requerirà de la consulta de dades estadístiques, històriques o econòmiques que poden no resultar senzilles de trobar en la totalitat dels casos.
- Si bé en aquelles ciutats en les quals el turisme ha esdevingut un agent socioeconòmic important, el desenvolupament de documentació de recerca universitària és relativament freqüent, els estudis realitzats al voltant de les localitats i territoris on el turisme no ha estat tradicional aquests han estat considerablement més escassos, aspecte aquest que, si bé no és problemàtic en el cas de Girona, pot invalidar la utilització d'aquest recurs per a la ciutat de Vitòria-Gasteiz, donada la tradició de la indústria i el comerç en el seu teixit socioeconòmic.
- La varietat d'informacions publicades des de les institucions, focalitzades sobretot en la presa de decisions que en un gran nombre de casos influeixen notablement en el desenvolupament de les ciutats, requereix d'una anàlisi profunda a efectes de determinar la vertadera influència que les decisions preses per aquests organismes generaran respecte al sector turístic, aspecte que pot generar dificultats en el cas de que la concreció de les informacions publicades no sigui excessiva.
- Els reportatges i articles de premsa presenten, en molts casos, informacions que poden arribar a semblar contradictòries en el moment de procedir a la seva comparació. Aquest punt pot esdevenir especialment conflictiu en el cas de les dades pròpies de Vitòria-Gasteiz, donada la falta de coincidència de les dades publicades relatives al sector turístic en haver-se emprat fonts provinents d'organismes diferenciats a efectes de procedir a la seva elaboració, configurant realitats turístiques molt diferenciades per als mateixos períodes de l'any.
- Quant a les organitzacions turístiques, el caràcter global de les més importants com la OMT deriva en que la documentació presentada prengui com a base les principals problemàtiques a les que s'enfronta el sector a nivell mundial, obviant en la major part de casos les particularitats dels territoris en els que hi ha activitat turística, dificultant la identificació i possibles solucions a les problemàtiques concretes que presenten les destinacions protagonistes d'aquest cas.

Entre els principals objectius d'aquest anàlisi cal subratllar la voluntat de donar resposta a la missió plantejada per aquest projecte, provant en tots els casos el compliment d'aquelles hipòtesis plantejades que s'ajusten en major mesura a l'objectiu final que es persegueix. Per aquesta raó, l'aparició d'una problemàtica concreta amb un o varis dels mecanismes a aplicar en

aquesta investigació requeriran de la introducció de canvis en els mateixos o en la generació de nous, a efectes de disposar del màxim d'informació possible.

Valors diferencials de la recerca

L'aposta realitzada des dels anys 60 per part de les principals institucions espanyoles amb l'objectiu de transformar el país en un destí turístic de primer ordre mitjançant la creació d'una marca turística destinada a impulsar el territori en base als seus trets més característics ha portat com a conseqüència que, en l'actualitat, el país sigui una de les destinacions turístiques més importants a nivell mundial, havent estat objecte d'anàlisi en més d'una ocasió, mitjançant la realització d'informes gràcies als quals és possible conèixer els principals trets que han marcat històricament la seva evolució, així com també la influència que aquesta ha generat en el seu teixit socioeconòmic.

Tanmateix, les polítiques adoptades han provocat que Espanya hagi estat històricament relacionada amb el turisme de sol i platja, aspecte que s'ha vist reflectit en la fortalesa que aquesta activitat ha adquirit al litoral del país, amb l'aparició de grans nuclis turístics clarament orientats al turisme de masses i que destaquen per no presentar diferències significatives entre els mateixos, derivant en la reducció de la qualitat de l'experiència turística en general gràcies a la proliferació de destinacions que competeixen entre elles pel factor preu. Aquesta situació ha cridat l'atenció dels investigadors al llarg dels darrers anys, els quals, a més d'endinsar-se en la problemàtica que aquest turisme suposa per a les destinacions on es desenvolupa, es proposen un seguit de solucions destinades a impulsar una activitat turística que aposti pel valor afegit com a factor diferencial, al mateix temps que es cerca corregir les problemàtiques mediambientals, socioeconòmiques i culturals a efectes de que la destinació recuperi la seva identitat alhora que aposta per l'activitat turística com un element de cohesió i desenvolupament local.

La recerca que aquí es planteja disposa de nexes en comú amb els estudis elaborats prèviament, en tenir entre els seus objectius principals l'aposta pel turisme com a element amb capacitat per vertebrar les dues destinacions protagonistes del cas i disposi de capacitat per impulsar el desenvolupament de les mateixes de forma conjunta. Tanmateix, el fet de treballar amb una destinació que destaca pel bon equilibri assolit entre turisme i desenvolupament local com és Girona, comparant-la amb una altra que tradicionalment ha viscut d'esquena al turisme com és Vitòria-Gasteiz, es distancia significativament dels informes orientats a la detecció de problemàtiques derivades del sector turístic a les destinacions desenvolupades, centrant-se en l'anàlisi de dos projectes diferenciats a efectes d'avaluar el grau de complement de les directius que l'OMT estableix per a l'activitat turística o la conveniència de les normatives adoptades de cara a garantir un desenvolupament sostingut, sostenible i integrat en el teixit socioeconòmic i cultural de les destinacions del turisme. Per aquestes raons, podem considerar els valors principals d'aquesta recerca els que s'esmenten a continuació:

- **L'enfocament** escollit per a aquest projecte destaca per posar l'èmfasi en els principals avantatges que una bona política en matèria de turisme pot suposar per a una destinació, subratllant les fortaleses i oportunitats derivades d'aquesta situació, així com també la repercussió que aquests fets generen en el teixit socioeconòmic de la ciutat en base a l'anàlisi de dues destinacions que presenten tantes semblances com diferències.

Amb aquest punt de partida com a element principal de la recerca, es pretén conèixer de prop les mesures per impulsar el teixit econòmic, social i cultural de la ciutats protagonistes del cas, posant el focus en les diferències existents en matèria turística a efectes d'avaluar els efectes que aquesta ha provocat en el conjunt d'elements que componen les dues ciutats. Així, podem subratllar l'aposta sostinguda pel sector turístic desenvolupada pel Ajuntament de Girona i per les institucions territorials i locals, destacant especialment les mesures preses a l'any 2004 des de l'alcaldia, incloent aquesta activitat en el departament de Desenvolupament local i promoció de la ciutat, encarregada igualment de la gestió de congressos i el comerç, impulsant així el desenvolupament d'aquests agents econòmics de forma conjunta i integradora a efectes d'impulsar el seu creixement, aspecte que s'ha traduït en l'increment de la importància del turisme de compres o de negocis a la ciutat. Quant a

Vitòria-Gasteiz, cal destacar l'aposta històrica de l'Ajuntament pel patrimoni cultural i natural de la ciutat a efectes d'atreure un major nombre de visitants, destacant especialment la repercussió a nivell internacional per les obres de restauració de la Catedral de Santa Maria, la qual ha inspirat una de les novel·les de l'escriptor Ken Follett.

- **La missió, visió i valors del turisme** esdevenen elements fonamentals en aquest treball, donada la necessitat de no deixar de banda factors com ara la sostenibilitat ambiental, l'aposta pels factors culturals locals com a element diferenciador de la destinació o l'enfocament de l'activitat turística com a eix vertebrador de la totalitat d'agents que actuen a l'àrea analitzada. En aquest sentit, cal assenyalar els documents "Carta del turismo" i "Carta del turismo sostenible" publicats per l'Organització Mundial del Turisme (OMT), on es recull la necessitat de que l'activitat turística contribueixi amb el desenvolupament de la destinació en el seu conjunt, preservant, a més, el patrimoni natural i cultural de la mateixa. A tal efecte, l'Article II de "Carta del turismo" (1985:10) assenyala que *"los Estados deberían formular y aplicar políticas que tiendan al desarrollo armonioso de las actividades nacionales e internacionales de turismo y de tiempo libre, para beneficio de todos los que participan en ellas"*⁸, desenvolupant al llarg dels diferents punts que componen l'Article III les àrees exactes sobre les quals és necessari actuar.

Amb l'elaboració d'aquesta recerca, es pretén posar sobre la taula si els models de gestió turística desenvolupats per cadascuna de les ciutats han pres en consideració els paràmetres anteriorment esmentats per desenvolupar una oferta turística que, a més d'estar integrada amb l'entorn, sigui competitiva i contribueixi al desenvolupament socioeconòmic del territori. El desenvolupament turístic viscut a Vitòria, amb un nombre de visitants encara reduït tot i mostrar una tendència alcista, no ha generat impactes negatius en l'entorn, destacant el bon estat de conservació del patrimoni natural i cultural de la ciutat. Tanmateix, l'escàs impacte turístic ha derivat en l'escassa difusió de la cultura local i en la pèrdua d'oportunitats amb les que impulsar el territori de forma decidida.

Quant a Girona, destaca la bona integració que l'activitat turística ha manifestat respecte a la ciutat, aspecte aquest que ha contribuït de forma decidida a l'impuls de les infraestructures de la mateixa, derivant això en l'impuls econòmic i social de la ciutat, destacant especialment la diversificació de l'oferta turística existent i l'impuls que des de les administracions s'ha realitzat per impulsar la ciutat i les comarques gironines de forma conjunta, configurant-se així un escenari que destaca per disposar d'un nivell de competitivitat superior.

- Finalment, cal subratllar l'aposta per desenvolupar una **diagnosi de les destinacions en el seu conjunt** a efectes d'explicar de forma més exacta els antecedents pels quals cadascuna d'elles presenten uns escenaris tant diferenciats, aspecte que permetrà procedir al desenvolupament i posterior implantació d'un seguit de mesures correctores que tindran com a objectiu principal la realització i posterior aplicació d'una política més adequada per a cadascuna de la ciutat, centrada en l'impuls i solució dels possibles problemes existents en l'actualitat a les mateixes.

Així, les diferències existents respecte a la importància del sector a les destinacions protagonistes d'aquest cas ens porten a pensar que els resultats obtinguts mostraran la necessitat d'impulsar el creixement turístic de forma sostinguda e integrada amb l'entorn en el cas de Vitòria-Gasteiz, sent possiblement necessari apostar per reduir els impactes negatius així com possibles desequilibris relatius al propi sector a la ciutat de Girona.

⁸ Font: OMT. *Carta europea del turismo y código del turista [En línia]*. Sofia (1985). OMT <<http://www.apiepr.org/files/carta-codigo-turista.pdf>>

TERCERA PART. Fonts d'informació

Principals fonts d'informació

Per a la realització d'aquesta recerca, es vol apostar per l'aplicació d'una metodologia que tingui com a objectiu la configuració d'un marc amb capacitat per avaluar el nombre de variables més ampli possible, en entendre que aquest fet ens permetrà realitzar un diagnòstic més realista respecte a la situació actual del sector turístic a les ciutats de Vitòria-Gasteiz i Girona. Addicionalment, aquest fet ens permetrà desenvolupar un ventall de propostes més efectiu i alhora més adaptat a la realitat dels territoris protagonistes d'aquest estudi. A tal efecte, el procediment emprat apostarà per incloure informacions pertanyents a diferents famílies, però que puguin ser complementaries entre elles en la pràctica totalitat de les situacions.

La generació de coneixement a través de l'observació dels agents econòmics, socials i culturals vinculats al turisme esdevé un element especialment important en aquesta recerca, en oferir-nos la possibilitat de comprendre amb major exactitud l'evolució que el sector turístic ha experimentat a les dues destinacions aquí analitzades fins a l'arribada a la situació actual, al mateix temps que ens permetrà intuir l'evolució que el destí experimentarà en el cas de continuar apostant per les polítiques de gestió i promoció imperants fins a aquest moment. Addicionalment, la consulta de bibliografia relacionada directa o indirectament amb el cas d'estudi esdevé igualment un element d'especial importància, donat que ens permetrà enfortir o matisar els resultats obtinguts prèviament, així com avaluar l'afecció que determinats paràmetres que no hagin estat avaluats en profunditat puguin generar en el desenvolupament turístic actual en ambdues destinacions.

Així, les característiques plantejades fins aquest moment ens porten a estructurar les fonts d'informació que compondran aquesta recerca en els dos següents grans blocs:

1. La primera fase d'aquest procés es compon per la recerca bibliogràfica empírica, la qual tindrà com a objectiu principal generar un seguit de dades relatives a la situació actual a Vitòria-Gasteiz i Girona que ens permetin endinsar-nos en les particularitats de cada destinació, així com conèixer els punts forts i febles de les mateixes, la capacitat de la quina disposen per afrontar els reptes del futur o els principals avantatges i problemàtiques que se'n deriven de la situació actual.
Per tal de que aquesta fase de la recerca sigui efectiva, es proposa procedir a l'aplicació d'un seguit d'accions complementàries que es presenten a continuació, sent l'objectiu principal la generació d'informació en base a recórrer a un nombre de fonts més variat.
- **Enquestes:** La elaboració d'enquestes esdevé una eina especialment útil a efectes de conèixer quina és la percepció real de la ciutadania respecte a una qüestió en concret, aspecte d'especial utilitat en el sector turístic en permetre'ns aquesta eina avaluar el potencial d'una destinació turística.
L'objectiu concret d'aquestes enquestes es centrarà en endinsar-nos en la percepció que un grup de turistes potencials de les destinacions protagonistes d'aquest treball amb l'objectiu d'avaluar el grau de correspondència amb la realitat. A tal efecte, s'apostarà per la distribució d'una primera enquesta entre la resta d'estudiants del Grau en Turisme a la nostra universitat, a la qual es plantejaran preguntes destinades a conèixer l'opinió que aquests tinguin de la ciutat analitzada. Addicionalment, es plantejarà una segona enquesta que es realitzarà a una mostra previsiblement més reduïda, destinada a conèixer la percepció obtinguda de cadascuna de les destinacions al llarg del desenvolupament de la seva visita, aspecte d'especial importància a efectes d'analitzar si existeixen diferències entre la imatge que la ciutat transmet i la realitat de la destinació.
 - **Entrevistes:** S'apostarà pel manteniment de converses amb el personal tècnic i polític que disposi de responsabilitats en matèria turística, a efectes de repassar el passat, present i futur de les destinacions protagonistes d'aquesta anàlisi. Amb aquesta acció, es pretén esbrinar quina ha estat la línia estratègica pel desenvolupament dels teixits social, econòmic i cultural de les destinacions, així com el paper que ha jugat l'activitat turística en el mateix, apostant a tal efecte per conèixer les aportacions realitzades pel personal tècnic encarregat

de la gestió d'aquest sector des de les institucions, fent a la vegada un repàs per les apostes pel sector desenvolupades des de la política.

Les quatre persones a les quals es pretén entrevistar desenvolupen la seva activitat als ajuntaments de les destinacions analitzades, sent aquestes Ana Lasarte (Directora de Congressos i Turisme) i Vale Tena (àrea d'alcaldia) els perfils triats per a la ciutat de Vitòria-Gasteiz, mentre que, en el cas de l'Ajuntament de Girona, aquests són Josep Ferrer (Cap d'Àrea de Turisme) i Francesc López (Àrea d'alcaldia).

- **Oficines de turisme:** El contacte amb les oficines de turisme ens permetrà endinsar-nos en la realitat d'aquestes institucions, les quals esdevenen en un gran nombre de casos el primer contacte que el turista té amb la destinació un cop ha arribat a la mateixa. Així, el contacte amb aquestes institucions ens permetrà conèixer aspectes com ara la tipologia de turista que les visita de forma majoritària, les motivacions que aquests plantegen al personal, els principals llocs de procedència o el nombre total de turistes atesos al llarg d'un període de temps concret.

Amb tot, la visita a les oficines de turisme pretén igualment endinsar-se en els mètodes desenvolupats per a la promoció de les ciutats analitzades en aquest cas com a destinacions turístiques, així com conèixer quins són els monuments i esdeveniments més valorats tant pel propi personal de les mateixes com pels turistes, així com aquells punts que caldria millorar a efectes d'assolir una oferta més capacitada i adaptada a la demanda turística actual.

- **Observació:** L'observació de l'evolució experimentada pel sector turístic esdevé una eina molt útil a efectes de conèixer quines són les noves tendències en el sector, així com les preferències dels turistes pel que fa al temps de lleure del quin disposen, aspectes aquests que permetran a les destinacions adaptar-se a una demanda que, en l'actualitat, aposta per uns nivells de diversificació cada cop més elevats⁹. Aquest fet, acompanyat pels canvis de comportament manifestats per uns consumidors turístics que en molts casos aposten per la realització de viatges més curts però més freqüents, pot proporcionar un ampli ventall d'oportunitats a les destinacions protagonistes d'aquest informe, en tractar-se de dues destinacions amb un atractiu patrimoni i ben connectades amb els seus respectius territoris. Per al cas que ens ocupa, l'objectiu principal passa per analitzar l'impacte que aquestes noves tendències han generat respecte a les ciutats de Vitòria-Gasteiz i Girona, esbrinant si la política turística aplicada i l'oferta actualment en vigor és la més idònia i atractiva atenent a les característiques de cadascuna de les ciutats.

L'aposta per desenvolupar la recerca empírica emprant aquestes fonts genera complementaritat respecte a la tipologia i procedència de les dades, aspecte que facilita de forma destacable la configuració de l'escenari realista i objectiu anteriorment esmentat. Tanmateix, i a efectes de que la recerca empírica sigui més efectiva, es classificarà la informació obtinguda en funció de l'aspecte que es tracti emprant un seguit de categories, amb l'objectiu de facilitar la comprensió i la configuració de l'escenari. Així, podem diferenciar entre les dades en funció de si aquestes reflecteixen l'evolució històrica i econòmica de les destinacions, les dades dels visitants, l'evolució del sector turístic, les polítiques de desenvolupament aplicades o les principals problemàtiques detectades, entre d'altres.

2. Quant a la segona fase, comprendrà la realització de la recerca de la bibliografia amb la qual reforçarem les dades obtingudes a la recerca empírica, confirmant o refusant algunes de les hipòtesis plantejades al llarg d'aquest treball.

L'evolució dels teixits econòmic, social i cultural de les destinacions de Vitòria-Gasteiz i Girona han comportat l'elaboració de documentació específica orientada a planificar les línies estratègiques per a la seva evolució, la qual ha generat un seguit d'efectes que han estat recollits per la premsa. D'igual manera, l'elaboració d'estudis universitaris destinats a l'anàlisi de la situació actual de la ciutat en matèria turística, així com l'anàlisi de la legislació vigent facilitaran confirmar o desmentir les hipòtesis formulades al començament d'aquest projecte. Les fonts d'informació emprades per a la realització d'aquesta fase estan recollides a la revisió bibliogràfica desenvolupada a la PAC anterior.

⁹ Font: Diario El País. "Hacia la diversificación de la oferta turística" [En línea] 19.06.2012 <<http://blogs.elpais.com/via-ie-business/2012/06/hacia-la-diversificacion-de-la-oferta-turistica.html>>

Metodologia d'anàlisi

Tal i com hem esmentat anteriorment, les fonts d'informació escollides per a la realització de la recerca empírica ens proporcionaran un seguit de dades que, complimentades amb aquelles que haguem pogut extreure de la recerca bibliogràfica ens permetran determinar si les hipòtesis plantejades per aquesta investigació han estat encertades o no. Aquest fet deriva en que disposem d'un ampli ventall de fonts d'informació al nostre abast que s'analitzaran emprant metodologies diferenciades en funció de la procedència de les mateixes. Així, emprarem la **triangulació metodològica** com a metodologia d'anàlisi en aquesta investigació, en considerar que aquesta posa al nostre abast la possibilitat de dur a terme una anàlisi més realista i adaptada a la realitat del propi territori, aspecte aquest d'especial importància atenent a la gran diversitat de fonts d'informació emprats per aquest cas.

La triangulació metodològica combina elements propis d'altres mètodes més senzills, tal i com són el quantitatiu (especialment indicat pel tractament de dades) o el qualitatiu (indicat per a situacions a les quals s'aposta per generar coneixement mitjançant l'observació), aspecte que ens permetrà adaptar el tractament de la informació disponible en funció de l'element que estiguem analitzant en cada moment atenent a la metodologia més adequada per procedir a la interpretació de la mateixa, aspecte clau per tal de que la totalitat de les dades recollides puguin aportar un valor similar, de forma que l'acceptació o no de les hipòtesis plantejades es realitzi disposant d'una base d'informació més sòlida.

Quant a la proposta d'anàlisi desenvolupada, cal subratllar que tant els elements que componen la recerca bibliogràfica empírica rebran un tractament diferenciat atenent als objectius que es volen assolir amb cadascuna de les fases, així com també a la tipologia de la informació que es vol obtenir a nivell individual amb la seva aplicació, aspecte aquest que també cal considerar de cara a l'anàlisi de les dades recollides a la recerca bibliogràfica bàsica que realitzarem a tall complementari. Amb tot, les diferències respecte a la metodologia esperades s'esmenten a continuació:

- Les dades que podem extreure de les **enquestes** que desenvoluparem poden tractar-se emprant mecanismes pertanyents a l'anàlisi quantitativa, amb l'elaboració de gràfiques i taules que facilitin la interpretació i l'extracció de conclusions amb les dades recollides al llarg del procés. Tanmateix, el fet de distribuir dos models d'enquestes convenientment diferenciats ens obre la porta a observar les diferències existents entre les respostes dels turistes que coneixen les destinacions analitzades i els quins no, aspecte que deriva en que pugui ser interessant l'anàlisi qualitativa. Amb tot, aquests punts deriven en que l'aposta per la triangulació metodològica com a mètode d'anàlisi sigui l'opció més adequada.
- Quan a les **entrevistes**, cal subratllar que s'ha plantejat una estructura basada majoritàriament en l'observació de l'entorn, consultant dades relatives a l'evolució turística experimentada per cadascuna de les destinacions protagonistes del cas, les principals problemàtiques que en l'actualitat influeixen en el seu desenvolupament, els plans estratègics actualment en vigor per a cadascuna de les ciutats, els avantatges competitiu respecte a altres destinacions similars o els objectius establerts en matèria turística, entre d'altres aspectes.
- Pel que fa al tractament de les dades obtingudes a les **oficines de turisme**, cal tenir el caràcter estadístic d'un gran nombre de dades, tal i com són aquelles relatives a la procedència dels mateixos, les seves motivacions o el nombre mitjà de visitants, entre d'altres aspectes. Tanmateix, amb el contacte amb aquestes institucions s'espera igualment cercar les aportacions que el propi personal encarregat de desenvolupar les tasques d'atenció a l'usuari vulguin realitzar relatives a l'evolució turística desitjada o les principals carències a les que, segons acudeixen a visitar-les.
Les raons anteriorment plantejades deriven en la necessitat d'analitzar els resultats obtinguts amb la triangulació metodològica, tot i que inclinant-se més per l'anàlisi qualitativa o quantitativa en funció del tipus d'informació obtingut de forma majoritària.
- Respecte a les informacions obtingudes amb l'aplicació de l'**observació**, considero que l'anàlisi qualitativa esdevindrà la metodologia principal a aplicar, en tractar-se d'informacions relatives a l'evolució del sector turístic en general i les oportunitats que aquests presenta a

efectes de veure si les ciutats de Vitòria-Gasteiz i Girona estan o no adaptades a la realitat del mercat turístic en l'actualitat, aspecte aquest que es desenvoluparà mitjançant la revisió de la documentació publicada relativa a l'oferta turística oferta per ambdues ciutats, de forma que sigui possible esbrinar el grau d'adaptació que aquesta presenta respecte al marc turístic actual.

Respecte a la **recerca bibliogràfica bàsica**, cal assenyalar que la metodologia aplicada variarà igualment en funció de la família a la quina pertanyi la documentació analitzada, en pertànyer les dades que podem identificar a diferents famílies i organismes, posant-nos aquest aspecte un cop més enfront de la triangulació metodològica com a mètode més idoni atenent a les fonts que es volen consultar. A tall de resum, podem distribuir la informació consultada en aquest punt en els tres grans blocs que presentem a continuació:

- El primer dels blocs compren els articles de literatura científica publicats al voltant d'aquesta anàlisi, les recerques universitàries desenvolupades que hagin tingut per objecte analitzar alguna variable relacionada directa o indirectament amb l'evolució turística o els plans estratègics actualment vigents per a cadascuna de les destinacions, entre d'altres, els quals es compararan i analitzaran en busca de dades que puguin donar resposta a una situació concreta.
- Quant al segon bloc, es refereix a la consulta de dades estadístiques que ens indiquin l'evolució experimentada per les destinacions analitzades tant en matèria turística com a nivell econòmic i cultural, aspecte que ens ajudarà a detectar els aspectes en els quals les mateixes destaquen tant en positiu com en negatiu. L'elaboració d'aquest bloc requerirà de la elaboració de dades i gràfiques, gràcies a les quals podrem interpretar quina ha estat majoritàriament l'evolució experimentada en cadascuna de les variables analitzades en aquest punt.
- Finalment, el tercer bloc compren la revisió d'articles de premsa o la legislació actualment vigent en matèria turística, així com la consulta de documentació relativa a la missió, valors i principis del sector o l'evolució que aquest està experimentant en l'actualitat publicada per part d'organitzacions turístiques, com ara l'OMT o els organismes responsables de la gestió turística en els territoris analitzats, entre d'altres. En aquest cas, l'observació torna a ser un cop més un element clau a efectes d'extreure informació que col·labori a l'explicació de la situació actual present a cadascuna de les destinacions analitzades, així com avaluar l'adaptació de les mateixes als requeriments fixats en aquests articles.

En resum, la varietat existent respecte a les fonts d'informació utilitzades per a l'elaboració d'aquesta anàlisi requereixen d'una metodologia que tingui suficient capacitat per analitzar-les amb independència de la seva tipologia, aspecte que derivarà en que els resultats extrets d'aquesta anàlisi siguin més fiables gràcies a la utilització d'un ampli espectre d'instruments que s'adaptin millor a la tipologia del cas, disposant alhora d'una imatge més realista i adaptada a la realitat de l'entorn que derivarà en que els resultats extrets d'aquesta investigació siguin més sòlids.

QUARTA PART. Resultats obtinguts.

L'aposta per la diversificació del teixit econòmic dels territoris presenta nombrosos avantatges, sent el més destacat l'augment de la competitivitat que experimenten els mateixos gràcies a l'enfortiment del seu teixit socioeconòmic que se'n deriva. Tanmateix, assolir un equilibri entre la totalitat d'activitats econòmiques desenvolupades al territori i els agents socials del mateix requereix d'una gestió eficaç que aposti per la convivència en base als fets diferencials del territori, aspecte que, en el cas del turisme, resulta especialment complex donades les particularitats que presenta aquest sector.

Les dues ciutats protagonistes d'aquest informe han apostat històricament per la diversificació, en entendre la diversitat com un avantatge competitiu respecte a les seves competidores més immediates. Tanmateix, les diferències en matèria turística són més que destacables, donada l'atenció i impuls que la ciutat de Girona ha rebut al llarg dels darrers anys, situació oposada en el cas de Vitòria-Gasteiz, ciutat que ha vist com des de les seves institucions s'apostava per la seva dinamització i desenvolupament prioritzant altres sectors per davant del turístic, aspecte aquest de vital importància per comprendre les diferències que existeixen entre les dues ciutats protagonistes d'aquesta anàlisi.

Les dades que es mostren en aquest informe posen de manifest l'existència de nombroses diferències entre les dues destinacions protagonistes d'aquest anàlisi, explicat en gran part, per les grans diferències relatives a la visió de l'activitat turística manifestades per les principals institucions a les que fem referència amb anterioritat. Tanmateix, i si bé les dues ciutats manifesten una evolució turística contrària en la major part d'aspectes, la lectura desenvolupada del turisme com a activitat d'utilitat a efectes de posar en valor els elements més importants de cadascuna de les destinacions ha estat coincident en ambdós casos. Així, en el cas de Vitòria-Gasteiz, cal assenyalar la consolidació d'una activitat congressual que, si bé en números absoluts ha experimentat una baixada en comparació amb els períodes de 2012 i 2013, és en l'actualitat l'activitat vinculada amb el turisme més consolidada de totes. D'igual manera, cal assenyalar la influència generada pels esdeveniments culturals desenvolupats a la ciutat en el nombre de visitants rebuts tot i que, tal i com veurem més endavant, les bones dades recollides en períodes específics de l'any contrasten amb resultats molt pobres durant altres períodes que posen de manifest el llarg recorregut que la capital basca ha de recórrer encara per tal de millorar el seu posicionament en un mercat turístic que cada cop valora més modalitats com el turisme de proximitat, l'excursionisme o les estades de curta durada, entre d'altres.

Pel que fa a Girona, la seva consolidació com a destinació turística cultural és patent un cop s'analitza el nombre de visitants en el seu conjunt, donades les variacions existents en els períodes on es celebren els esdeveniments més destacats. Tanmateix, aquesta destinació veu en l'actualitat la necessitat de lluitar contra l'estacionalitat, en rebre el major nombre de turistes en el període de primavera-estiu, aspecte pel qual la ciutat ha apostat per diversificar la seva oferta, destacant especialment el bon ritme demostrat per l'activitat congressual.

Al llarg d'aquest informe aprofundirem en els elements que permetin explicar les raons per les quals s'ha arribat a la situació actual, apostant per l'anàlisi dels resultats obtinguts relatius al sector turístic el passat any 2014 a efectes de conèixer les diferències entre ambdues destinacions en l'actualitat. Tanmateix, i abans d'endinsar-nos en l'anàlisi de les dades incloses a la Memòria publicada pels Departaments de Promoció Econòmica existents en els seus Ajuntaments, exposarem els antecedents històrics que han envoltat a cadascuna de les ciutats protagonistes d'aquest cas, a efectes de situar amb posterioritat les dades del darrer període econòmic en el seu context.

Turisme i institucions: Com es gestiona aquesta activitat?

Tant l'Ajuntament de Vitòria-Gasteiz com el de Girona realitzen un seguiment de l'evolució experimentada pel sector turístic en les múltiples modalitats que, en l'actualitat, aquestes destinacions posen a l'abast dels seus visitants. En aquest sentit, cal destacar l'aposta que,

històricament, la capital basca ha realitzat pels congressos, activitat que ha exercit tradicionalment de motor principal del seu sector turístic, aspecte que s'explica gràcies a la presència d'un sector industrial molt potent a la ciutat i en el que cal destacar tant la presència de companyies de gran importància com Mercedes-Benz o Michelin com la presència d'un gran nombre de PIMES relacionades amb aquest sector i el tecnològic. Pel que fa a l'Ajuntament de Girona, destacar la solidesa de l'aposta desenvolupada pel sector turístic, sent especialment remarcable la tasca desenvolupada per Joaquim Nadal, alcalde de la ciutat entre 1979 i 2002, clau per explicar el posicionament actual de la ciutat en el sector turístic, al qual va ser aliena durant un llarg període de temps tot i la proximitat existent entre aquesta i la Costa Brava. Tanmateix, les deslocalitzacions industrials que Girona i rodalies han viscut al llarg dels darrers anys ha condicionat la diversificació econòmica de la ciutat, a la qual el sector terciari és el predominant actualment.

En el cas de Vitòria-Gasteiz, cal destacar l'explosió demogràfica viscuda a partir de la dècada dels 60, i fins al 2010, augmentant el nombre d'habitants de 68.604 a 240.753, sent l'explicació d'aquests fets la transformació experimentada per aquesta destinació gràcies a l'arribada i constant obertura de noves fàbriques que requerien de ma d'obra per poder desenvolupar la seva activitat. A aquests fets cal assenyalar la necessitat de procedir a la construcció de nous habitatges per a aquestes famílies, diversificant-se l'activitat constructiva a partir de l'arribada de José Ángel Cuerda (EAJ-PNV) a l'Ajuntament de la ciutat durant el període comprès entre 1979 i 1999 i que va apostar per transformar-la en una ciutat de marcat caràcter social, confortable per residir i accessible. Així, l'aposta desenvolupada pel mateix va derivar en la dotació de serveis a la totalitat de la ciutat, dotant-la de Centres Cívics en la totalitat dels barris (composats per biblioteques, sales musicals, instal·lacions esportives o oficines d'atenció al ciutadà, entre d'altres elements) i d'un altíssim nombre d'Habitatges de Protecció Oficial que van derivar en la creació de nous barris i districtes. Es tractava, doncs de construir una ciutat pensada per resultar atractiva en exclusiva a ulls dels seus residents sense tenir en compte el turisme, sector en el qual, segons les paraules de la Directora de Congressos i Turisme de l'Ajuntament, Ana Lasarte, aquest alcalde mai havia cregut. Aquest fet va tenir com a conseqüència que el turisme estigués sota mínims en el període comprès entre els anys 1986 i 1989, amb l'activitat congressual desenvolupada primerament al Palau de Villa Suso i posteriorment a l'edifici Europa com a únic element diferencial respecte a la totalitat del sector al País Basc. A aquesta problemàtica cal afegir les conseqüències que es deriven de la situació política en un territori amb una imatge fortament distorsionada gràcies ETA, banda terrorista que, amb les seves actuacions, va associar la totalitat de destinacions que componen el País Basc amb un escenari de perill i violència constants, il·lustrant el desenvolupament turístic fins a la fi de la violència.

L'activitat congressual i l'organització d'esdeveniments han estat històricament el punt principal de recolzament del turisme, amb fites com l'AZKENA Rock, el festival Jazzaldia, o el Festival de Ràdio i Televisió de Vitòria-Gasteiz (FesTVa), entre d'altres. D'igual manera, l'evolució de la demanda experimentada pel consumidor turístic cap a un ventall d'alternatives de mercat més ampli i l'estandardització dels viatges de cap de setmana i de proximitat han contribuït a impulsar l'activitat turística en una ciutat que ha rebut les distincions de Green Capital (2012) i Capital Gastronòmica (2014), essent aquest darrer punt molt destacat.

La situació de Girona presenta un seguit de punts en comú amb la de Vitòria, sent igualment destacable l'augment demogràfic que la ciutat va experimentar entre la dècada dels 60 fins a l'any 2011, en passar el nombre d'habitants de 32.784 a 96.722. Si bé el creixement demogràfic no ha estat tant remarcable com en el cas de la basca, cal assenyalar com a una de les causes principals la gran diversitat d'opcions que ofería la província de Girona en aquest sentit, amb la presència d'indrets d'interior de gran valor com el Montseny o el nucli de la Costa Brava, el qual és des de la dècada dels 60 un dels principals emblemes a nivell turístic de Catalunya. La conseqüència més immediata la trobem en la diversificació econòmica del territori en el seu conjunt, amb la presència d'un fort sector industrial en l'interior que, tot i haver estat víctima de deslocalitzacions productives, continua disposant d'una indústria agroalimentària de gran importància, sent igualment el turisme una activitat econòmica important en el seu conjunt a hores d'ara.

Si bé el patrimoni cultural de la capital del Gironès és especialment valuós, destacant especialment el conjunt patrimonial del Call Jueu, el turisme ha estat una activitat que,

històricament, havia estat desfavorable per a la ciutat en estar ubicada en l'interior de la província, dificultant l'arribada d'un turisme molt més interessat en la pràctica del turisme de masses que en endinsar-se en destinacions amb un marcat caràcter cultural. Aquest aspecte, però, no va ser en cap cas un impediment per a que Joaquim Nadal (PSC-PSOE), alcalde de Girona entre els anys 1979 i 2002, apostés amb contundència per la seva potenciació, en estar absolutament convençut de les possibilitats que la consolidació d'aquest sector oferiria a efectes de dinamitzar la ciutat tant a nivell econòmic com social en el seu conjunt. Així, l'Ajuntament de Girona va veure en la creació de la secció de Turisme una molt bona oportunitat per tal de procedir a la promoció de la ciutat en el seu conjunt, en entendre que la riquesa patrimonial i cultural que reuneix podria contribuir activament a l'enfortiment d'una marca turística ja consolidada com és "Catalunya", però amb un posicionament de producte turístic de nínxol i amb identitat pròpia dins d'aquesta marca turística. Es tractava, doncs, de generar nous productes turístics en base als recursos propis dels quals disposa la capital del Gironès, anant més enllà del patrimoni natural i cultural present a la ciutat, apostant per tant per la inclusió de festes i esdeveniments de gran tradició a la ciutat i que, es considera, poden contribuir activament a enfortir el seu posicionament en el mercat turístic. Amb aquestes dades, podem veure amb claredat el convenciment de l'Ajuntament en apostar per aquest sector, el qual entén no tan sols com un mitjà de desenvolupament local d'especial importància, sinó també com una aposta clara per enfortir la resta de sectors econòmics de la ciutat, en apostar per la integració de l'activitat cultural i comercial actualment present a la ciutat en el sector turístic. Aquesta aposta es va confirmar a l'any 2004, quan l'Ajuntament de la ciutat, amb Anna Pagans (PSC-PSOE) com a Alcaldessa, va apostar per la creació de l'àrea de Desenvolupament Local i Promoció de la Ciutat, la qual engloba departaments tant diversos com Ocupació, Mercats, Fires, Congressos i Turisme, demostrant així la ferma voluntat manifestada d'aquesta institució de fer que el sector turístic estigui plenament integrat en el teixit socioeconòmic de la ciutat.

En base a les dades anteriors, podem afirmar que el tractament institucional realitzat amb el sector turístic ha estat molt diferent, en cercar l'esdeveniment d'aquest sector en un motor econòmic amb capacitat d'integrar la totalitat dels teixits que operen a la ciutat en el cas de la ciutat de Girona mentre que, per a Vitòria-Gasteiz, s'apostava per la construcció d'una ciutat amb un teixit que girés al voltant del sector industrial i de serveis, el qual es fonamenta en base a les institucions de caràcter regional presents a la ciutat. Tanmateix, els canvis viscuts al llarg dels darrers anys han motivat que el turisme sigui considerada una activitat de major rellevància i que, tal i com veurem a continuació, ha apostat en ambdues ciutats per l'oferta turística conjunta com a mitjà per resultar més competitiu.

Començant per **Vitòria-Gasteiz**, l'escàs interès que les institucions han manifestat pel turisme com a activitat econòmica ha tingut el seu reflex principal en un nivell d'inversió molt escàs per impulsar aquest sector a nivell general, en tractar-se el País Basc en el seu conjunt d'un territori amb una forta tradició industrial, sector que tot i la crisi econòmica continua sent una de les bases del territori. Tanmateix, l'arribada de fundacions com Guggenheim amb la construcció d'un museu icònic a Bilbao va suposar un abans i un després en el funcionament d'un sector que, tradicionalment, ha tingut a la província de Gipuzkoa i a la ciutat de Donostia així als municipis de la Costa com a principals agents del sector turístic. Així, cal assenyalar que, en l'actualitat, la promoció de la comunitat autònoma es realitza de forma conjunta, afavorint el desenvolupament turístic tant d'Àlaba com Vitòria en cercar-se des de les institucions basques la creació d'un sector turístic comú, de forma que les inversions realitzades en el mateix puguin revertir a la totalitat d'un territori que destaca per un molt bon nivell d'infraestructures internes, així com per unes distàncies molt assumibles entre la totalitat d'atractius.

Amb tot, les organitzacions que, a hores d'ara, podem esmentar són les següents:

- **Ajuntament de Vitòria-Gasteiz:** La visió de la ciutat com a localitat industrial i seu de les principals administracions basques ha il·lustrat les polítiques preses des de aquesta institució en matèria de turisme, sector econòmic pel qual no s'ha apostat en excés. Tanmateix, cal destacar l'aposta pels congressos que des del departament de turisme s'ha dut a terme, tractant-se d'una de les activitats més destacades del sector a la ciutat, així com l'aposta que, tal i com explica la directora de turisme de l'Ajuntament, s'està realitzant per tal de fer veure al turista que Vitòria-Gasteiz és una ciutat accessible i propera a un gran nombre de destinacions que sorprendrà al visitant per la seva autenticitat.

Els reconeixements que la ciutat ha obtingut al llarg dels darrers anys, així com també l'aposta de l'Ajuntament per restaurar la pràctica totalitat de l'ametlla medieval amb la restauració de la Catedral de Santa Maria (a través d'una fundació publico-privada on l'Ajuntament, la Diputació Foral d'Àlaba i el Bisbat de Vitòria són els organismes més destacats) i la creació de la ARICH (agència per a la rehabilitació del casc medieval, actualment dissolta) han permès obrir noves vies de promoció de la ciutat, obrint noves línies estratègiques al mateix temps que s'han mantingut les que han estat més representatives històricament. Amb tot, les tasques més destacades de totes les que desenvolupa el departament de Turisme són les següents:

- Desenvolupar les tasques de **planificació estratègica** per tal d'establir les línies bàsiques d'actuació a efectes de promocionar turísticament la ciutat en base als recursos dels que aquesta disposa.
 - Gestió de l'**oficina de turisme**, des de la qual s'informa sobre les diferents activitats que es poden desenvolupar a la ciutat, així com per la comercialització de productes turístics.
 - Procedir a la **creació de nous productes turístics** en base a la tradició i els elements que componen la base de la ciutat, aspecte aquest que actualment es centra en la creació de nous productes relacionats amb el turisme gastronòmic.
 - Gestió de l'**activitat congressual** desenvolupada a les instal·lacions de la ciutat, destacant en aquest sentit tant la importància d'aquesta activitat pel sector turístic local a efectes de millorar la competitivitat i experiència obtingudes en aquest sector respecte a altres ciutats de l'entorn. La ciutat disposa de dos espais expositius: el Palau de Congressos Europa (construït a l'any 1986 i actualment en procés de renovació) i el Palau de Villa Suso.
 - Col·laborar amb la creació i diversificació de nous **esdeveniments** que permetin enfortir Vitòria-Gasteiz com a marca turística en base a l'aprofitament de les oportunitats que els mateixos proporcionen per difondre els atractius de la ciutat
- **Diputació Foral d'Àlaba:** Les diputacions forals del País Basc disposen d'un seguit de competències en matèria econòmica, departament en el qual s'engloba la promoció turística. Tanmateix, cal assenyalar que l'aposta per aquest sector es realitza de forma global per a la totalitat de la província, cercant promocionar de forma conjunta la totalitat de destinacions que componen el territori. En el cas d'Àlaba, cal assenyalar l'aposta desenvolupada per la promoció de destinacions com les Salines d'Añana (candidata al reconeixement de Patrimoni Mundial de la Humanitat de l'UNESCO el passat any 2015) o la Rioja Alabesa, ambdues situades a escassa distància de Vitòria-Gasteiz.
 - **Govern Basc:** Amb l'arribada de la Constitució Espanyola l'any 1978 i la transmissió de les competències en matèria de turisme a les comunitats autònomes, aquesta institució va començar a realitzar les tasques de gestió i promoció d'aquesta activitat de forma integral, sent en l'actualitat la Llei 6/1994, de 16 de març, de ordenació del Turisme l'encarregada de regular l'activitat del sector a la totalitat de la comunitat autònoma.

Per tal de donar un impuls al desenvolupament d'aquest sector de forma més efectiva, la principal institució de la comunitat autònoma ha apostat per la diversificació en la gestió turística mitjançant la creació dels organismes que s'esmenten a continuació:

1. **BASQUETOIR:** L'Agència Basca pel Desenvolupament Turístic, organisme dependent del Govern Basc, s'encarrega de la gestió i promoció turístiques de les diferents destinacions del País Basc. L'objectiu principal d'aquest organisme passa per l'estandardització d'aquesta activitat a la comunitat, apostant, a tal efecte, per la creació d'una marca turística global i amb capacitat per comercialitzar les diferents destinacions turístiques actualment existents subratllant tant la forta identitat que presenta cadascuna de les mateixes al mateix temps que s'aprofundeix en els aspectes diferencials existents i que contribueixen a conferir un caràcter i personalitat pròpies a la totalitat dels mateixos.

Tenint en compte la diversitat existent respecte a destinacions, aquesta agència aposta per estructurar l'oferta disponible en els següents blocs que s'esmenten a continuació:

- La primera de les línies és referent a la **Costa Basca**, la qual ha estat tradicionalment el principal punt d'atracció turística entre els visitants de la comunitat autònoma, apostant per la promoció conjunta de les destinacions més emblemàtiques situades en aquest indret d'Euskadi, com ara Zarautz, Getaria o Hondarribia.
- La segona de les línies aposta per la promoció turística de les **capitals de província**, subratllant la complementarietat existent entre totes elles, així com les característiques diferencials que presenta cadascuna.
- La tercera i darrera línia està relacionada amb el **Turisme del Vi**, sector en el que l'àrea de la Rioja Alabesa disposa d'una tradició destacada i que ha vist com, al llarg dels darrers anys, s'ha potenciat de forma destacada.

2. **Observatori turístic d'Euskadi:** Aquest organisme, dissenyat per a la realització de les tasques de seguiment de l'evolució experimentada pel sector turístic a Euskadi, té com a objectiu principal impulsar la competitivitat del sector turístic, treballant, a tal efecte, per identificar oportunitats i els canvis que es produeixen en el sector per tal de poder adaptar la realitat del destí a les mateixes de forma ràpida i eficaç.

Tal i com podem observar, l'estructura que les principals institucions basques segueixen en matèria de turisme aposta per la simplicitat, disposant d'una estructura orientada a la promoció del País Basc com a una destinació turística conjunta i amb atractius de tota mena. Es tracta, doncs, de generar sinergies entre la totalitat de destinacions turístiques de les que disposem, a efectes de que aquestes siguin més competitives i permetin contribuir a l'enfortiment de la marca turística "Euskadi".

Centrant-nos en **Vitòria-Gasteiz**, podem assenyalar la importància de l'aposta realitzada per impulsar el sector turístic a la ciutat a efectes d'eliminar el tradicional caràcter d'activitat residual que aquest ha tingut. Així, a la gran fortalesa de l'activitat congressual que es desenvolupa en el Palau de Congressos Europa (actualment en obres) i el Palau de Villa Suso, cal afegir el gran atractiu que la cultura gastronòmica i el nucli històric de la ciutat poden arribar a generar, aspectes aquests que han contribuït al nomenament de la mateixa com a "Green Capital" a l'any 2012 i "Capital Gastronòmica" a l'any 2014, suposant aquests aspectes una oportunitat extraordinària a efectes de captar l'atenció d'una tipologia de turista especialment interessada per la cultura local i la identitat pròpia, (especialment la darrera, en tractar-se l'any "Green Capital" com un període amb impacte en sectors molt específics) permetent aquests fets al mateix temps procedir a la creació de nous nínxols de mercat. Es tracta, doncs, d'una aposta per atreure turisme de qualitat que permeti promocionar i fer-la més competitiva, però sense perdre, en cap cas, els seus trets més característics, a efectes de que el turista continuï tenint la sensació de visitar una destinació autèntica i en la que resulta senzill endinsar-se en la seva vida quotidiana.

Quant a **Girona**, cal subratllar que la seva pertinença a Catalunya suposa un valor afegit per tal de desenvolupar activitats turístiques, en tractar-se d'un destí turístic global amb capacitat per donar resposta a la totalitat de les demandes dels turistes gràcies a la seva diversitat, aspecte el qual ha permès configurar una de les destinacions més atractives d'Espanya en el seu conjunt. En aquest sentit, cal assenyalar els resultats obtinguts per Catalunya el passat agost de l'any 2014, moment en el qual va liderar el creixement del sector turístic entre el turisme estranger, col·laborant de forma destacada al rècord de turistes assolit pel país en el mateix període.¹⁰

El principal avantatge de la capital del Gironès radica en una ubicació que provoca que, tot i la seva situació a l'interior, estigui situada a escassa distància d'un destí turístic de primer ordre

¹⁰ Font: El Periódico de Catalunya: *Rècord de turistas extranjeros en España [En línia]*
<<http://www.elperiodico.com/es/graficos/economia/turismo-extranjero-turista-agosto-espana-catalunya-grafico-infografia-6310/>>

com és la Costa Brava, així com rodejada d'espais de caràcter natural de gran valor, fets que, d'entrada, poden facilitar notablement el desenvolupament de l'activitat turística en una ciutat que, a més, disposa d'un patrimoni cultural més que destacable. A aquest fets cal afegir-hi una xarxa de comunicacions de qualitat que faciliten els desplaçaments cap a altres àrees d'interès de Catalunya, sent la crisi que en l'actualitat viu l'aeroport de la ciutat l'únic punt negatiu relatiu a la mobilitat.¹¹ Cal, però, recordar la feina feta des de les institucions gironines per tal de situar a la capital de la província en una posició competitiva dins del sector turístic amb l'objectiu d'aprofitar les oportunitats que la diversificació de la demanda turística proporciona a les destinacions culturals.

Quant als organismes i institucions encarregades de la gestió turística de la ciutat, cal assenyalar les que s'esmenten a continuació:

- **Ajuntament de Girona:** Amb l'arribada dels primers Ajuntaments de la democràcia, i un cop la Constitució Espanyola de l'any 1978 va entrar en vigor, el traspàs de les competències en matèria de Turisme va ser entès com a una oportunitat per Ajuntaments com el de Girona, el qual va apostar des del primer moment per la posada en valor de la ciutat emprant, a tal efecte, les activitats turístiques com a mitjà per assolir aquest objectiu. En aquest sentit, i conscients del gran valor històric i cultural del Barri Vell, es va desenvolupar una aposta ferma per la seva restauració integral, aspecte que ha beneficiat tant al propi teixit socioeconòmic de la ciutat com al desenvolupament de l'activitat turística, en tractar-se aquest petit nucli de la ciutat de l'àrea que concentra un nombre superior de visites. Tal i com hem dit amb anterioritat, el departament de Turisme de la ciutat de Girona forma part en l'actualitat de l'àrea de promoció i desenvolupament local de la ciutat, sent algunes de les accions que es desenvolupen des del mateix les següents.
 - Gestió de l'**oficina de turisme**, a la qual s'ofereixen informacions relatives a l'oferta turística existents a la ciutat i a les seves rodalies, així com dades pertanyents a altres destinacions properes.
 - **Planificar l'activitat turística** desenvolupada a la ciutat de Girona atenent a criteris de sostenibilitat turística a efectes de que aquest sector continuï amb la seva progressió sense deixar de banda l'equilibri econòmic, social i cultural, apostant al mateix temps per la realització de propostes de qualitat que permetin consolidar a la ciutat com a una destinació amb un clar avantatge competitiu respecte a altres similars.
 - **Col·laborar en la gestió d'institucions directament vinculades al turisme**, tal i com són el Palau de Congressos i l'Auditori de Girona, tots ells propietats de l'Ajuntament però amb gestió compartida amb la Diputació, el Patronat de Turisme i la Generalitat de Catalunya, a més d'altres empreses privades.
- **Patronat de turisme Costa Brava – Pirineu de Girona:** L'antic Patronat de Turisme de Girona, fundat a l'any 1976, va néixer amb l'objectiu d'aplicar una política turística destinada a la promoció conjunta de les comarques de Girona, activitat que, a hores d'ara, manté l'actual Patronat, el qual va viure la primera transformació important a l'any 1978, després de que la Constitució Espanyola traspasés les competències en matèria turística a les comunitats autònomes. Els òrgans de gestió actuals corresponen als d'un organisme que presenta una estructura publico-privada, i en el que cal destacar la presència de la Diputació de Girona (institució que, per altra banda, va ser la principal impulsora de la idea de la creació del patronat) i els Consells Comarcals per part dels organismes de gestió, del departament de turisme de la Universitat de Girona com a representant del sector educatiu, així com de la Càmera de Comerç i Indústria de Girona o Associacions turístiques sectorials per part de l'empresa privada, entre d'altres.

¹¹ Font: La Vanguardia: *El aeropuerto de Girona no remonta el vuelo [En línia] 24.11.2015*
<<http://www.lavanguardia.com/local/girona/20151124/30354397961/aeropuerto-girona-no-remonta.html>>

L'estructura d'aquest organisme respon a la necessitat d'impulsar el turisme de forma conjunta, tant a nivell territorial com sectorial, facilitant l'evolució de l'activitat turística sota els mateixos criteris, aspecte que permetrà anar cap a la mateixa direcció. En aquest sentit cal destacar l'elaboració del "Pla estratègic de les comarques de Girona 2011-2015", actualment en vigor i que, en el cas de la capital del Gironès, es tracta del document de referència en matèria turística pel desenvolupament de la ciutat.

- **Diputació de Girona:** Tal i com succeeix amb l'Ajuntament de Girona, la Diputació provincial participa activament en la gestió turística del territori, tal i com demostra l'impuls proporcionat en el seu moment per tal de procedir a la creació de l'antic Patronat de Turisme. Tanmateix, aquesta institució aposta per participar en la gestió turística del territori mitjançant la seva presència en fundacions i organismes de gestió, sent alguns dels més destacats la Fira de Girona, el Palau de Congressos i l'auditori de Girona, així com el propi Patronat de Turisme de la Costa Brava – Pirineu de Girona, compartint en tots els casos accionariat amb altres institucions públiques (sent l'Ajuntament de Girona l'exemple més clar) com privades (amb la Cambra de Comerç de Girona com a agent més destacat).
- **Generalitat de Catalunya:** El govern català ha estat sempre molt actiu en temes de turisme, havent esdevingut Catalunya en el seu conjunt en una destinació turística molt competitiva gràcies a la diversitat d'una oferta que s'adapta, en la majoria dels casos, a les demandes dels consumidors més exigents. En aquest sentit, cal assenyalar la ràpida resposta que aquesta institució ha donat tradicionalment a les demandes del sector per tal d'adaptar-se constantment a la realitat del sector, el qual troba a la Llei Orgànica 13/2002, de 21 de juny, de Turisme de Catalunya el marc legislatiu principal, tot i que el creixement d'aquest sector ha motivat que, des de la Generalitat s'hagin desenvolupat normatives més específiques, com ara el Decret 159/2012, de 20 de novembre, d'establiments d'allotjament turístic i d'habitatges d'ús turístic.

El desig de la Generalitat d'impulsar Catalunya com a un destí turístic de caràcter global es reflecteix en la creació de l'Agència Catalana de Turisme a l'any 2000, una organització de capital públic-privat regulada per la Llei 15/2007, de 5 de desembre, de la Agència Catalana de Turisme i a la que participen les principals institucions públiques del territori així com algunes de les organitzacions privades més representatives del mateix, i que té com a objectiu principal promoure l'activitat turística a Catalunya prenent com a base tant la totalitat d'atractius dels que disposa el territori, així com procedint al desenvolupament i posada en el mercat de nous productes turístics convenientment adaptats a la realitat del mercat en cada moment. En el cas de Girona, la Generalitat ha apostat per la mateixa fórmula amb la Fira de Girona, fundació de gestió publico-privada en la que destaca la participació de l'Ajuntament de la ciutat, la Diputació i la Cambra de comerç, entre d'altres.

El departament de turisme pertany en l'actualitat a l'àrea d'empresa i ocupació de la Generalitat de Catalunya, sent aquest departament la base des de la qual es gestionen les organitzacions mitjançant les quals es gestiona aquesta activitat. Addicionalment, la Generalitat aposta pel IDESCAT per a l'elaboració de les estadístiques del sector, gràcies a les quals resulta possible analitzar detingudament l'evolució experimentada pel mateix.

Tal i com podem veure, l'estructura turística present a Catalunya evidencia que el sector turístic ha estat tradicionalment important per a l'economia del territori, en disposar d'un nivell de diversificació destacable i en el que la col·laboració publico-privada és un estàndard. Si bé aquesta estructura és, d'entrada, més complexa, cal assenyalar que ens proporciona un seguit d'avantatges considerable per tal de fer que els diferents subsectors existents siguin més competitius, tot i que també pot generar certs problemes de coordinació en el cas de que les directrius a seguir no siguin estrictament les mateixes, transformant-se, en aquest cas, el turisme en una activitat que pot perjudicar el desenvolupament turístic del territori amb l'aparició de problemàtiques de diversa consideració.

Centrant-nos específicament en **Girona**, cal assenyalar l'aposta desenvolupada per a la gestió integral de la província com a un únic destí turístic, tal i com demostra el fet de que la capital del

Gironès formi part, juntament amb la resta de comarques de la província, del Pla Estratègic de Turisme de les comarques de Girona. D'igual manera, l'aposta per la gestió conjunta entre les institucions locals i provincials d'activitats com la firal o la congressual deriva en la ferma creença de Catalunya com a destí turístic global, aspecte al qual s'hi suma la ciutat de Girona amb la diversificació de la seva oferta turística més competitiva, en involucrar als agents més importants del territori en la seva gestió.

Memòria 2014: Anàlisi dels principals indicadors

Un cop analitzada l'estructura turística principal de que disposen Vitòria-Gasteiz i Girona, procedirem a l'anàlisi de l'evolució experimentada per aquesta activitat, prenent com a base les dades de les memòries publicades pels Ajuntaments d'ambdues destinacions amb les dades que es van registrar a l'any 2014, comparant-les posteriorment amb les enregistrades pel sector a l'any 2013 per tal d'avaluar si l'evolució ha estat ascendent o descendent.

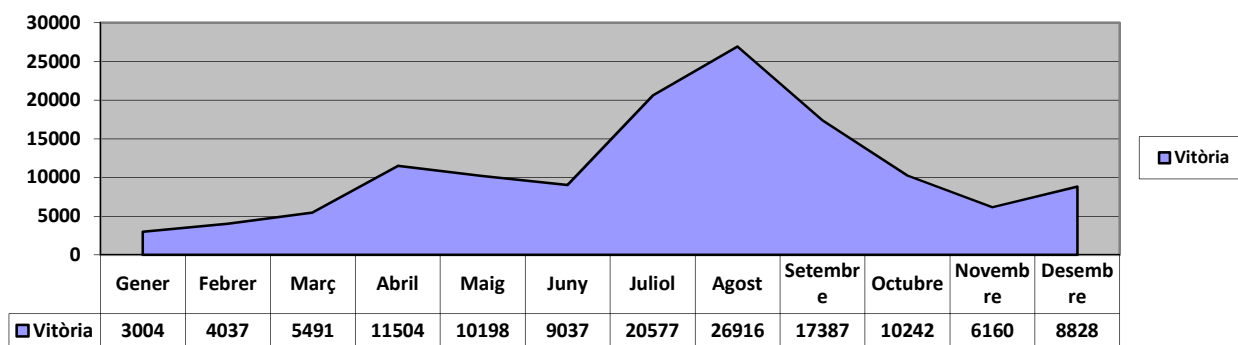
1. Nombre de Visitants atenent a les consultes realitzades a les oficines de turisme.

Malgrat els avenços experimentats en matèria turística, les destinacions turístiques no disposen, en l'actualitat, de mecanismes per elaborar registres d'entrades i sortides de visitants, estimant-se aquestes dades en base al seguiment d'un seguit de paràmetres d'especial interès. Així, el primer registre que avaluarem **les consultes ateses a les oficines de turisme**, en permetre'ns aquest indicador mesurar l'evolució turística en nombre de visitants experimentada per les ciutats, ja que, a banda de permetre'ns recollir dades relatives a la procedència o interessos dels visitants que acudeixen a aquestes instal·lacions, proporciona a les institucions l'oportunitat d'avaluar l'interès que suscita la ciutat entre el públic general o la satisfacció dels turistes respecte a la seva visita, així com l'efectivitat de les campanyes de promoció turística desenvolupades per fer arribar la destinació el més lluny possible.

Cal assenyalar, però, que existeixen diferències en la regulació de les oficines de turisme, les quals deriven en diferències respecte el funcionament i serveis oferts a les mateixes. En el cas de Vitòria-Gasteiz, la única oficina turística existent queda regulada pel Decret 279/2003, de 18 de novembre, de creació de la Xarxa Basca d'Oficines de Turisme, tenint com a funció principal la interacció amb els seus visitants, als quals haurà d'informar sobre les activitats i punts d'interès de la destinació, així com recollint les impressions i suggeriments que els mateixos vulguin compartir respecte a la ciutat. Quant a Girona, la ciutat disposa en l'actualitat d'una oficina de turisme classificada, segons el Decret 127/2010, de 14 de setembre, de regulació de la Xarxa de Serveis d'Informació, Difusió i Atenció Turística de Catalunya, com a oficina de segona categoria, aspecte pel qual ofereix serveis d'informació i difusió turística, així com també de realització de reserves d'allotjament i de recopilació de dades estadístiques. Tanmateix, la capital del Gironès disposa d'un Punt de Benvinguda, creat a l'any 1995 per alliberar a l'oficina de turisme principal de part de la seva càrrega de treball, rebent un nombre significatiu de visitants cada any.

Les gràfiques que es mostren a continuació recullen el número de consultes ateses a les oficines de turisme d'ambdues destinacions en cadascun dels mesos de l'any, així com el nombre total de visitants durant tot el període, incloent-hi aquesta darrera dada els resultats enregistrats l'any anterior.

CONSULTES ATESES A L'OFICINA DE TURISME DE VITÒRIA-GASTEIZ

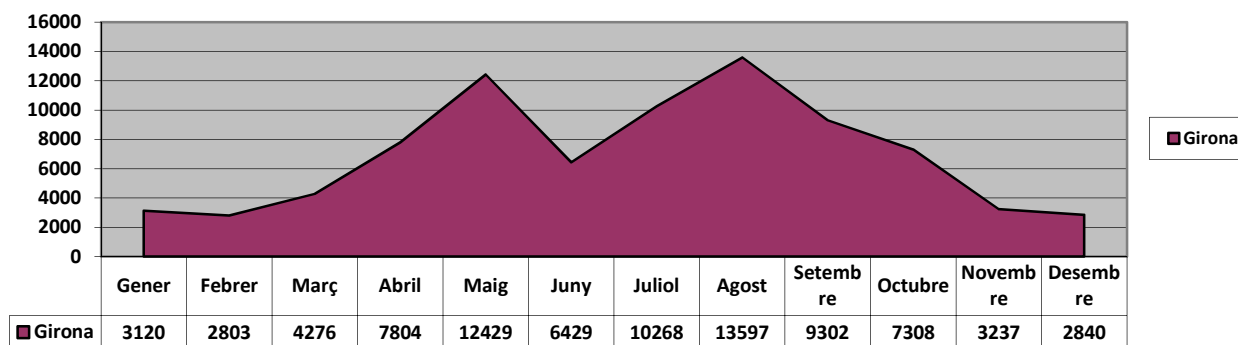


Total consultes (2014)	Total consultes (2013)	Variació
133.381	122.598	+8,86%

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la memòria turística 2014, realitzada pel Ajuntament de Vitòria-Gasteiz.

Tal i com podem extreure de les dades recollides per l'oficina de turisme del territori, l'evolució de l'activitat turística a la ciutat va presentar signes positius durant el darrer any, en haver augmentat el nombre de turistes atesos en gairebé un 9%, situant-se les puntes de visitants durant els mesos de juliol, agost i setembre, mesos en els que es celebren esdeveniments de destacada importància tal i com són el Festival de Jazz (mitjans de juliol), les Festes en honor a la Verge Blanca (del 4 d'agost al 10 d'agost) o el Festival de Ràdio i Televisió de Vitòria-Gasteiz (FesTVal, primera setmana de setembre), dades aquestes que deixen clar l'interès que suscita l'organització d'esdeveniments a la ciutat. Tanmateix, les estadístiques recollides per l'oficina de turisme apunten cap a una excessiva dependència de determinats actes culturals, en situar-se el turisme sota mínims durant la resta de períodes de l'any, destacant especialment el baix nombre de consultes efectuades en els mesos de gener, febrer, març i novembre, aspecte aquest que ens indica les dificultats de Vitòria-Gasteiz per atreure l'interès d'aquells turistes assidus al turisme de cap de setmana, dificultant de forma notable tant l'aposta com la integració d'aquest sector en el teixit socioeconòmic de la ciutat.

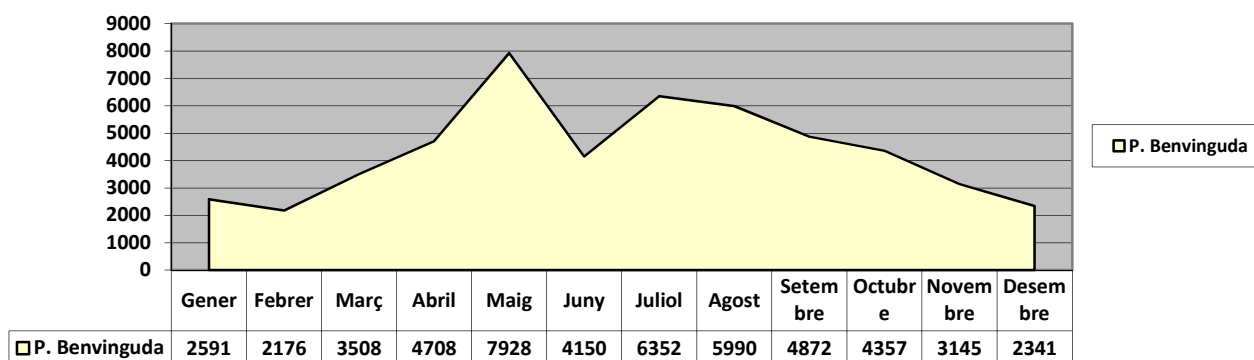
CONSULTES ATESES A L'OFICINA DE TURISME DE GIRONA



Total consultes (2014)	Total consultes (2013)	Variació
83.413	75.754	+10,11%

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la memòria de promoció i ocupació 2014, realitzada pel Ajuntament de Girona.

CONSULTES ATESES AL PUNT DE BENVINGUDA DE GIRONA



Total consultes (2014)	Total consultes (2013)	Variació
52.118	52.023	+0,18%

Global consultes (2014)	Global consultes (2013)	Variació
135.531	127.777	+6,06%

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la memòria de promoció i ocupació 2014, realitzada pel Ajuntament de Girona.

Tal i com podem observar a les gràfiques, l'escassa evolució del nombre de consultes ateses pel Punt de Benvinguda de la ciutat de Girona ha frenat el creixement de les mateixes, sent aquest lleugerament superior al 6% en comparació amb les dades enregistrades al 2013.

La capital del Gironès presenta certa tendència cap a l'estacionalitat turística, en registrar-se les puntes de consultes ateses entre els mesos de març i octubre, destacant especialment les dades enregistrades durant el més de maig, període durant el qual es celebra el festival "Girona, Temps de flors", de destacat reconeixement i prestigi. D'igual manera, cal assenyalar l'impacte de les festes de Setmana Santa i de les festes de primavera a l'abril i, molt especialment, les dades enregistrades al llarg dels mesos d'estiu, moment d'especial rellevància pel sector turístic de la ciutat en rebre molts turistes que visiten la Costa Brava. Podem intuir, doncs, que la ciutat aconsegueix captar l'atenció dels turistes que visiten la zona, destacant, al igual que succeeix amb Vitòria, les dades obtingudes durant la celebració d'alguns dels esdeveniments culturals més importants.

Pel que fa a la procedència dels turistes que visiten ambdues destinacions, les dades recollides per les oficines de turisme de cadascuna de les ciutats reflecteixen els següents escenaris:

Procedència dels turistes (2014)



	Espanya	Estranger
Girona	55,34%	44,66%
Vitoria-Gasteiz	66,30%	33,70%

Les dues capitals comparteixen un perfil de visitants majoritàriament nacional, tot i que, en el cas de Girona, la diferència entre turistes nacionals i estrangers és de només un 10% pel 34% de Vitòria. Així, les comunitats autònomes que s'han enregistrat a les oficines de turisme són les següents:



	Catalunya	Madrid	Valencia	Altres
Girona	72,99%	6,97%	3,37%	16,67%
Vitoria-Gasteiz	26,40%	12,80%	11,30%	49,50%

Tal i com podem veure en aquest gràfic, el turista català és el majoritari a les dues destinacions, doblant el seu percentatge al del turista madrileny i sent lleugerament superior al doble que el de turistes valencians, ocupant la resta de comunitats autònomes el 50% restant. Sorpren especialment que aquests grups siguin els més nombrosos en el cas de la ciutat basca, situant-se fins i tot per davant del turista provinent de destinacions de proximitat, tenint en compte que les connexions existents són exclusivament terrestres.

Quant a la capital del Gironès, cal assenyalar la fortalesa del turisme de proximitat, amb el turista català situat a molta distància de la resta de procedències, les quals són les mateixes i es situen en el mateix ordre que la capital basca, assenyalant com a possibles raons les bones comunicacions existents, destacant especialment la modernitat i rapidesa de l'opció ferroviària.



	França	Itàlia	Regne Unit	Altres
Girona	12,49%	1,86%	5,08%	80,57%
Vitoria-Gasteiz	23,00%	16,30%	11,10%	49,60%

Pel que fa a la procedència del turista estranger, no sorprèn trobar al turista francès en primera posició, en compartir ambdues destinacions una ubicació que les situa a escassa distància de la frontera. Així, en el cas de Girona, resulta especialment important assenyalar, un cop més, la seva proximitat amb la Costa Brava, destinació turística tradicionalment molt apreciada pel turista francès, però per la que també manifesten la seva predilecció altres nacionalitats europees juntament amb l'espanyola. D'igual manera, i malgrat les dificultats que travessa actualment, el bon funcionament històric de l'Aeroport de Girona-Costa Brava ha donat com a resultat un escenari més divers quant a nacionalitats, aspecte que no ha estat possible en el cas de Vitòria-Gasteiz, ciutat on l'aeroport no ha acabat de funcionar mai.¹²

2. Les ciutats com a receptores de turisme de congressos.

L'aposta per l'activitat congressual esdevé un mitjà excel·lent per promocionar les destinacions on es desenvolupa, ja que permet realitzar tasques de promoció de la ciutat, així com difondre els atractius dels que disposa, mitjançant l'organització i desenvolupament d'un congrés a les instal·lacions dissenyades a tal efecte. L'organització de congressos esdevé igualment una activitat amb capacitat per dinamitzar els territoris, donada la repercussió que aquesta activitat genera directa o indirectament respecte a la resta d'agents que componen el teixit econòmic de la destinació.

L'Ajuntament de **Vitòria-Gasteiz** ha estat tradicionalment molt interessat en aquest sector del mercat, en considerar que la ciutat està plenament capacitada per resultar competitiva en el mateix gràcies a les comunicacions existents, així com per disposar d'un nivell d'infraestructures adequat i una ubicació geogràfica estratègica al nord d'Espanya, que situa a la ciutat a menys d'una hora de distància de moltes de les ciutats més importants del nord, tal i com són Bilbao, Pamplona o Burgos, entre d'altres.

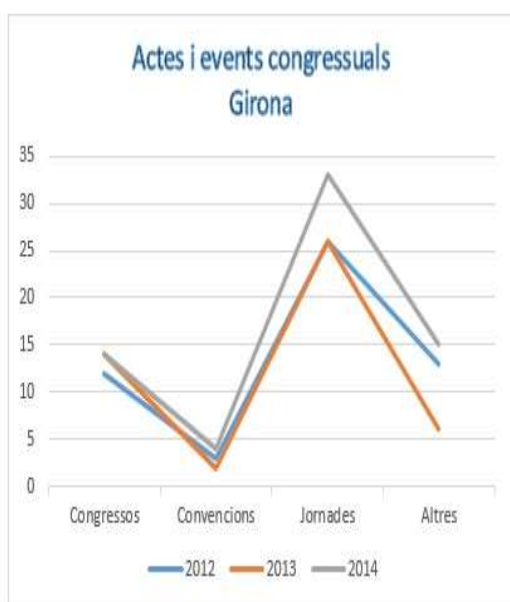
El canvi de polítiques turístiques dut a terme per l'Ajuntament durant el darrer període ha cercat la promoció de Vitòria-Gasteiz com a un destí turístic de qualitat amb l'objectiu d'obrir-se a nous mercats i adaptar-se a les noves tendències turístiques, però sense deixar de banda els congressos, activitat que es vol impulsar amb accions com la reforma i ampliació del Palau de Congressos Europa, el qual s'ha adaptat a la demanda actual amb l'ampliació i modernització dels seus espais, identificant alhora la seva arquitectura amb la sostenibilitat i el respecte pel medi ambient, valors amb els quals la capital basca està plenament identificada i que li van valdre, juntament amb la presència de nombrosos espais verds de gran valor mediambiental i una tendència consolidada pel reciclatge, la concessió del premi Green Capital a l'any 2012.

¹²Font: El Correo. *Foronda recuperará el año que viene los vuelos regulares de pasajeros [En línea] 30.11.2015* <<http://www.elcorreo.com/alava/araba/201511/30/foronda-recuperara-viene-vuelos-20151130183923.html>>

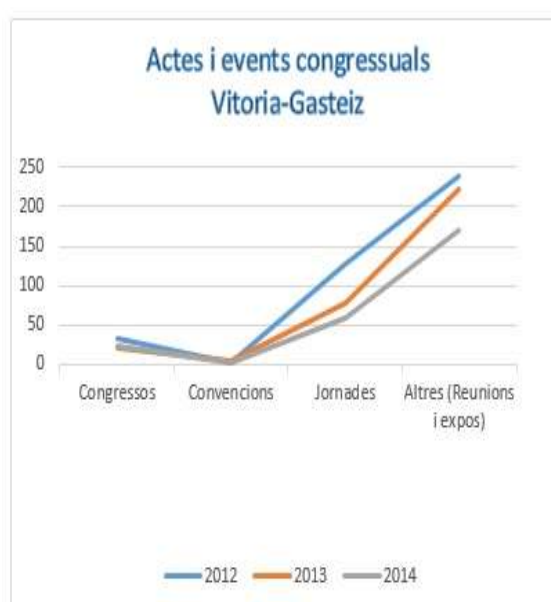
Quant a **Girona**, cal assenyalar l'aposta de les institucions per transformar la ciutat en una destinació turística convenientment diversificada per tal de resultar atractiva a un públic objectiu més ampli. Així, la inauguració del Palau de Congressos de Girona a l'any 2006 ha esdevingut una aposta clara per atreure el turisme de negocis a la capital del Gironès, aspecte pel qual es va apostar per la seva gestió mitjançant la creació d'una fundació publico-privada que integra tant a les principals institucions públiques com a alguns dels agents privats més destacats que operen a nivell local i provincial. En aquest sentit, cal subratllar l'aposta desenvolupada, un cop més, per la generació de sinergies com a mètode per millorar la competitivitat, estant integrada la ciutat a la fundació "Costa Brava Convention Bureau", institució que té com a objectiu impulsar el turisme de negocis a les comarques gironines.

La ciutat catalana també disposa de la Fundació "FiraGirona", creada a l'any 1984 amb l'objectiu de promocionar i fomentar el comerç, la indústria i els serveis de la província amb l'organització de fires de mostres generals o sectorials, resultant aquestes activitats complementàries del turisme de congressos, tal i com demostren les 15 fires organitzades en els anys 2013 i 2014.

Les gràfiques que es mostren a continuació mostren l'evolució de l'activitat congressual entre els anys 2012 i 2014 per a cadascuna de les destinacions analitzades, així com el número total d'assistents als congressos analitzats.



	2012	2013	2014
Congressos	12	14	14
Convencions	3	2	4
Jornades	26	26	33
Altres	13	6	15



	2012	2013	2014
Congressos	32	22	24
Convencions	2	4	2
Jornades	127	79	59
Altres (Reunions i expos)	238	222	171

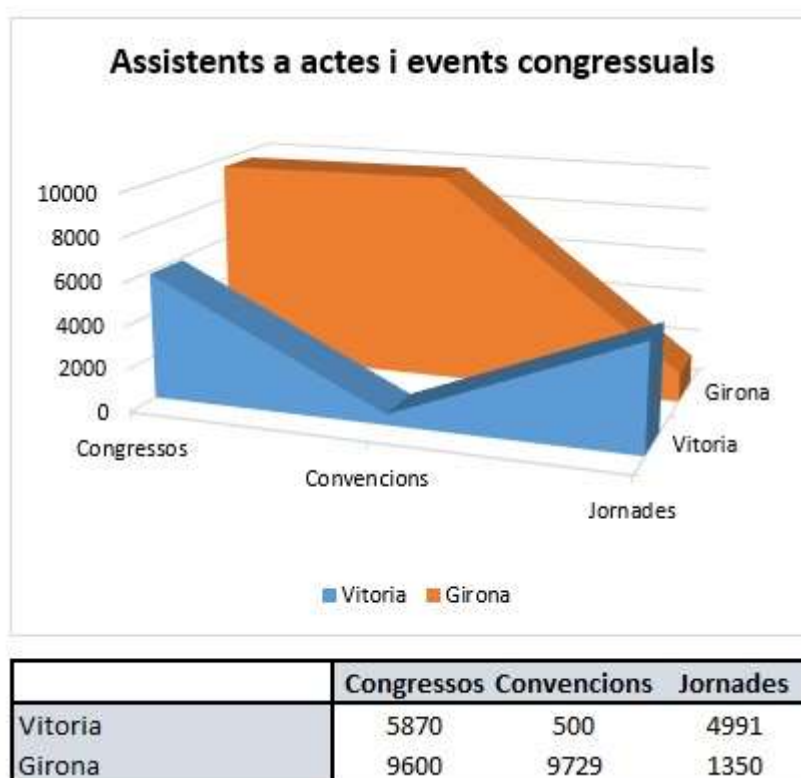
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la memòria turística 2014, realitzada pel Ajuntament de Vitoria-Gasteiz, així com de la memòria de promoció i ocupació 2014, realitzada pel Ajuntament de Girona.

A priori, les dades ens situen a **Vitòria-Gasteiz** un esglaó per davant de Girona, en haver celebrat a les seves instal·lacions un total de 256 esdeveniments al llarg del darrer any 2014, aspecte que ens porta a afirmar que la política duta a terme en aquesta matèria ha estat adequada i ha aconseguit associar l'activitat congressual a la ciutat basca. Tanmateix, i si prenem com a punt de partida les dades enregistrades a l'any 2012, podrem apreciar com l'activitat congressual ha experimentat descensos durant els anys 2013 i 2014, sent la profunda remodelació a la quina

està sent sotmès el Palau de Congressos Europa¹³ una de les principals problemàtiques que aquest sector ha d'enfrontar en l'actualitat, per la profunditat de la transformació que s'està realitzant des de l'any 2011 a la instal·lació congressual més important de la ciutat a efectes d'enfortir l'activitat en base a la modernització i ampliació dels espais disponibles a efectes de que aquest responguin a les actuals demandes del sector, identificant-la al mateix temps amb alguns valors als quals s'associa la capital basca, tal i com són la sostenibilitat i l'ecologia.

En el cas de **Girona**, la ciutat està apostant pel seu patrimoni cultural, així com la proximitat a destinacions importants com la Costa Brava i Barcelona per carretera o amb Madrid en el cas de desplaçar-se emprant l'AVE com a avantatges competitiu respecte a altres localitats similars, als quals cal afegir-hi el fet de disposar d'un Palau de Congressos molt modern i de gran capacitat que facilita l'organització d'esdeveniments. Així, si bé el nombre total d'activitats congressuals va baixar en 2013 respecte a l'any anterior, les dades obtingudes a l'any 2014 van ser molt superiors, passant d'un total de 48 actes a l'any 2013 fins als 66 en el 2014, aspecte aquest que ens permet intuir el suport que rep la fundació encarregada de la gestió de l'activitat congressual per part dels diferents agents col·laboradors amb l'objectiu de consolidar-la i impulsar el desenvolupament del teixit socioeconòmic tant de la ciutat com de la província mitjançant l'aprofitament de les oportunitats que aquesta ofereix a les ciutats on es desenvolupa.

Si comparem les dades obtingudes per a cadascuna de les ciutats, veurem com la diferència respecte al nombre d'activitats congressuals desenvolupades al llarg de l'any a cadascuna de les destinacions és molt superior en el cas de Vitòria, amb 256 activitats per a l'any 2014 a la capital basca enfront de les 66 de Girona pel mateix període. Tanmateix, i per tal d'analitzar l'impacte d'aquesta activitat en el seu conjunt, convé analitzar les dades relatives a l'assistència a aquests esdeveniments a nivell global, sent aquestes les quines es reflecteixen en el gràfic que es mostra a continuació:



¹³Font: Ajuntament de Vitòria-Gasteiz. *Rehabilitación integral y ampliación del Palacio de Congressos Europa*. [En línia] <http://www.vitoria-gasteiz.org/we001/was/we001Action.do?aplicacion=wb021&tabla=contenido&uid=u_6702f86a_14237950584__7ff8&idiona=es>

Tal i com podem observar en la gràfica, el nombre d'assistents als 14 congressos organitzats a Girona el passat any 2014 superen en un 38,85% el número d'assistents que van visitar la capital basca per acudir a algun dels seus congressos, sent el patró en el cas de les convencions molt similar, en sumar aquestes un nombre d'assistents un 94,86% superior als de Vitòria pel mateix període de l'any anterior, diferència que resulta especialment significativa però que es pot explicar tant per la superior capacitat de la instal·lació gironina com pel fet de que en aquesta es van realitzar un total de 4 convencions per les dues desenvolupades a Vitòria-Gasteiz.

L'únic punt on la capital basca aconsegueix superar a la del gironès és en matèria de jornades, havent aconseguit atreure l'atenció de 4991 persones per a un total de 59 actes, dada un 72,96% superior a l'enregistrada pels 33 actes que van tenir lloc en el Palau de Congressos de Girona.

Si analitzem les dades en el seu conjunt, podem extreure que les dues destinacions aquí analitzades resulten atractives com a destinacions congressuals gràcies a aspectes com un bon nivell d'infraestructures que redunda en la reducció de les distàncies amb altres destinacions així com en una major facilitat per desplaçar-se, unes instal·lacions congressuals competitives i un patrimoni natural i cultural de destacable valor, aspecte aquest molt important com a fet diferencial i que dona valor a la destinació, en permetre als assistents al propi congrés desenvolupar altre tipus d'activitats al llarg de la seva estada a la ciutat. Tanmateix, és especialment important l'evolució experimentada per aquest sector a la ciutat catalana, en tractar-se d'una activitat que va rebre l'empenta definitiva amb la creació de la Fundació Palau de Congressos a l'any 2006 i que ha aconseguit situar-se en una interessant posició gràcies a la col·laboració conjunta del sector públic i privat, així com per la proximitat de la ciutat amb les ciutats de Barcelona i molt especialment del nucli de la Costa Brava.

Quant a Vitòria, el fet de tractar-se d'una ciutat que disposa d'avantatges clars com un entramat industrial i institucional de destacat nivell contribueix activament a enfortir l'aposta que des de la ciutat s'ha desenvolupat per l'activitat congressual, la qual hauria de rebre una forta empenta amb l'adaptació del Palau de Congressos Europa als temps actuals, aprofitant aquestes millores per adaptar-lo als principals valors que s'associen a la ciutat. D'igual manera, l'activitat congressual hauria de servir com a punt de partida per impulsar el desenvolupament de les activitats turístiques tant a la pròpia ciutat com en el seu entorn, aspecte aquest que requerirà de la col·laboració de la totalitat d'agents turístics del territori a efectes d'establir una política turística comuna.

3. Pernoctacions

Tal i com succeeix amb el cas de les dades recollides per les Oficines de Turisme, les dades relatives a pernoctacions esdevenen un excel·lent indicador a efectes d'avaluar la salut del sector turístic, així com també conèixer el nivell d'equilibri entre l'oferta i la demanda existent a cadascuna de les destinacions.

La taula que es mostra a continuació ha estat elaborada prenent com a base les dades estadístiques facilitades per l'“Observatori de la Unitat Municipal d'Anàlisi Territorial” pel cas de Girona, així com de l'EUSTAT per a Vitòria-Gasteiz, sent les dades disponibles les següents:

	2014		2013		%Diferència	
	Pernoctacions	Grau ocupació	Pernoctacions	Grau ocupació	Pernoctacions	Grau ocupació
Vitòria	478187	41,9	465486	41,3	2,73	1,45
Girona	364100	56,25	312200	45,4	16,62	23,90

	2014	2012	%Diferència
	Establiments	Establiments	Establiments
	Hotelers	Hotelers	Hotelers
Vitòria	39	44	-11,36
Girona	21	23	-8,70

Les dades que reflecteixen aquesta taula ens situen davant d'un escenari més favorable pel cas de Girona, ciutat on l'ocupació hotelera va ser un 16,62% superior a l'any 2014 respecte a les dades enregistrades pel 2013, quedant-se la dada enregistrada en un augment del 2,73% per a Vitòria-Gasteiz. Cal, però, tenir en consideració la pèrdua d'establiments hotelers en les dues ciutats, la qual va resultar especialment significativa en el cas de la capital basca, amb una pèrdua de 5 establiments entre els anys 2012 i 2014 entre els quals destaca la decisió de la cadena Barceló de tancar l'únic hotel de la ciutat, justificant aquesta decisió en base a l'escassa rendibilitat del mateix¹⁴.

Així, si comparem l'evolució del nombre d'establiments hotelers que operen en ambdues destinacions amb l'experimentada en matèria de pernотacions per cadascuna de les ciutats, podem realitzar una lectura negativa de l'evolució d'aquest paràmetre pel cas de Vitòria-Gasteiz, en haver augmentat les pernотacions molt lleugerament atenent a la pèrdua de places total. Tanmateix, l'ajust produït en matèria d'allotjaments és beneficiós per ambdues ciutats, donat que els permetrà arribar a un punt d'equilibri entre l'oferta i demanda turística existent, millorant així la rendibilitat del sector.

Quant als períodes de superior ocupació, cal assenyalar que es produeixen en els mateixos mesos en els quals les oficines de turisme van assolir el nombre màxim de consultes ateses, amb rècords durant l'edició 2014 del festival "Girona, temps de flors"¹⁵ i de les festes de "La Blanca"¹⁶, demostrant aquests fets la capacitat d'atracció que els esdeveniments culturals més representatius de les destinacions exerceixen respecte als turistes. D'igual manera, i a falta de disposar d'un ventall de dades més ampli, podem confirmar la potencialitat d'aquestes destinacions com a destins turístics de proximitat, donades les bones comunicacions existents amb altres destins clau en ambdós casos, així com també la facilitat existent per visitar tots els punts d'interès turístic propers atenent a la proximitat existent entre els mateixos.

Enquestes d'usos turístics

L'èxit o fracàs d'una destinació turística queda, en gran mesura, condicionat per les percepcions prèvies que els turistes potencials tenen de la mateixa, la qual no es correspon en molts casos amb la realitat del destí. És en aquest punt en el que cal que assenyalem la importància de la creació d'una marca turística potent que aposti per posar en valor els atractius del destí amb la introducció d'activitats adaptades a l'entorn, contribuint de forma decidida al desenvolupament econòmic i social de la ciutat de forma sostenible, en respectar-se la identitat col·lectiva.

Per a l'elaboració d'aquest TFG, s'ha apostat per la distribució d'una enquesta turística destinada a conèixer les impressions d'aquells consumidors turístics que han visitat alguna de les dues destinacions pertanyents a aquest cas, així com la d'aquells que no ho hagin fet, endinsant-nos, en aquest darrer cas, en el grau d'atracció que genera cadascuna de les destinacions entre els turistes, així com avaluant les percepcions que aquests tenen respecte a la destinació i la seva correspondència respecte a la realitat del destí a efectes d'identificar si aquestes es corresponen amb la imatge que les institucions responsables de turisme de les dues destinacions analitzades volen projectar.

Els canals emprats per a la distribució de l'enquesta han estat els següents:

¹⁴Font: La Vanguardia: "El Hotel Gasteiz confirma su cierre al rechazar reservas desde el 1 de octubre" [En línia] 23.09.2012 < <http://www.elcorreo.com/alava/v/20120923/alava/hotel-gasteiz-confirma-cierre-20120923.html>>

¹⁵Font: La Vanguardia: "La LVIX edición de 'Girona, Temps de Flors' cierra con más visitantes y ocupación hotelera" [En línia] 17.06.2014 <<http://www.lavanguardia.com/local/madrid/20140519/54407081221/la-lvix-edicion-de-girona-temps-de-flors-cierra-con-mas-visitantes-y-ocupacion-hoteler.html>>

¹⁶Font: El Diario.es: "Los principales hoteles de Vitoria rozaron el 100% de ocupación durante las Fiestas de La Blanca" [En línia] 12.08.2014 <http://www.eldiario.es/norte/euskadi/principales-Vitoria-ocupacion-Fiestas-Blanca_0_291521328.html>

1. En primer lloc, es va apostar per la resta d'estudiants de la UOC com a receptors de l'enquesta, la qual es va distribuir per correu electrònic tant a l'aula del TFG com a la de tutoria, saltant des de aquesta darrera fins a la resta de tutories del grau en Turisme. D'igual manera, l'enquesta es va distribuir entre alguns dels estudiants escollits aleatòriament que participen a la comunitat "Rodamón", destinada a l'intercanvi d'informació sobre destins turístics.
2. En segon lloc, es va realitzar una cerca de persones amb interès manifest per les activitats turístiques amb l'objectiu de conèixer quines són les seves percepcions respecte a les dues destinacions analitzades, així com les experiències obtingudes en el transcurs del viatge en el cas d'aquelles persones que hagin visitat ambdues destinacions.
3. Finalment, i amb l'objectiu de disposar d'un ventall superior de punts de vista, es va procedir a la cerca de persones residents a les ciutats protagonistes d'aquest anàlisi amb l'objectiu de conèixer quina la perspectiva que tenen respecte al turisme a la seva ciutat.

Aquesta enquesta ha estat resposta per un total de 56 persones d'una mostra estimada en 200 enviaments, les quals han permès, amb les respostes proporcionades, configurar un escenari que, tal i com veurem a continuació, explica de forma molt gràfica la situació actual del sector turístic en cadascuna de les destinacions aquí analitzades. Cal, però, assenyalar que l'enquesta plantejava la possibilitat de triar més d'una opció en el cas de que la persona enquestada ho considerés oportú, disposant al mateix temps de la possibilitat de no respondre una pregunta en el cas de que considerés no estar capacitada per donar una resposta coherent.

Començarem l'anàlisi de les dades obtingudes amb l'enquesta analitzant el nombre de persones que han visitat cadascuna de les destinacions analitzades, les quals es mostren a la gràfica que trobem a la pàgina següent:



Tal i com podem observar, el nombre de turistes que han decidit visitar la ciutat de Girona supera a la xifra de Vitoria-Gasteiz en un 66,6%, aspecte que ens permet visualitzar que la ciutat catalana resulta més atractiva pels turistes que la capital basca.

Aquesta sensació es referma encara més si analitzem

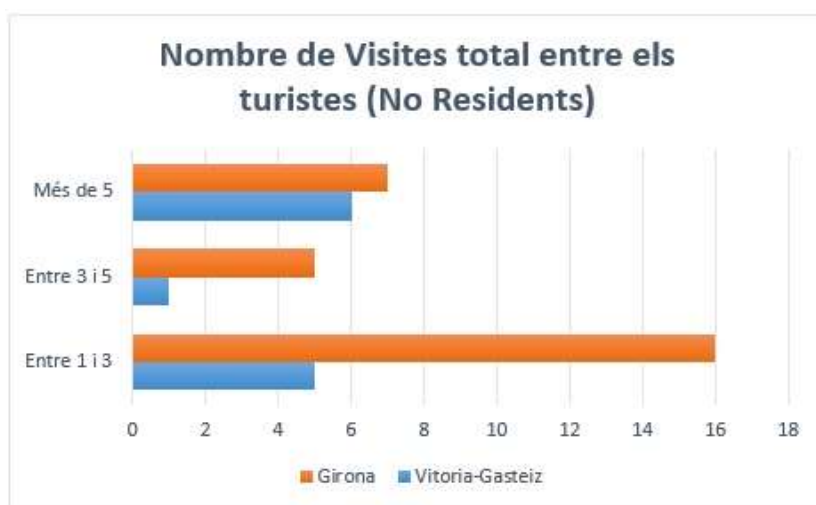
la intencionalitat de visitar una o altra destinació en el cas d'aquelles persones que a hores d'ara no les coneixen, en tenir intenció de visitar la capital d'Euskadi gairebé el mateix nombre de persones que manifesten no tenir interès en conèixer-la, dades que, en el cas de Girona, presenten una intencionalitat del 55,6% de visitar-la enfront d'un 44,4% que declara no tenir intenció de fer-ho.

	Visitants	Mitjana
Girona	34	7,91
Vitoria	20	7,43

La impressió de que la competitivitat de Girona com a destinació turística és superior a la de Vitòria-Gasteiz es reflecteix igualment amb la nota mitjana resultant de l'experiència obtinguda pels visitants a cadascuna de les ciutats, sent aquesta 0,48 punts superior en el cas de

la capital del Gironès, resultant necessari assenyalar que les dues destinacions obtenen una puntuació global bastant elevada, de la qual podem extreure que estem davant de dues destinacions capacitades per oferir a aquelles persones que les visiten una experiència turística de qualitat.

Aquest punt sembla confirmar-se si valorem detingudament el nombre de turistes que han apostat per visitar les dues ciutats en més d'una ocasió, punt en el que les dues destinacions obtenen una resposta molt similar, aspecte que demostra certa capacitat per fidelitzar al visitant, així com el bon paper que les dues destinacions poden jugar en el competitiu mercat turístic.

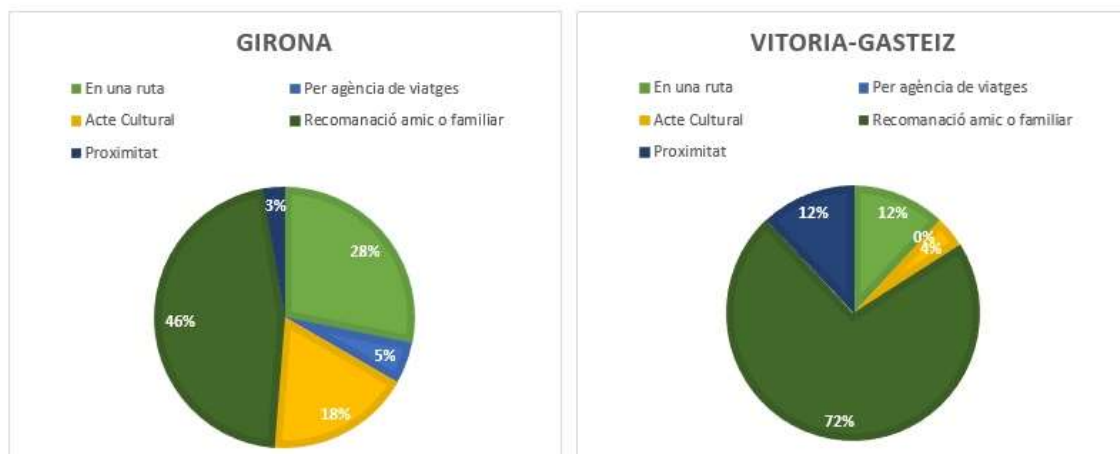


Quant als aspectes negatius, les respostes evidencien certa falta de capacitat per atreure nous visitants en el cas

	Entre 1 i 3	Entre 3 i 5	Més de 5
Vitoria-Gasteiz	5	1	6
Girona	16	5	7

de Vitòria-Gasteiz en comparació a Girona, sent el nombre de persones que afirmen haver visitat la ciutat catalana superior en un 76,19% respecte a aquelles que afirmen el mateix quant a la capital basca.

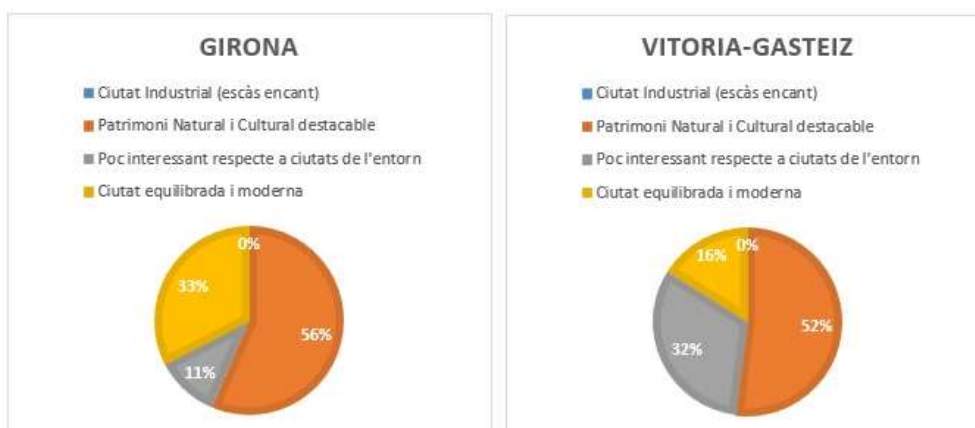
Un cop presentades les dades bàsiques obtingudes amb les enquestes, continuarem l'anàlisi de dades amb la forma mitjançant la qual els enquestats declaren haver conegut les destinacions protagonistes d'aquest treball, les quals es mostren a la gràfica següent:



	En una ruta	Per agència de viatges	Acte Cultural	Recomanació amic o familiar	Proximitat
Girona	11	2	7	18	1
Vitoria-Gasteiz	3	0	1	18	3

A partir d'aquesta estadística, podem apreciar que el menor coneixement de la ciutat basca deriva en que algunes de les persones enquestades no hagin respost a aquesta pregunta. Tot i així, les respostes proporcionades tornen a demostrar el millor posicionament de Girona en el mercat turístic, sent destacat el nombre de persones que declaren haver-la conegut en el transcurs d'una ruta o durant la seva assistència a un acte cultural, destacant també, tot i que de forma més limitada, la presència de la ciutat en les agències de viatges. Tanmateix, les respostes indiquen que la capital del gironès comparteix amb Vitòria-Gasteiz la recomanació per familiars o amics, el boca a boca, com a raó principal per la qual la destinació va ser visitada, aspecte que torna a situar-nos davant d'un escenari molt positiu per ambdues ciutats, refermant que l'experiència turística que obtenen aquells que decideixen visitar-les és, en termes generals, molt positiva.

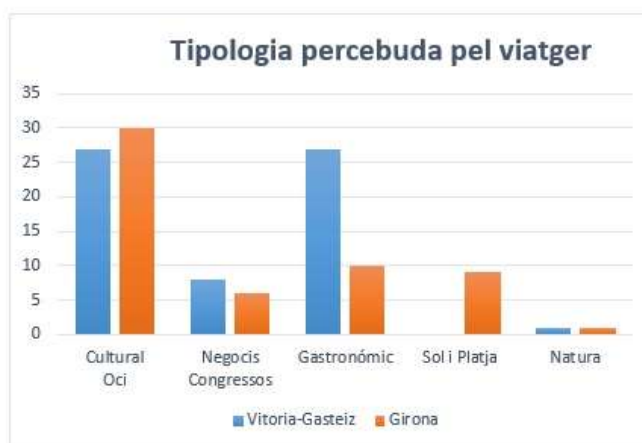
Per tal d'avaluar algunes de les possibles raons per les quals la Girona disposa d'un impacte superior en el mercat turístic que Vitòria-Gasteiz, l'enquesta va apostar per recollir la percepció general dels turistes respecte a cadascuna de les destinacions, sent els resultats obtinguts els següents:



	Ciutat Industrial (escàs encant)	Patrimoni Natural i Cultural destacable	Poc interessant respecte a ciutats de l'entorn	Ciutat equilibrada i moderna
Girona	0	26	5	15
Vitoria-Gasteiz	0	26	16	8

Sorprenentment, les dues destinacions tornen a coincidir respecte a la percepció principal del destí, assenyalant els enquestats de forma majoritària que es tracta de destinacions que disposen d'un Patrimoni Natural i Cultural de destacada importància, sent igualment percebudes com a destinacions equilibrades i modernes. Tanmateix, podem observar com un nombre elevat de les persones enquestades consideren que Vitòria-Gasteiz és una ciutat poc interessant respecte a la resta de ciutats que la rodegen, aspecte aquest que ens porta a plantejar-nos si la política turística duta a terme des de les administracions és la més adequada a efectes de promocionar la destinació per tal de que el seu nom esdevingui una marca turística reconeguda.

Continuant amb l'anàlisi de les percepcions, la gràfica que s'adjunta a continuació ens mostra quina és la tipologia de turisme amb la quina les persones enquestades associen a les destinacions protagonistes del cas:

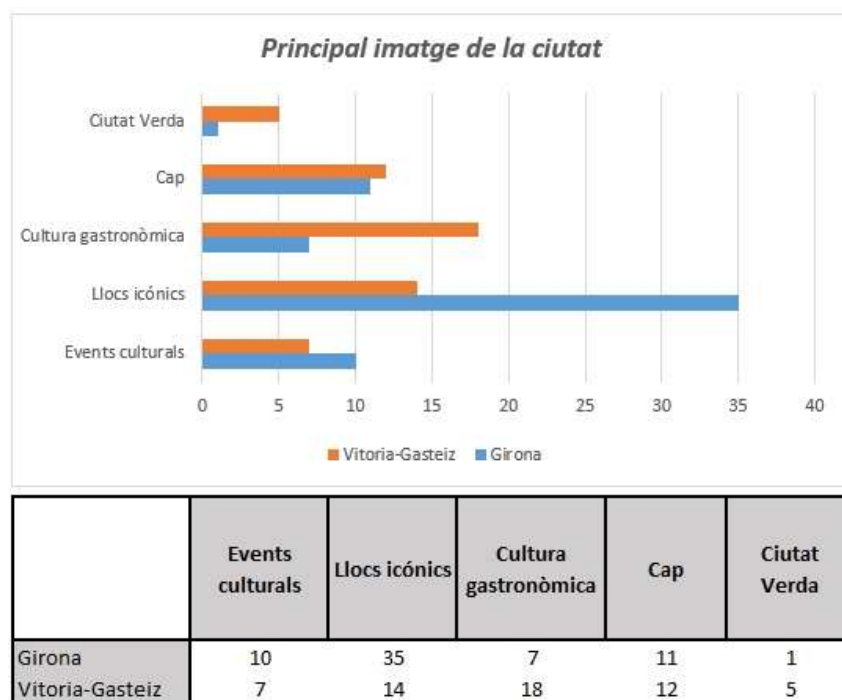


	Cultural Oci	Negocis Congressos	Gastronòmic	Sol i Platja	Natura
Vitoria-Gasteiz	27	8	27	0	1
Girona	30	6	10	9	1

Tal i com ens mostren aquestes dades, les dues ciutats són assenyalades com a destinacions culturals i d'oci, tot i que en el cas de Vitòria-Gasteiz també es relaciona fortament amb el turisme gastronòmic, aspecte per altra banda lògic atenent als esforços que des de les institucions i empreses de restauració de la zona s'està duent a terme per potenciar aquesta activitat, aspecte aquest reconegut amb la menció "Capital Espanyola de la Gastronomia"¹⁷ el passat any 2014. En el cas de Girona, la catalogació que alguns turistes realitzen de la destinació com a ciutat vinculada al turisme de masses s'explica, en gran part, per la seva proximitat a la Costa Brava, aspecte que li permet atreure l'atenció d'aquells visitants interessats en la realització d'excursions culturals en el transcurs de les seves vacances.

Cal assenyalar que un dels principals indicadors a efectes de mesurar la fortlesa del turisme està íntimament relacionat amb les que el turista associa a la destinació, aspecte aquest que, al mateix temps, es relaciona amb les tipologies turístiques desenvolupades a la ciutat. Així, els resultats obtinguts referents a les dues destinacions analitzades són els següents:

¹⁷Font: ABC. Vitòria, elegida Capital Española de la Gastronomía 2014 [En línia] 18.12.2013 <<http://www.abc.es/viajar/restaurantes/20131217/abci-vitoria-capital-gastronomia-201312171325.html>>

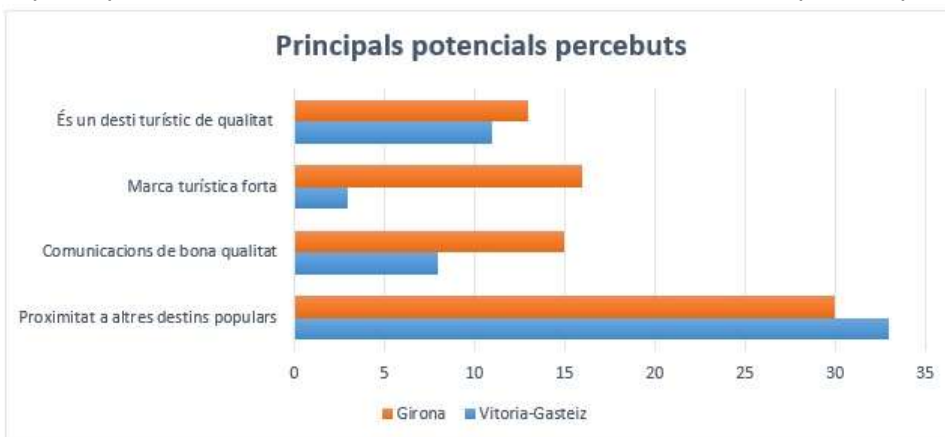


Com podem observar, els turistes relacionen Girona amb els llocs icònics, assenyalant-se en la majoria de les enquestes que les cases del riu Onyar i l'arquitectura del Barri Vell són les imatges que els turistes reben quan pensen en la ciutat, sent també destacada la relació de la ciutat amb els esdeveniments culturals, assenyalant alguns dels enquestats "La Festa de les flors" com a un dels esdeveniments més destacats de tots els quins es celebren a la ciutat.

Quant a Vitòria-Gasteiz, la principal imatge que els turistes perceben de la mateixa es relaciona amb la cultura gastronòmica, seguida de la presència de llocs icònics, assenyalant-se la Catedral de Santa Maria com un dels principals atractius turístics dels quins disposa la ciutat juntament amb l'ametlla medieval. Tanmateix, la imatge majoritària que assenyalen els turistes confirma la bona acollida de la Capitalitat Gastronòmica, al mateix temps que l'escassa vinculació que els visitants realitzen de la ciutat com a destinació verda confirmen les paraules de Ana Lasarte durant l'entrevista mantinguda el passat 28 d'octubre, quan apuntava a l'escassa repercussió de la concessió de l'any "Green Capital" a nivell turístic. Addicionalment, podem afirmar que l'aposta duta a terme pel Ajuntament de la ciutat per la creació de nous productes turístics al voltant de la gastronomia contribuirà a enfortir aquesta percepció manifestada pels turistes, en cercar potenciar aquesta imatge en base a la proximitat de la capital basca a la Rioja Alabesa, àrea molt coneguda per la qualitat i producció vinícola que es desenvolupa a la mateixa.

Tanmateix, sorprèn el gran nombre de respostes que apunten a la falta de relació d'aquestes destinacions amb cap imatge o esdeveniment cultural, aspecte que indica que les polítiques de comunicació i desenvolupament turístic de les dues ciutats analitzades encara han d'apostar pel enfortiment de la marca turística de les mateixes. A tal efecte, les ciutats han d'apostar per la potenciació dels seus principals atractius, fent front alhora a les principals problemàtiques o desavantatges de les mateixes si les comparem amb altres destinacions de l'entorn. Així, les gràfiques que es mostren a continuació indiquen el que consideren els enquestats al respecte:

Tal i com podem observar a les gràfiques, la major part dels enquestats assenyalen el desconeixement de la destinació, juntament amb la debilitat de la seva marca turística, les principals raons per les quals Vitoria-Gasteiz no ha assolit l'èxit en el sector turístic, aspecte aquest que ens torna situar davant de la necessitat de desenvolupar una política de promoció



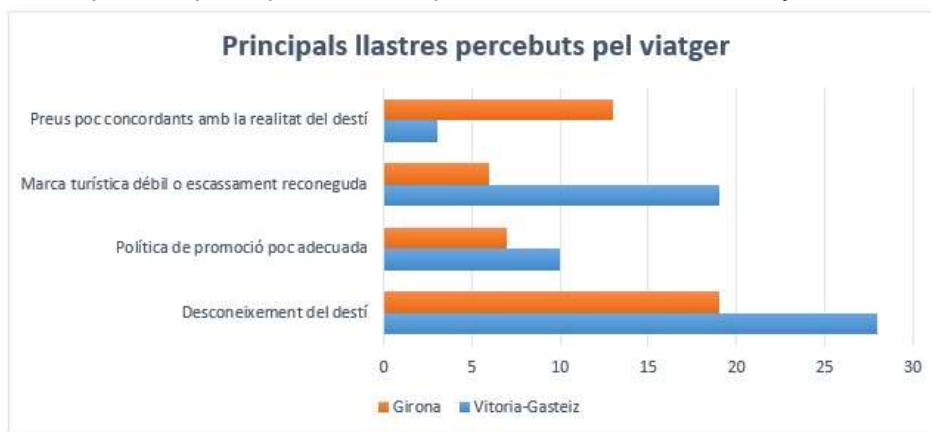
	Proximitat a altres destins populars	Comunicacions de bona qualitat	Marca turística forta	És un destí turístic de qualitat
Vitoria-Gasteiz	33	8	3	11
Girona	30	15	16	13

coherent amb la realitat de l'entorn i amb capacitat per posar en valor tant els principals atractius de la ciutat com del seu entorn, dinamitzant així el territori de forma conjunta.

A favor d'aquesta política és necessari assenyalar la proximitat de la ciutat respecte a altres destinacions molt més desenvolupades turísticament com Bilbao, Pamplona o la Rioja Alabesa, aspecte que és percebut com el principal potencial de la ciutat, seguit a certa distància de la bona qualitat del destí, aspectes aquests que esdevenen fonamentals per tal de procedir a l'aplicació d'un seguit de mesures que permetin contrarestar les principals problemàtiques detectades.

Respecte a Girona, el desconeixement del destí i una política de preus que la major part dels enquestats consideren poc adequada per resultar aquests molt elevats són assenyalats com els principals

problemes als quals ha de fer front, sent la proximitat a altres destinacions el principal factor positiu que s'assenyala, tot i que, i a diferència de Vitoria-Gasteiz, molts dels enquestats consideren que es tracta d'una



	Desconeixement del destí	Política de promoció poc adequada	Marca turística débil o escassament reconeguda	Preus poc concordants amb la realitat del destí
Vitoria-Gasteiz	28	10	19	3
Girona	19	7	6	13

destinació turística de qualitat, amb una marca turística forta i que es veu afavorida per una xarxa de comunicacions de primer ordre, aspectes aquests que, a priori, situen a la capital catalana en una posició de privilegi, en estar ubicada estratègicament a escassa distància de ciutats globals com Barcelona, així com de la Costa Brava i entorns naturals de destacat valor patrimonial,

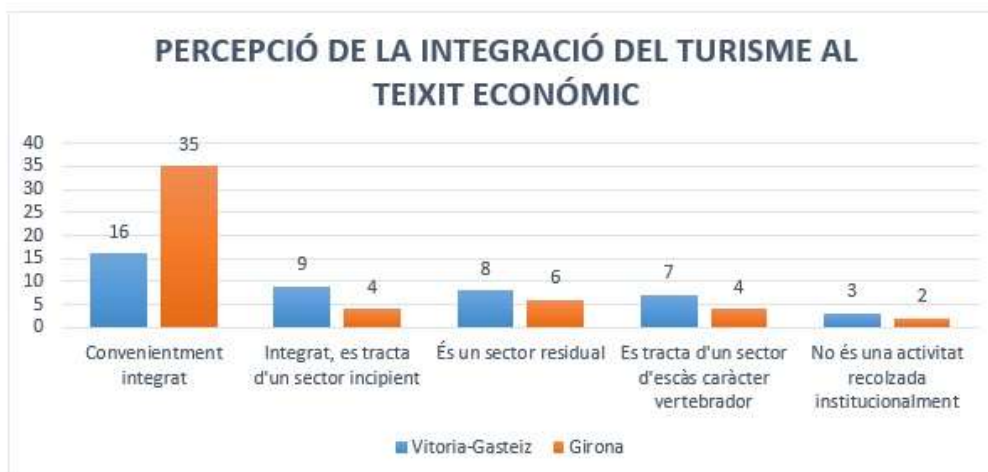
aspectes als quals cal afegir el fet de que Catalunya s'hagi consolidat com la primera destinació turística espanyola¹⁸ durant el passat any 2014.

L'últim punt que hem tractat en aquesta enquesta fa referència a la percepció de la integració del sector turístic el teixit socioeconòmic d'ambdues destinacions, aspecte d'especial importància, tal i com recullen els autors de la Carta Europea del Turisme (1985:2) a les paraules següents:

“Los Estados deberían formular y aplicar políticas que tiendan al desarrollo armonioso de las actividades nacionales e internacionales de turismo y de tiempo libre, para beneficio de todos los que participan en ellas”

Un bon nivell d'integració de l'activitat turística esdevé fonamental per tal de garantir el correcte desenvolupament de la resta de sectors que conformen el teixit econòmic de la destinació, així com un element de destacada importància en matèria de promoció cultural. No cal oblidar que el turisme ha d'exercir d'element vertebrador de les destinacions, aspecte pel qual resulta especialment convenient a efectes d'evitar els problemes que pot produir en el territori aquesta activitat en el cas de que no existeixi una política de promoció adequada.

Quant a les destinacions analitzades, les consideracions extremes de les respostes dels enquestats són les que es mostren en el gràfic següent:



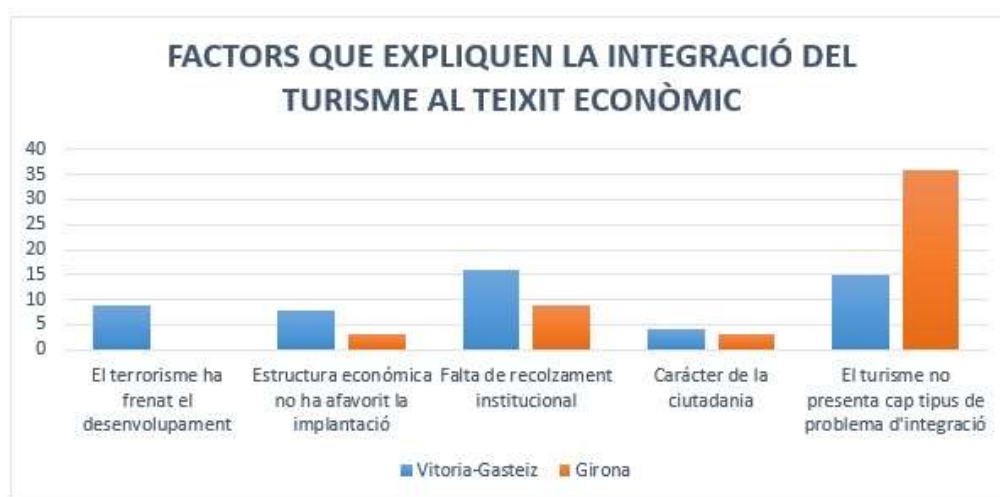
	Convenientment integrat	Integrat, es tracta d'un sector incipient	És un sector residual	Es tracta d'un sector d'escàs caràcter vertebrador	No és una activitat recolzada institucionalment
Vitoria-Gasteiz	16	9	8	7	3
Girona	35	4	6	4	2

La majoria dels enquestats considera que la integració de l'activitat turística a la ciutat de Girona és convenient, superant, en tots els casos, a la resta d'opcions disponibles. Així, sobre un total de 51 respostes a aquesta pregunta, només el 23,52% dels enquestats consideren que es tracta d'un sector residual, sense capacitat vertebradora o escassament recolzat a nivell institucional. Quant a Vitòria, si avaluem les 43 respostes obtingudes per a aquesta qüestió, el 41,86% dels enquestats creu que el turisme és un sector residual, amb escassa capacitat vertebradora i poc recolzada institucionalment, sent aquesta dada superior a la de la capital de Gironès tot i que, al igual que succeeix amb aquesta, són majoria els enquestats que afirmen que la integració del

¹⁸Font: Viaempresa.cat. *Potència turística però amb deures pendents [En línia] 03.02.2015 < <http://www.viaempresa.cat/ca/notices/2015/02/potencia-turistica-pero-amb-deures-pendents-10675.php>*

sector en el teixit és convenient, encara que s'apunta a la novetat de l'activitat a la destinació en molts casos.

Continuant amb aquesta anàlisi, el següent i darrer gràfic que analitzarem explica, a ulls dels enquestats, els factors que han derivat en l'actual situació turística a les destinacions, sent els resultats obtinguts els següents:



	El terrorisme ha frenat el desenvolupament	Estructura econòmica no ha afavorit la implantació	Falta de recolzament institucional	Caràcter de la ciutadania	El turisme no presenta cap tipus de problema d'integració
Vitoria-Gasteiz	9	8	16	4	15
Girona	0	3	9	3	36

Atenent als resultats obtinguts, els principals problemes als que la capital basca ha hagut de fer front són la falta de recolzament institucional que ha rebut el sector, aspecte que, podem afirmar, es correspon amb la realitat de la destinació si tenim en compte les paraules d'Ana Lasarte, qui va assenyalar la feblesa de l'aposta desenvolupada per aquest sector des de l'Ajuntament entre els anys 1979 i 1999, així com la desigualtat existent en matèria d'inversió turística entre les diferents destinacions que componen el País Basc. D'igual manera, cal assenyalar altres paràmetres relacionats amb el teixit socioeconòmic de la ciutat, amb el llastre que va suposar l'activitat terrorista de la banda ETA pel desenvolupament turístic d'una ciutat que, a més, disposa d'un marcat caràcter industrial. D'igual manera, i si bé aquest factor no és percebut com majoritari per part dels enquestats, el caràcter de la ciutadania no ha afavorit el desenvolupament turístic de la destinació, donat el seu conservadorisme en el moment d'enfrontar la realització d'inversions que comporten un canvi en els hàbits de vida dels residents a la ciutat.

Quant a Girona, cal assenyalar que per a la gran majoria dels enquestats el sector turístic no presenta absolutament cap problema d'integració a la ciutat, sent la segona percepció més estesa, tot i que a molta distància de la primera, que es tracta d'un sector escassament recolzat a nivell institucional, aspecte aquest que es pot explicar per la gran tradició de la Costa Brava en el sector turístic, portant als turistes a percebre que la ciutat de Girona es situa en un segon pla en aquesta matèria en comparació amb la destinació turística més reconeguda de la província.

Amb tot, podem extreure que els resultats obtinguts amb la realització de les enquestes ens porten al punt inicial de la investigació, amb dues destinacions que presenten un gran nombre de similituds però amb una situació respecte al sector turístic completament diferenciada, aspecte aquest molt relacionat amb les polítiques de desenvolupament aplicades pel sector des dels principals agents d'ambdues destinacions, així com per una superior tradició de Catalunya en el món turístic si es compara amb el País Basc.

CINQUENA PART. Síntesi

Resultats i conclusions

Els resultats obtinguts en aquesta recerca posen de manifest la capacitat del sector turístic per exercir d'eix vertebrador entre els teixits presents a les destinacions, sent necessari a tal efecte el desenvolupament d'una aposta destinada a enfortir la col·laboració entre els sectors públic i privat, els quals han de treballar conjuntament per garantir l'acompliment dels objectius establerts pel desenvolupament de l'activitat turística en funció del grau de desenvolupament que es vulgui assolir.

En l'actualitat, cal assenyalar que el paper que el turisme juga en l'economia espanyola és especialment rellevant, sent durant el passat any 2014 el tercer país més visitat del món i el segon en quant a despesa turística¹⁹. Així, és especialment important assenyalar el paper de Catalunya en el sector, tradicionalment molt destacat i que durant el primer semestre del 2015 ha liderat l'arribada de turistes internacionals al conjunt d'Espanya²⁰ gràcies en gran part a disposar d'una oferta turística molt variada i amb capacitat per atreure turistes amb interessos molt diversos, destacant especialment l'atractiu que ciutats com Barcelona o nuclis com la Costa Brava generen, contribuint-hi tant les pròpies característiques de les destinacions com la forta aposta que les institucions públiques i privades catalanes han desenvolupat històricament per consolidar l'activitat turística del territori.

Per la seva banda, Euskadi ha viscut des de la fi de la violència d'ETA un increment relatiu a l'arribada de turistes al territori, havent representat aquest sector segons les dades del passat any 2014 el 5,8% del PIB total²¹. Tanmateix, cal assenyalar que l'activitat turística en aquest territori ha estat tradicionalment important en alguns dels seus nuclis, destacant especialment la fortalesa de la Costa Basca i de la ciutat de Donostia-Sant Sebastià pel sector, la qual ha destacat tradicionalment gràcies a una oferta turística molt variada i amb capacitat d'atreure a un ampli espectre de turistes, veient-se únicament il·lustrada per un nivell de preus que l'allunyen de les possibilitats de nombrosos consumidors. Quant a la resta del territori, cal assenyalar la gran tradició industrial del mateix, aspecte aquest que, juntament amb una dèbil aposta en matèria turística ha il·lustrat el desenvolupament d'aquesta activitat, actualment cada cop més reconeguda en destinacions com Bilbao a partir de la reconversió de la ciutat o Vitòria-Gasteiz gràcies als canvis introduïts en matèria de promoció turística des de les seves principals institucions.

Aquests fets s'han vist reflectits directament al llarg del desenvolupament de l'anàlisi de les destinacions de Girona i Vitòria-Gasteiz, les quals presenten un seguit de similituds i diferències directament relacionades amb la influència que les polítiques encarregades de la gestió socioeconòmica i cultural dels territoris han generat respecte a la importància de cadascun dels sectors a les mateixes. En tot cas, les característiques físiques i demogràfiques de les dues destinacions han estat un factor clau en el desenvolupament turístic experimentat per ambdues destinacions, aspecte aquest que ha fet de les mateixes destinacions idònies per aquells turistes que aposten pel turisme de proximitat o les estades de curta durada, així com d'aquells que prioritzen viure una experiència turística pertanyent a una tipologia concreta per davant de la destinació en la que es desenvolupa.

Les dades recollides al llarg de la investigació, amb les quals hem pogut configurar l'escenari actual per a cadascuna de les destinacions protagonistes de la mateixa, deixen molt clar l'impacte que la política turística duta des de les institucions públiques i privades contribueix a la creació d'una destinació turística de qualitat en base a l'aprofitament dels recursos dels quals aquesta

¹⁹Font: Diari La Vanguardia "Los países más visitados del mundo" [En línia] 05.07.2015 <<http://www.lavanguardia.com/viajes/20150705/54433213733/paises-mas-visitados-mundo.html>>

²⁰Font: Diari El País "Catalunya ha recibido más de 74.000 turistas al día durante el mes de julio" [En línia] 05.07.2015 <http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/08/21/catalunya/1440152417_073976.html>

²¹Font: Diari El Mundo. "La industria turística en Euskadi representa ya el 5,8% del PIB con un impacto de 3.800 millones" [En línia] 13.12.2015 <<http://www.elmundo.es/pais-vasco/2015/01/23/54c22f0ae2704e1d618b457d.html>>

disposa i a l'aposta per a la creació de nous nínxols de mercat. És precisament en aquest punt en el quin la ciutat de Girona demostra anar un pas per davant en matèria turística, donada la col·laboració i participació de les institucions públiques més importants de la mateixa (a saber, Ajuntament i Diputació) amb entitats de capital Públic-Privat com el "Patronat de Turisme Costa Brava – Pirineu de Girona" o les fundacions encarregades de la gestió del Palau de Congressos de la ciutat o de "Fira Girona", totes elles de vital importància a efectes de diversificar l'oferta turística existent, però també per posar en valor el patrimoni cultural amb el qual la majoria dels consumidors turístics associen la ciutat, contribuint notablement a que la difusió turística de la mateixa sigui més efectiva.

Quant a Vitòria-Gasteiz, cal assenyalar l'aposta desenvolupada des de les seves institucions a efectes de que la capital basca esdevingui una destinació turística competitiva, apostant per l'enfortiment dels principals atractius naturals i culturals del municipi amb l'objectiu de crear una marca turística forta que contribueixi a la transmissió d'una identitat diferenciada. Així, a la tradicional potenciació del turisme de congressos, cal afegir la posada en marxa de noves polítiques que cerquen introduir noves modalitats turístiques a la ciutat que aposten per la posada en valor del teixit socioeconòmic i cultural de la ciutat en el seu conjunt, tal i com demostren apostes com la desenvolupada pel turisme de natura o el turisme gastronòmic, associant cada cop més turistes la capital basca amb aquesta darrera modalitat.

L'anàlisi **DAFO** que visualitzem a continuació recull els principals punts positius i negatius detectats en aquest estudi i que, afecten de forma directa a cadascuna de les destinacions protagonistes, les quals s'extreuen dels resultats obtinguts en les fases de recerca desenvolupades amb anterioritat.

Vitòria-Gasteiz

DEBILITATS	FORTALESES
<ul style="list-style-type: none"> • Malgrat els esforços desenvolupats al llarg dels darrers anys, la ciutat presenta una marca turística dèbil, aspecte aquest que es tradueix en un poder d'atracció reduït entre els turistes potencials • L'escàs coneixement de la ciutat respecte a les veïnes Bilbao o Donostia dificulten la difusió turística d'una ciutat que a hores d'ara continua sent una gran desconeguda en el sector, derivant aquest fet en la pèrdua de visitants potencials. • El fet de que l'activitat turística continuï sense estar consolidada a hores d'ara dificulta notablement la implantació de noves modalitats turístiques, així com l'aposta per la millora de les infraestructures existents per part del sector privat. • La climatologia, caracteritzada per les pluges i les baixes temperatures, pot condicionar l'elecció de la destinació a les èpoques més fredes. • La manca de comunicacions aèries directes dificulta la difusió turística de la ciutat, la qual depèn de l'aeroport de Loiu (Bizkaia) per a la realització de transports aeris. • La falta d'una oferta cultural diversificada i amb capacitat per satisfer necessitats de 	<ul style="list-style-type: none"> • El bon estat de conservació del Patrimoni cultural de la ciutat, així com les seves particularitats, doten a la destinació d'un caràcter diferencial respecte a les seves competidores més immediates. • El patrimoni natural de la destinació, amb nombrosos pulmons verds que configuren un anell que la rodeja, així com la proximitat de la mateixa a indrets de gran valor natural situen a la capital basca en una posició de privilegi a efectes de captar turistes interessats en practicar més d'una modalitat turística. • La cultura gastronòmica del nord destaca especialment a Vitòria per la seva tradició, aspecte pel qual cada cop més veus associen la destinació amb el turisme gastronòmic. • El reconeixement de la ciutat en el sector congressual contribueix tant a la consolidació del turisme a la destinació, així com a la introducció de noves modalitats turístiques. • La ubicació estratègica de la destinació en el nord d'Espanya facilita l'arribada de turistes de nombroses procedències a la mateixa, aspecte que també afavoreix la bona qualitat de les infraestructures existents.

<p>tota mena dificulta la consolidació de Vitòria-Gasteiz com a destinació turística, en restar aquest fet atractius que permetrien atreure a un perfil de turistes més nombrós.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La comoditat de la destinació, així com la gran facilitat per visitar els punts d'interès de la mateixa gràcies a les seves característiques físiques i a la bona qualitat dels transports existents milloren notablement l'experiència turística dels visitants.
--	---

AMENACES	OPORTUNITATS
<ul style="list-style-type: none"> • L'escassa eficàcia de les polítiques de promoció turística desenvolupades al llarg dels darrers anys han compromès el desenvolupament turístic de Vitòria-Gasteiz gràcies a no disposar d'una marca turística potent i reconeguda. • L'escàs interès que la ciutat genera entre els turistes dificulta la consolidació de la mateixa com a destinació turística. • El nivell de preus de la destinació pot allunyar encara més a un turista que desconeix els principals atractius que la ciutat de Vitòria-Gasteiz ofereix als seus visitants. • L'escassa oferta comercial i d'oci present a la ciutat condiona tant l'arribada de nous turistes com l'experiència d'aquells que visiten la destinació, en limitar aquest fet les activitats a desenvolupar a la destinació. • La hostilitat dels residents de la ciutat respecte a l'arribada de nous sectors econòmics diferents als tradicionals a la ciutat dificulta la implantació d'una activitat que, com la turística, requereix de la realització d'un esforç de la totalitat d'agents del territori a efectes de que l'activitat desenvolupada resulti competitiva. • El creixement del turisme en el País Basc, juntament amb la consolidació d'algunes localitats importants com a destinacions turístiques, pot deixar sense opcions a Vitòria en el cas de desenvolupar una política turística poc adaptada a la realitat de l'entorn i que no aposti per la difusió i preservació de la cultura i identitat locals. • L'associació que a hores d'ara realitzen part dels consumidors del País Basc amb el terrorisme perjudica el desenvolupament turístic de ciutats com Vitòria, perjudicades per l'associació realitzada amb la violència i inseguretat. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ciutat resulta atractiva per a aquells turistes que la visiten, aspecte que facilita tant la fidelització com la captació de nous visitants. • En relació amb l'anterior, les infraestructures terrestres existents (tren, autopistes...) faciliten, juntament amb la ubicació estratègica de la quina disposa Vitòria-Gasteiz, l'arribada de turistes provinents d'un ampli ventall de localitats. • L'aposta per la promoció del País Basc com a destinació turística integral permet a la ciutat adaptar-se a la demanda dels consumidors turístics tractant d'oferir aquelles modalitats turístiques més demandades pels consumidors en base als recursos dels quals disposa. • L'aposta recent per millorar l'activitat congressual amb la reforma de les principals infraestructures de la ciutat pot contribuir a la millora de la ciutat com a destinació turística de forma global, en base a les mancances que els assistents als congressos puguin detectar. • La fortalesa d'esdeveniments culturals com les Festes en honor a la Verge Blanca o el AZKENA Rock Festival, celebrades durant el mes d'agost, poden col·laborar a impulsar la imatge de marca de la ciutat, així com la diversificació de l'oferta turística de la mateixa prenent com a base els principals trets diferencials de la mateixa. • L'interès del turista per les estades de curta durada afavoreix el posicionament de destinacions que, com Vitòria, són senzilles i ràpides de visitar i estan ubicades estratègicament. • L'augment de l'activitat turística en el País Basc arran del final de la violència terrorista esdevé una oportunitat per Vitòria a efectes d'assolir una posició destacada entre la totalitat de modalitats turístiques del País Basc.

Tal i com podem veure, la capital basca és una ciutat amb un gran potencial turístic gràcies a aspectes com ara la seva cultura gastronòmica, el seu patrimoni, les bones comunicacions existents o l'atractiu del que disposen els territoris que la rodegen, aspectes aquests que, juntament amb una bona política de comunicacions, permeten al visitant plantejar-se la realització d'un viatge amb el quin conèixer una part important de la zona nord d'Espanya prenent la capital basca com a punt de partida. Tanmateix, i per tal de que aquest escenari sigui més

freqüent, els sectors públic i privat que influeixen de forma directa en la capital alabesa han d'enfrontar un seguit de problemàtiques per tal de disposar d'una destinació més competitiva i capaç d'adaptar-se a la realitat de l'entorn, aspectes aquests clau per consolidar l'activitat turística en el teixit socioeconòmic de la destinació i per fer que aquesta derivi en efectes positius de la seva implantació. Així, les principals accions a desenvolupar són les següents:

- Transformar la feble marca turística apostant a tal efecte per la gastronomia, la cultura i la natura, per tal de disposar d'una marca turística concordant amb la realitat de la destinació i amb capacitat per transmetre al turista la realitat de la mateixa.
- Aprofundir en l'aposta per les sinergies amb la resta de ciutats existents en l'entorn, amb l'objectiu d'aprofundir en la complementaritat de l'oferta turística per tal de que Vitòria-Gasteiz pugui augmentar la seva competitivitat com a destinació.
- Establir un eix de col·laboració entre les institucions públiques i privades relacionades directa o indirectament amb el sector turístic, a efectes de que sigui possible desenvolupar un seguit de línies d'actuació que permetin aprofundir en la millora del posicionament de l'activitat turística en el territori.
- Millorar la integració existent entre el sector turístic i el teixit socioeconòmic del territori a efectes de que el primer pugui generar un seguit de beneficis que siguin identificables amb facilitat en el segon.

Girona

DEBILITATS	FORTALESES
<ul style="list-style-type: none"> • El fet de que Girona sigui una ciutat compacta que concentra la major part dels seus atractius en un sol punt pot arribar a dificultar el desenvolupament turístic d'una ciutat que, en molts casos, és visitada de forma breu en el transcurs d'una ruta. • Les dades recollides per l'oficina de turisme de la capital del Gironès evidencien una excessiva dependència del turista procedent d'altres punts de Catalunya, corresponent el 73% de les consultes realitzades a aquest perfil. • La consolidació de Girona com a destinació turística cultural pot perjudicar l'entrada de noves modalitats a la ciutat, donada l'associació quasi bé exclusiva que els turistes realitzen d'aquesta destinació amb els llocs icònics més representatius de la mateixa. • El posicionament que Girona ha assolit dins de Catalunya, territori aquest de gran tradició turística, no és comparable amb la magnitud assolida per altres destinacions, tal i com són la Costa Brava, la Vall d'Aran o la ciutat de Barcelona, entre d'altres, aspecte que se'n deriva en que la visita a la ciutat es faci, en la major part de casos, en el transcurs d'una ruta turística. • La dependència manifesta de Girona respecte a altres destinacions de proximitat pot condicionar tant l'evolució turística com els resultats obtinguts per la destinació al final del període, aspecte 	<ul style="list-style-type: none"> • La capital del Gironès disposa d'una marca turística molt reconeguda i íntimament associada a la seva realitat com a destinació cultural, aspecte que facilita notablement el desenvolupament de l'activitat turística. • La ciutat de Girona disposa d'un gran nombre de llocs icònics que fan de la mateixa una destinació turística ideal • L'oferta turística està molt diversificada i ofereix un destacable nivell de qualitat, aspecte gràcies al qual resulta possible atreure turistes de tota mena. • La proximitat de la destinació de nuclis turístics reconeguts, tal i com són la ciutat de Barcelona o la Costa Brava, permet atreure un nombre significatiu de visitants, aspecte que enforteix el posicionament de Girona com a destinació turística. • L'aposta duta a terme des de les institucions públiques a efectes d'impulsar el turisme, així com la col·laboració constant entre els sectors públic i privat, han permès integrar convenientment l'activitat turística en el municipi. • El nivell de comunicacions de la ciutat, així com les infraestructures pel transport són excel·lents, sent possible accedir a la mateixa amb transport terrestre (tren i vehicle) i aeri. • La forta identitat de la que disposa Girona ha beneficiat la consolidació de la mateixa

que situa al sector turístic en una situació de feblesa respecte a altres destinacions.	en el mercat turístic, facilitant tant la difusió com la fidelització dels consumidors turístics amb la destinació.
---	---

AMENACES	OPORTUNITATS
<ul style="list-style-type: none"> • La proximitat de la ciutat a un nucli turístic de sol i platja com és la Costa Brava pot perjudicar el desenvolupament turístic de la ciutat en atreure a una tipologia de turista d'escassa qualitat. • En relació amb l'anterior, la proximitat a aquests nuclis pot esdevenir igualment perjudicial en el cas d'adoptar una política turística errònia que contribueixi a la massificació i deteriorament de la destinació. • L'aprofitament dels fluxos turístics propers pot comportar l'aparició de problemes identitaris a la ciutat, amb la pèrdua d'identitat i caràcter dels principals nuclis de la mateixa en el cas de que s'aposti per adequar l'oferta als gustos dels turistes que visiten la ciutat, deixant de banda els factors culturals de la mateixa. • L'alt nivell de preus existent a la ciutat pot perjudicar el desenvolupament de Girona com a destinació turística en el cas de que els turistes no trobin un fet diferencial que, segons el seu punt de vista, justifiqui aquest punt. • L'associació de la ciutat de Girona amb el patrimoni pot perjudicar el seu posicionament en el mercat turístic en el cas de que la gestió del mateix no sigui l'adequada, perjudicant així a la qualitat de l'entorn. 	<ul style="list-style-type: none"> • La ubicació estratègica de Girona facilita la posada en marxa de noves activitats destinades a complimentar l'oferta existent en l'entorn, aspecte que permet millorar la competitivitat de la destinació. • L'aposta per la gestió turística compartida mitjançant la creació de fundacions de capital públic-privat encarregades de la gestió de determinades àrees pot proporcionar una superior adaptabilitat als canvis, aspecte que es tradueix en una destinació més competitiva. • L'interès del turista de proximitat per la destinació, juntament amb la popularitat de les estades de curta durada, ofereix a Girona la possibilitat d'assolir una posició de privilegi i especialització en aquesta i la resta de modalitats relacionades. • L'establiment de vincles per a la gestió turística compartida, juntament amb l'interès pel turisme de proximitat, poden contribuir a l'establiment de fluxos turístics amb els que diversificar l'oferta de la destinació atenent als recursos disponibles. • La proximitat a nuclis de destacada activitat turística afavoreix el desenvolupament d'activitats com la congressual, la qual és, tal i com demostren les dades, cada cop més important.

La principal conclusió que podem establir és que estem davant d'una ciutat que ha vist com l'aposta desenvolupada pel turisme ha anat consolidant-se amb el pas del temps, apostant per diversificar l'oferta existent prenent com a base els recursos propis que han contribuït a dotar a la capital del Gironès d'una imatge turística marcada per una forta identitat i que destaca per la seva fortalesa. Amb tot, i si bé la situació de la ciutat respecte a les seves competidores destaca positivament, es detecten un seguit de problemàtiques que haurien de ser sotmeses a revisió, sent les accions que es proposen per tal de resoldre-les les següents:

- Potenciar la capacitat de Girona com a destinació turística prenent com a base els seus recursos i la diversitat de la seva oferta, a efectes de trencar la manifesta dependència de la destinació respecte les quines rodegen el seu entorn.
- En relació amb l'anterior, enfortir el posicionament de Girona dins de la marca turística Catalunya, a efectes de que aquesta esdevingui una destinació turística de primer ordre a curt termini.
- Realitzar un seguiment de l'impacte que l'activitat turística genera en els nuclis més visitats de la ciutat, a efectes de minimitzar les possibles problemàtiques que se'n puguin derivar de la pràctica d'aquesta activitat.
- Aprofundir en les polítiques turístiques bassades en la complementarietat i en la generació de fluxos per tal de dotar a la ciutat de Girona d'un alt nivell d'especialització que permeti potenciar el seu posicionament en el mercat turístic català.

Hipòtesis inicials envers els resultats obtinguts

El plantejament de les hipòtesis esmentades en el començament de l'anàlisi d'aquest estudi passava per aprofundir en alguns dels conceptes tractats a les diferents assignatures que componen els estudis de turisme, analitzant la seva idoneïtat en base a l'anàlisi de la situació del sector turístic en dues destinacions que presenten tant similituds com diferències significatives. Així, un cop la recerca ha finalitzat, disposem d'un seguit de dades amb les que corroborar o rebutjar les hipòtesis plantejades, les quals procedirem a analitzar a continuació:

- 1. El turisme ha de contribuir a enfortir la cultura i tradicions locals.** Les dades obtingudes al llarg de la realització de la recerca ens situen davant de dues destinacions que tenen en el seu patrimoni cultural (tangibles i intangibles) el seu principal atractiu, destacant la popularitat d'esdeveniments com les festes en honor a la Verge Blanca celebrades a la capital basca o el festival "Girona, temps de flors" de la ciutat catalana, molt arrelat entre la població i que amb el pas del temps ha demostrat la seva popularitat entre els turistes. Addicionalment, i en el cas de la ciutat basca, no podem deixar d'esmentar el paper que el turisme gastronòmic juga en l'actualitat, aspecte aquest de vital importància en contribuir a donar visibilitat a la destinació en base a un dels pilars de la seva cultura.

És igualment necessari assenyalar el paper que juga la cultura en ambdues destinacions des del punt de vista arquitectònic, en centrar-se la major part dels atractius en un casc històric que resulta molt atractiu pels visitants d'ambdues destinacions, en concentrar a hores d'ara gran part de l'activitat que es desenvolupa a les mateixes.

Amb tot, és necessari assenyalar que, per tal de que aquest factor es compleixi, cal disposar d'una marca turística forta i convenientment vinculada amb el sector cultural en el seu conjunt, aspecte aquest en el qual la ciutat catalana es situa a hores d'ara per davant de la seva homòloga basca, gràcies a tractar-se d'una destinació turística que ha aconseguit fer de la seva història la seva imatge, gràcies a la creació d'una marca turística potent en base a la utilització del seu patrimoni.

Un cop realitzades aquestes consideracions, i atenent a les dades recollides al llarg de la fase de recerca, podem concloure que aquesta hipòtesi ha estat validada.

- 2. Apostar per la gestió turística conjunta genera més oportunitats.** La gestió turística dels territoris resulta especialment complexa per a les administracions públiques, les quals gestionen, dissenyen i impulsen el model turístic que cerca per a les seves destinacions a efectes de que aquest esdevingui competitiu. Tanmateix, la necessitat d'assolir un elevat nivell d'eficiència en la gestió a efectes de que la pràctica turística a la destinació sigui capaç de generar beneficis per si mateixa, és necessari disposar d'una marca turística forta i amb capacitat per atreure l'atenció d'un gran nombre de consumidors, aspecte pel qual la gestió turística conjunta pot esdevenir una bona solució, en tractar-se d'un mecanisme que permet posicionar la nostra destinació de forma favorable respecte als recursos que pot oferir del total de destinacions que componen un àrea concreta.

Tal i com hem pogut veure al llarg d'aquesta investigació, la ciutat de Girona deu, en gran part, el seu èxit en el mercat turístic a la gestió turística conjunta, gràcies a la qual ha estat possible donar visibilitat a una destinació que, tot i estar situada a escassa distància de nuclis turístics de sol i platja de destacada importància, va esdevenir una destinació turística per si mateixa al moment en el qual les institucions locals van apostar per la seva promoció, col·laborant a la vegada amb les administracions regionals i autonòmiques, així com amb el teixit empresarial local a efectes de situar la ciutat en un lloc específic dins del còmput total de destinacions turístiques existents en l'àrea, tenint com a resultat aquests fets un superior interès dels turistes que visiten la zona per la destinació, així com la posada en marxa de noves activitats econòmiques relacionades directa o indirectament amb el turisme.

En el cas de Vitòria-Gasteiz, ens trobem davant d'una ciutat que a hores d'ara continua tenint un gran nombre de reptes que enfrontar a efectes de consolidar-se en el mercat turístic, tot i

disposar en l'activitat congressual una bona base sobre la qual treballar, sent les circumstàncies actuals especialment favorables atenent al cada cop superior impacte que el turisme genera en l'economia del País Basc.

Amb tot, i en el cas de Vitòria-Gasteiz, podem assenyalar els beneficis que genera per a la ciutat l'aposta del Govern Basc per apostar per la gestió turística conjunta del territori, en permetre a la ciutat formar part d'un projecte amb marques turístiques reconegudes com Donostia, així com explotar alguns dels seus principals elements com ara la riquesa gastronòmica, aspecte aquest especialment valorat pels turistes tal i com demostren les xifres de visitants obtingudes durant els períodes de vigència d'esdeveniments relacionats amb la gastronomia amb la ciutat, els quals han atorgat a la mateixa valor afegit respecte a altres destinacions de proximitat.

Podem afirmar, doncs, que aquesta hipòtesi ha estat validada atenent a les dades de les quines disposem.

- 3. El sector turístic pot impulsar el desenvolupament econòmic dels territoris en el seu conjunt.** La definició del turisme assenyala a aquesta activitat com a idònia a efectes de cohesionar el territori, complimentant la resta d'agents que componen els teixits econòmic i social de la mateixa cohesionant al mateix temps els teixits econòmic, social i cultural de les destinacions. Aquesta definició, que se suposa que hauria de definir el desenvolupament que les activitats turístiques haurien de seguir, no es correspon en molts casos amb la realitat d'una destinació que veu en el turisme una activitat econòmica addicional, deixant de banda les capacitats de la mateixa per tal de garantir el desenvolupament socioeconòmic i cultural del territori.

En el cas de les ciutats analitzades, resulta especialment notòria l'escassa atenció que, més enllà de l'activitat congressual, ha rebut l'activitat turística per part de l'Ajuntament de Vitòria-Gasteiz així com del teixit social de la destinació, convençuda de que aquesta activitat no contribuiria al desenvolupament de la ciutat en cap aspecte. Amb tot, i si bé en l'actualitat el tracte que aquesta activitat rep és molt diferent i genera beneficis, resulta complicat avaluar si aquest impacte es tradueix en una millora global de la mateixa respecte a la totalitat de teixits, aspecte aquest que confirma la percepció majoritària assenyalada a les enquestes sobre l'escassa integració del turisme a la capital basca.

Quant a Girona, la seva transformació en destinació turística ha afavorit el posicionament global de la província en el competit mercat turístic, en donar visibilitat a un ventall d'opcions més ampli del que inicialment molts turistes potencials podrien esperar. Tanmateix, i si bé l'objectiu principal ha estat assolir una posició competitiva en base a la diversificació de l'oferta per tal de disposar d'una destinació atractiva per a un major nombre de perfils, s'ha detectat la presència de problemàtiques com la massificació d'algunes de les destinacions de la província que, segons s'apunta en algunes de les enquestes, ha acabat per afectar a la ciutat de Girona, amb una promoció excessiva del seu centre històric que, segons sembla, pot acabar devaluant la seva qualitat donada la pèrdua d'identitat que pot acabar patint.

Aquests fets, juntament amb la necessitat de continuar aprofundint en la investigació, dificulten la validació d'aquesta hipòtesi, la qual considerem inconclusa atenent a les informacions en base a les quals s'ha treballat.

- 4. Una política adequada en matèria d'inversions i gestió de les infraestructures pot comportar beneficis pel sector turístic.** Disposar d'infraestructures adaptades a la realitat de l'entorn així com treballar en l'evolució de les mateixes esdevé fonamental a efectes d'assolir una posició competitiva a nivell global, sent en tots els casos necessari disposar d'una xarxa de comunicacions de qualitat per tal de facilitar el desenvolupament d'una àrea en concret. Quant al sector turístic, a la presència d'una xarxa de comunicacions de qualitat cal afegir-hi altres paràmetres com una oferta hotelera amb capacitat per donar resposta a les demandes dels consumidors turístics, un entorn interessant i convenientment conservat que aposti per l'evolució per adaptar-se als nous temps sense deixar de banda les característiques més destacables del mateix o la presència d'infraestructures clau per a la

integració de l'activitat turística amb l'entorn com ara equipaments congressuals o orientats a l'organització d'esdeveniments, entre d'altres.

Un cop analitzades les dades obtingudes, podem veure com Vitòria-Gasteiz ha mantingut una mínima activitat turística gràcies a les infraestructures de les que disposa, aspecte aquest vital pel manteniment d'una activitat congressual destacada a la ciutat, la qual es vol continuar potenciant en base a la profunda renovació desenvolupada en el Palau de Congressos Europa, principal instal·lació d'aquesta tipologia a la ciutat. D'igual manera, cal assenyalar les bones comunicacions amb les ciutats de l'entorn, tradicionalment molt explotades des del sector industrial present a la ciutat i gràcies a les quals el sector turístic ha vist una oportunitat per atreure l'atenció d'aquells que visiten la regió de forma senzilla i efectiva, segons sembla atenent a les dades de procedència dels turistes i a les recollides a les enquestes, el sector turístic ha aconseguit beneficiar-se en l'actualitat.

La situació de Girona és similar a la de Vitòria, donat que disposa d'un bon nivell de comunicacions que facilita els desplaçaments entre la ciutat i altres punts considerats turístics de la província, destacant addicionalment l'aposta per la construcció d'equipaments com el Palau de Congressos o Fira Girona que han contribuït a diversificar l'oferta turística. Tanmateix, és en les bones comunicacions existents on cal cercar l'ascens de la popularitat de Girona com a destinació turística, en posar aquestes a l'abast d'un ampli espectre de turistes la possibilitat de visitar una nova destinació en el transcurs d'un viatge de vacances, tal i com demostren les dades recollides a les enquestes, així com les gràfiques de visitants proporcionades des de l'oficina de turisme de la destinació.

Prenent en compte aquestes consideracions, així com les dificultats a les quals s'enfronten els territoris amb pitjors comunicacions i infraestructures deficientes per consolidar-se en un sector turístic que cada cop aposta més per la qualitat, podem donar aquesta hipòtesi per validada.

- 5. La consolidació de la pràctica turística obre la porta a explorar nous potencials.** Tal i com hem pogut veure al llarg del desenvolupament d'aquest estudi, la tipologia de la investigació duta a terme s'ha centrat en comparar l'evolució que dues destinacions amb un gran nombre de punts en comú han experimentat al llarg dels darrers anys per avaluar posteriorment possibles factors que motivin l'existència de diferències respecte a l'evolució turística. Aquest fet, si bé ha permès esbrinar nombroses de les causes que deriven cap aquesta problemàtica, no s'ha endinsat en cadascuna de les destinacions per tal d'analitzar el teixit socioeconòmic de les mateixes en la seva totalitat, aspecte pel qual cal rebutjar aquesta hipòtesi.

Aportacions de la recerca

L'elecció de les destinacions de Vitòria-Gasteiz i Girona pel desenvolupament d'aquest projecte no ha estat casual, donades les similituds i diferències entre ambdues ciutats de mida mitjana que presenten quan s'estableix una comparativa directa entre les mateixes. Aquest fet es posa de manifest quan s'analitza el pes del sector turístic en una i altra destinació, donat que, si bé no es tracta de localitats que visquin d'aquesta activitat econòmica, el fet de que la capital catalana disposi d'una imatge amb la que s'associa amb relativa facilitat evidència un posicionament interessant en un sector en el qual Vitòria porta anys intentant destacar, procés al llarg del qual ha vist com existeix la necessitat de crear una marca turística potent que posi sobre la taula el valor afegit que la capital del País Basc manifesta respecte a la resta de localitats que la rodegen, les quals han assolit en la seva majoria el repte de que s'associï la seva marca turística amb una imatge concreta, situant-les per davant de la ciutat analitzada en matèria turística.

Amb tot, i a tall de resum, considero que les principals aportacions realitzades en aquest treball són les següents:

- **La creació d'una destinació turística requereix de l'establiment d'uns objectius clars i adaptats a la realitat de l'entorn en el moment de dissenyar una estratègia pel sector**

per tal d'integrar convenientment l'activitat turística al teixit del destí. L'aplicació d'aquesta premissa facilita la construcció d'un sector turístic adaptat a la realitat del territori, impulsant-lo amb certes garanties d'èxit.

En aquest punt, cal assenyalar que la ciutat de Girona és un bon exemple, en haver apostat per una línia de desenvolupament basada en l'explotació dels principals atractius patrimonials de la ciutat, difonent alhora els principals esdeveniments culturals de la mateixa a efectes de consolidar-la com a una destinació de caire cultural, aprofitant, un cop arribats a l'etapa de consolidació, per introduir noves modalitats turístiques destinades a completar l'oferta de la ciutat.

Quant a Vitòria, l'escenari és un tant complex, amb un bon funcionament de l'activitat congressual gràcies a la bona gestió duta a terme des de les administracions, però amb un sector turístic poc integrat i que, fins al moment en el que s'ha començat a apostar pel turisme gastronòmic i la promoció dels esdeveniments locals més destacats, s'ha situat en un segon pla, no sent capaç de transmetre els atractius de la ciutat a un mercat turístic molt competitiu i que requereix diferenciar-se per tal d'assolir resultats positius.

- **La col·laboració institucional amb el sector privat esdevé un factor clau per consolidar noves activitats econòmiques impulsant el teixit local.** La col·laboració entre els sectors públic i privat és molt necessària per tal d'establir mecanismes que permetin avançar en una única direcció, així com establir polítiques amb capacitat per actuar conforme a l'interès general. Aquest punt és especialment important en el cas d'una activitat que, com la turística, ha de servir per cohesionar els teixits de les destinacions, però que en molts casos acaba contribuint a la generació de problemàtiques mediambientals o socials que requereixen de nombrosos esforços a efectes de resoldre-les amb eficàcia.

Un cop més, la ciutat de Girona torna a destacar en aquest punt, donada l'aposta desenvolupada per gestionar l'activitat turística mitjançant la creació de fundacions públic-privades amb les que es duen a terme accions per tal de disposar d'un sector turístic més competitiu e integrador, amb capacitat per adaptar-se a les circumstàncies de l'entorn i amb capacitat per vertebrar el territori. A tall d'exemple, les funcions desenvolupades des de l'antic Patronat de Turisme Costa Brava – Pirineu de Girona, així com la fundació Palau de Congressos, faciliten l'establiment d'unes línies de treball, així com la implicació de la totalitat d'agents del territori, aspecte que permet assolir un posicionament més efectiu en el competitiu mercat turístic.

Per la seva banda, l'aposta tardana pel turisme desenvolupada a Vitòria-Gasteiz en particular i en el País Basc en general ha derivat en la presència d'un sector turístic gestionat gairebé en exclusiva des de les institucions, les quals, en el cas de la capital basca, treballen de forma conjunta amb el Govern Basc i la Diputació Foral d'Àlaba a efectes de que la gestió turística desenvolupada sigui més efectiva gràcies a l'aprofitament de sinergies i l'establiment de polítiques comunes que permetin garantir el desenvolupament turístic del territori de forma conjunta.

- **L'aposta per la qualitat turística ha de prioritzar la millora de l'experiència del visitant cercant alhora una evolució sostinguda del sector.** La consolidació d'una destinació turística no va relacionada en tots els casos amb un nivell de qualitat òptim, especialment quan fem referència a aquelles localitats on el model turístic de masses ha estat històricament predominant. Tanmateix, aquesta problemàtica també es reproduïx en destinacions que, tot i tenir possibilitats, s'han d'enfrontar a nombroses mancances que deterioren l'experiència dels visitants de la mateixa.

En aquest punt, cal assenyalar l'aposta per la qualitat duta a terme per les institucions de Girona i Vitòria-Gasteiz, prioritzant-se des del departament de Turisme de l'ajuntament de la capital basca la millora de la qualitat de l'experiència dels turistes que visiten la ciutat per davant d'assolir un nombre de visitants concret per a cada període, en cercar la distinció de la destinació respecte a d'altres en base al patrimoni de la ciutat i l'organització i difusió d'esdeveniments representatius de la cultura de la mateixa, aspectes aquests diferencials i

que poden esdevenir elements clau a efectes de triomfar en un sector turístic cada cop més competitiu.

En el cas de la ciutat de Girona, i un cop analitzada la informació obtinguda al llarg de la fase de la recerca, la qualitat de la destinació és igualment prioritària, aspecte pel qual s'aposta per la diferenciació respecte a les destinacions veïnes per tal d'atreure l'atenció d'un consumidor turístic que valora cada cop més viure experiències úniques.

- **El sector turístic de les destinacions ha de garantir el manteniment de la identitat local.** L'entrada del turisme en una destinació turística pot generar problemàtiques en el teixit socioeconòmic i cultural de la ciutat, modificant tant l'estructura productiva de la mateixa com les activitats culturals més habituals, passant per la transformació dels principals punts d'interès de les destinacions per tal d'adaptar-los als requeriments dels turistes que els visiten. Aquesta problemàtica, molt estesa a les destinacions turístiques de masses, és cada cop més habitual a les grans capitals europees com Barcelona²², generant situacions de rebuig al turisme entre els habitants de les destinacions, els quals veuen com la pràctica turística empitjora la seva qualitat de vida.

Tant Vitòria com Girona són conscients d'aquesta situació, aspecte pel qual s'aposta per una política turística inclusiva, de la qual la ciutadania formi part de forma activa i que situï a la cultura i al teixit socioeconòmic local com a nucli central de la política turística, punts amb els quals sigui possible assolir un model turístic sostenible i amb capacitat per anul·lar els impactes negatius que pot arribar a generar en base a la seva utilització com a mètode amb el que difondre aquells punts que diferencien ambdues destinacions de la seva competència.

Aplicació pràctica de la recerca

La recerca desenvolupada en aquest treball, basada en l'anàlisi de l'evolució turística de les destinacions i en els factors que influeixen directa o indirectament per tal d'esbrinar les causes que afavoreixen la creació d'una destinació turística, pot resultar d'aplicació en aquells sectors directa o indirectament relacionats amb l'activitat turística, bé sigui per endinsar-se en una problemàtica que afecta a molts territoris que aspiren a millorar la seva projecció amb l'aposta pel turisme, o bé per conèixer les particularitats o aspectes que influeixen en el desenvolupament d'un territori, així com en la seva especialització cap a un o altre àmbit.

Cal subratllar que projectes com aquest tenen cabuda tant en el marc acadèmic com professional, en servir com a guia en el cas del primer a efectes d'explicar determinats conceptes relatius al turisme, els objectius que persegueix o les implicacions que aquesta activitat comporta en base a un exemple pràctic que, com aquest, compara dues ciutats amb nombroses semblances prenent com a base el desenvolupament turístic que ha experimentat cadascuna d'elles. Respecte al segon cas, cal assenyalar que projectes com aquests posen de manifest els punts forts i mancances de les destinacions, aspecte que facilitarà el desenvolupament de documentació estratègica destinada a marcar les línies a seguir per fer evolucionar l'activitat turística, així com avaluar la idoneïtat de determinats projectes atenent les característiques de les destinacions, passant per la posada en marxa d'activitats que facilitin el desenvolupament turístic al mateix temps que s'aposta per evolucionar el teixit socioeconòmic de les destinacions, entre altres aspectes.

Amb tot, els sectors per als quals es considera que la recerca desenvolupada pot ser d'utilitat són els següents:

- **Institucions públiques i privades:** La implantació d'una nova activitat requereix de la realització d'estudis previs que estimin el impacte del sector a la destinació on aquesta es vol impulsar, avaluant alhora les problemàtiques que cal afrontar, l'evolució viscuda per altres iniciatives similars o l'adaptació de la mateixa a les característiques de l'entorn, entre d'altres.

²²Font: Diari El País. *Más de 20 barrios se unen en contra del modelo turístico de Barcelona [En línea]* 21.09.2014 <http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/09/20/catalunya/1411240210_809038.html>

En aquest sentit, aquesta recerca realitza una revisió general respecte a la situació del turisme en l'actualitat des d'una òptica global i que inclou, a més de dades oficials, percepcions respecte als turistes i residents a les destinacions, sent tots aquests aspectes d'utilitat per tal d'avaluar quins són els avantatges que la destinació ens ofereix, així com les problemàtiques que aquesta haurà d'enfrontar a efectes de resultar competitiva. Amb tot, les principals institucions que podem esmentar són les següents:

- ✚ **Ajuntaments:** El desenvolupament i gestió de l'activitat turística de les destinacions analitzades recau en gran mesura sobre els Ajuntaments, els quals han d'impulsar un seguit de línies de treball adaptades a la realitat de la destinació sobre les quals treballar. La presència d'un estudi com aquest pot esdevenir una eina d'utilitat per tal de disposar d'una primera aproximació relativa a les fortaleses i problemàtiques detectades, facilitant així el desenvolupament de documents clau per a la gestió turística com ara els plans estratègics.
- ✚ **Diputacions i Governos autonòmics:** Les competències per tal de procedir a la gestió dels territoris són de superior rang en institucions com les Diputacions (encarregades de col·laborar amb la gestió de l'activitat d'un territori concret) o els Governos autonòmics, els quals aposten, tal i com fan en l'actualitat la Generalitat de Catalunya i el Govern Basc, per una gestió turística integral que compregui el territori com un tot per tal de crear una marca turística conjunta. Tanmateix, la realització d'aquestes campanyes no pren en consideració la totalitat d'atractius i particularitats de les destinacions que componen el seu àrea d'influència, aspecte pel qual considero que informes com aquest poden contribuir de forma directa a la planificació turística atenent a les característiques de les destinacions aquí analitzades, adaptant les tasques de gestió i promoció a les particularitats que, tal i com hem vist en aquest treball, aquestes presenten.
- ✚ **Organitzacions empresarials:** El sector empresarial amb presència a les destinacions de Vitòria-Gasteiz i Girona pot trobar informació d'utilitat en aquest informe relativa a les principals característiques i aspectes que diferencien aquestes destinacions d'altres de l'entorn a efectes d'aplicar polítiques més acordes al desenvolupament de l'entorn en el que s'ubiquen, contribuint així activament a l'evolució del mateix. D'igual manera, l'exposició del cas pot col·laborar a la decisió d'empreses que no disposin de presència en aquestes destinacions respecte a establir-s'hi o no, donada l'exposició realitzada dels principals trets que les defineixen en aquest treball.
- ✚ **Organitzacions sectorials:** Les organitzacions empresarials activament vinculades al sector turístic poden trobar en aquesta investigació una radiografia de l'estat actual del sector a les destinacions analitzades, facilitant la identificació d'oportunitats empresarials que es podrien explotar en aquestes destinacions atenent als resultats de la investigació i la demanda actual en el sector.
- **Institucions acadèmiques:** Els treballs d'investigació i informes acadèmics especialitzats faciliten l'aprenentatge dels estudiants, en proporcionar exemples relatius als conceptes estudiats al llarg de la formació amb l'aportació d'exemples pràctics. Tanmateix, les principals aplicacions que tant els docents com els estudiants poden desenvolupar arran d'aquest informe són les següents:
 - ✚ Exemplificar les diferències existents entre dues destinacions de similars característiques que opten per polítiques de promoció alternatives, aprofundint en les conseqüències positives i negatives de cadascuna d'elles.
 - ✚ Desenvolupar explicacions relatives a les metodologies d'investigació disponibles i les etapes de les quines es componen, emprant com a exemple els procediments emprats per a l'elaboració d'aquesta recerca.

- Endinsar-se en la situació del turisme a les ciutats d'interior espanyoles, repassant l'oferta cultural i d'oci que aquestes ofereixen en l'actualitat per tal de diferenciar-se en un mercat tant competitiu com el gastronòmic.
- Exemplificar el poder d'una marca turística forta, així com dels beneficis que se'n deriven de la mateixa.

Autoavaluació del procés d'investigació

El procés d'investigació dut a terme ha apostat per l'aplicació de la triangulació metodològica, en considerar aquest sistema el més idoni per analitzar les dades d'una investigació que, si bé requeria revisar les dades estadístiques existents, també necessitava de la realització d'una recerca bibliogràfica orientada a l'obtenció d'estudis relatius a la salut del sector turístic o la revisió d'articles de premsa per tal de corroborar si la idea inicialment plantejada es corresponia amb la realitat dels territoris. Així, i partint d'aquesta premissa, podem resumir les línies d'actuació en les fases següents:

- Plantejar la problemàtica que es volia analitzar, realitzant una revisió exhaustiva de les dades més importants per tal d'endinsar-me en la situació actual del turisme en cadascuna de les ciutats, organitzant, a tal efecte, les dades més rellevants per a la realització de la investigació.
- Cercar i organitzar dades de tipus estadístic, inicialment focalitzades en indicadors bàsics del sector turístic, complimentant-los posteriorment amb l'anàlisi de la resta d'indicadors econòmics i demogràfics relatius als territoris analitzats.
- En base a la informació disponible, realitzar una recerca bibliogràfica orientada a l'obtenció de documentació de diversa tipologia que corroborés el que les dades anteriorment esmentades reflectien, destacant en aquest sentit la inclusió d'articles de premsa amb problemàtiques que el sector havia d'afrontar, dades d'ocupació o projectes futurs existents per al sector, passant per la revisió d'altres treballs desenvolupats amb anterioritat, amb l'objectiu de disposar de referències respecte a l'evolució del sector.
- Contactar amb els Ajuntaments i Oficines de Turisme de les destinacions protagonistes d'aquest cas, amb l'objectiu d'accedir a la documentació estratègica desenvolupada i amb la qual es pretén marcar l'evolució del turisme com a sector econòmic de la destinació. Addicionalment, l'objectiu d'aquest contacte passava igualment per contactar amb responsables tècnics i polítics de les institucions amb l'objectiu d'endinsar-me en les línies mestres que han marcat el desenvolupament turístic viscut per la destinació, repassant amb el personal responsable l'evolució experimentada per la ciutat com a destinació, així com avaluar la conveniència de les mesures adoptades per tal de determinar la idoneïtat de les mateixes.
- Desenvolupar i distribuir una enquesta turística, plantejant les preguntes prenent en consideració les informacions obtingudes prèviament a efectes de conèixer si la percepció dels consumidors turístics es corresponia amb la realitat que les dades publicades reflectien o no, procedint alhora a incorporar noves idees basades en les aportacions realitzades per les persones enquestades.
- En base a la informació recollida a les fases anteriors, realitzar una anàlisi mitjançant la qual extreure noves idees i conclusions respecte a la problemàtica que es vol estudiar, a efectes de poder extreure nou coneixement amb el que validar o refusar les hipòtesis i idees plantejades en el punt de partida de la investigació.

Sota el meu criteri, el procediment emprat per desenvolupar la investigació ha estat encertat, donat que ha permès organitzar aquesta investigació en diferents fases, de forma que complimentar les hipòtesis formulades en el punt de partida ha resultat més senzill, donada l'escala aplicada per tal d'obtenir i posteriorment classificar la informació existent. Amb tot, cal

assenyalar que, al llarg del procés de recerca, van sorgir dues problemàtiques que han condicionat el desenvolupament d'aquest treball i que es resumeixen en els punts següents:

- La **falta de resposta institucional** ha estat la principal problemàtica que hem hagut d'enfrontar, donat l'escàs interès manifestat per les institucions Gironines per respondre a les sol·licituds plantejades, limitant-se a proporcionar un enllaç web amb la memòria econòmica de l'any 2014, la qual recull dades relatives al sector turístic i que ha esdevingut, juntament amb el Pla estratègic de les comarques de Girona obtingut mitjançant el portal online de la Diputació, la única documentació oficial de la quina s'ha disposat per a l'anàlisi de la situació de Girona. D'igual manera, cal assenyalar que ni els responsables d'alcaldia (amb els quals vaig contactar mitjançant el portal de relacions ciutadanes) ni els de l'oficina de turisme (a qui vaig escriure després d'obtenir el seu contacte en més d'una ocasió, sense obtenir cap tipus de resposta) han col·laborat amb aquest projecte aportant el seu punt de vista sobre la ciutat, aspecte que ha obligat a aprofundir en la recerca bibliogràfica per complimentar el màxim possible la informació sobre la capital del Gironès.
- Per altra banda, l'**escassetat de recerques prèvies relatives a l'activitat turística** ha estat la principal problemàtica en el cas de la ciutat de Vitòria-Gasteiz, aspecte aquest que, per altra banda, ha evidenciat la falta de tradició d'aquest sector a la ciutat basca. Aquest fet ha derivat en que la construcció d'un escenari hagi estat, en aquest cas, més complicat que per a la ciutat de Girona, donada la necessitat d'organitzar la totalitat de la informació disponible a efectes d'analitzar de forma efectiva la influència generada per cadascun dels factors que generen influència en el sector.
- Finalment, les nombroses possibilitats i variables d'anàlisi que una recerca d'aquesta mena posava al meu abast ha derivat en la necessitat de centrar-se únicament en els factors i causes relacionades de forma més clara i directa donades les limitacions de temps existents, centrant en exclusiva aquesta recerca en les variables que han generat, directa o indirectament, impacte respecte a l'evolució turística d'ambdues destinacions.

Si bé considero que el resultat final de la recerca és de bona qualitat, l'aposta per analitzar la situació del turisme de forma global, posant el focus en les províncies on les destinacions analitzades s'ubiquen a efectes de desenvolupar una anàlisi de la totalitat d'atractius que aquestes ofereixen als seus visitants, així com la recepció que aquests han obtingut en un mercat tant competitiu com el turístic, hagessin tingut com a resultat una anàlisi més completa i centrada en l'explicació de l'activitat turística com a un fenomen global, posant el focus en els beneficis que la seva pràctica pot generar a la totalitat del territori en el cas de que existeixi una bona gestió i una política adaptada a la realitat i objectius que es pretenen assolir per al mateix darrere.

Finalment, cal assenyalar que la inclusió d'un major nombre de punts de vista hagués tingut com a resultat una investigació més completa. Així, considero recomanable disposar del punt de vista d'associacions vinculades a les entitats econòmiques o culturals de les destinacions, en considerar el seu punt de vista d'especial interès en estar basat en l'experiència obtinguda en base a l'observació de l'evolució experimentada per les destinacions aquí analitzades.

Recomanacions per continuar la recerca

La recerca desenvolupada en aquest treball s'ha centrat en exclusiva en l'anàlisi dels factors i principals problemàtiques a les que s'enfronten les destinacions protagonistes d'aquest cas en matèria turística, així com conèixer els antecedents que ens deriven a l'escenari actual. Es tractava, doncs, d'endinsar-se en el teixit turístic de cadascuna de les destinacions a efectes d'esbrinar quins han sigut els factors que han comportat que la situació d'aquest sector presenti un nombre significatiu de diferències respecte al seu èxit, aspecte pel qual s'ha procedit també a realitzar una breu avaluació de l'entorn que rodeja a les dues ciutats, així com la salut del sector turístic a les mateixes.

La comparativa aquí desenvolupada pot, però, disposar d'un nombre més ampli de dimensions, gràcies al qual es podria arribar a desenvolupar una lectura completa de la totalitat dels teixits

que permetria, a més de posar el focus sobre l'evolució global de les destinacions analitzades, realitzar una revisió del territori en el que es situa per tal d'avaluar la influència que aquest genera respecte a la destinació. Addicionalment, caldria revisar l'estructura econòmica de les destinacions, les activitats que tradicionalment han rebut més suport des de les administracions o l'evolució soferta pel patrimoni, passant pel nivell de col·laboració existent entre els diferents agents que componen l'entorn, entre d'altres.


Així doncs, la continuïtat de l'anàlisi desenvolupat fins ara, hauria d'incloure les següents línies d'investigació:


- **Desenvolupar una anàlisi en profunditat sobre els antecedents històrics de les destinacions analitzades.** Endinsar-se en l'evolució experimentada pels teixits socioeconòmic i cultural de les destinacions esdevé fonamental per tal de conèixer les causes que han derivat en la situació actual de les ciutats protagonistes d'aquest cas, sent necessari considerar els punts següents:
 - ✚ Evolució del teixit econòmic, considerant les principals activitats productives desenvolupades històricament així com la seva evolució, considerant alhora l'aparició de nous sectors productius. D'igual manera, caldrà avaluar el dinamisme d'aquest teixit a cada destinació, així com la capacitat i adaptabilitat del mateix als temps actuals.
 - ✚ Evolució demogràfica, avaluant la variació poblacional experimentada al llarg dels darrers anys.
 - ✚ Evolució cultural, considerant en aquest punt l'estat del patrimoni material e immaterial, com ara la salut de la llengua pròpia, el manteniment de les representacions culturals o l'estat de conservació del patrimoni arquitectònic, entre d'altres aspectes.
 - ✚ Analitzar la política de gestió socioeconòmica i cultural desenvolupada des de les principals institucions, així com les variacions que ha experimentat, a efectes d'avaluar l'impacte que les mateixes han tingut respecte a la situació actual dels territoris.
 - ✚ Configurar, en base a les dades actuals, un escenari que es correspongui amb la situació de les destinacions, a efectes d'esbrinar quina serà l'evolució futura que experimentaran prenent com a base l'escenari actual que aquestes presenten.
- **Identificar les principals problemàtiques que enfronten les destinacions, així com les polítiques desenvolupades per combatre-les.** El desenvolupament d'activitats econòmiques i culturals a les destinacions pot generar un seguit de problemes respecte el teixit que cal afrontar. Així, entre els més destacats podem assenyalar la dependència del destí respecte a certes activitats econòmiques, l'aparició de problemes d'integració cultural o la pèrdua de qualitat de vida, amb l'aparició de problemes de convivència relacionades amb factors culturals, entre d'altres. En aquest punt, els principals aspectes que hem d'avaluar són els següents:
 - ✚ Avaluar el nivell de diversificació econòmica del territori, així com la salut dels principals sectors que operen en el mateix, passant per la influència que el turisme genera en l'actualitat respecte a la totalitat d'activitats econòmiques.
 - ✚ Esbrinar quines són les activitats econòmiques predominants a les destinacions protagonistes, així com en els seus territoris, a efectes de determinar si existeix alguna dependència econòmica que pugui penalitzar o afavorir el desenvolupament territorial.
 - ✚ Analitzar l'aposta per la cultura local i les mesures adoptades per a la seva preservació, així com l'eficàcia de les mateixes al llarg dels períodes en els quals s'ha procedit a la seva aplicació.


- **Avaluar la influència que el sector turístic genera sobre les destinacions, a efectes de determinar si la política aplicada és o no la més idònia.** Tal i com hem pogut veure amb anterioritat, els efectes que el turisme pot generar en l'entorn poden ser negatius en el cas d'apostar per una gestió turística poc adaptada a la realitat de l'entorn, derivant-se aquest fet en la creació de situacions de dependència de l'activitat o en la pèrdua d'identitat de l'entorn, generant en última instància conflictes entre els turistes i els residents. En aquest punt, i a efectes d'identificar la situació real de l'activitat, caldria analitzar els punts següents:
 - Avaluar les polítiques turístiques adoptades al llarg dels darrers anys, així com els objectius de les mateixes.
 - Analitzar l'impacte real del turisme respecte al teixit socioeconòmic i cultural de les destinacions, així com la col·laboració existent entre la totalitat dels sectors.
 - Endinsar-se en la percepció que els residents a les destinacions tenen respecte a la pràctica turística a la seva ciutat, a efectes de conèixer l'actitud respecte a l'activitat així com respecte als impactes que aquesta genera a la destinació.
 - Esbrinar si la pràctica turística ha generat problemes de conservació del patrimoni o la pèrdua de manifestacions culturals tradicionals, transformant-les per tal de fer de les mateixes una activitat turística més.


- **Analitzar les destinacions des d'un punt de vista global que permeti comprendre millor la situació que han d'enfrontar en l'actualitat.** La creació d'una destinació turística pot incloure la difusió d'altres destinacions properes, entenent d'aquesta forma el territori de forma global, aspecte que, a banda de contribuir al desenvolupament del territori de forma conjunta, permet desenvolupar una oferta turística amb capacitat per donar resposta a un nombre de consumidors turístics superior. Així, els paràmetres a avaluar en aquest punt són els següents:
 - Esbrinar el paper que ocupen les destinacions analitzades respecte a l'activitat turística del territori, així com la distribució actual de la mateixa.
 - Avaluar els impactes de l'activitat turística en la totalitat del territori, a efectes d'esbrinar si el desenvolupament de l'activitat a la destinació analitzada i les seves rodalies ha estat la mateixa.
 - Analitzar la percepció dels turistes respecte a la destinació turística així com pel que fa a la realitat del territori, a efectes d'esbrinar el impacte real que aquesta activitat està generant de forma conjunta respecte al desenvolupament del mateix.

- **Avaluar el grau de convergència existent entre les administracions públiques i les organitzacions privades de les destinacions protagonistes del cas.** Tal i com hem pogut veure al llarg del desenvolupament d'aquest treball, la convergència esdevé fonamental per tal d'assolir l'èxit d'una destinació en matèria de turisme, donat que una gestió conjunta de l'activitat permet configurar escenaris més competitius i sostenibles respecte a la resta de l'entorn, així com reduir problemàtiques com els desequilibris territorials que puguin produir-se en el cas d'apostar per models productius i de creixement repetitius i escassament diferenciats els uns dels altres, aspecte aquest que fa necessari considerar els següents paràmetres:
 - Avaluar el nivell de col·laboració existent entre les institucions per a la gestió de projectes turístics, industrials o culturals, així com l'impacte que aquesta col·laboració ha tingut en la situació actual de les destinacions analitzades i el seu territori.
 - Esbrinar si les polítiques comunes desenvolupades han estat les més adequades per a aquests territoris prenent com a base els resultats obtinguts amb cadascuna d'elles.

-  Prenent com a base les experiències positives detectades, realitzar una anàlisi de les problemàtiques que a hores d'ara continuen sense solució, prenent com a base les polítiques desenvolupades destinades a la millora de la competitivitat dels teixits socioeconòmic i cultural de les destinacions i territoris.

- **Desenvolupar la recerca prenent en consideració la totalitat dels teixits del territori, cercant la col·laboració dels agents més representatius dels mateixos.** Per tal de completar la recerca a desenvolupar, cercar la col·laboració de la totalitat de sectors esdevé especialment necessari per tal de configurar un escenari realista i amb el major nombre de punts de vista possible, aspecte aquest clau per tal d'esbrinar quines són les problemàtiques més destacades i que cal resoldre amb major rapidesa. Així, alguns dels agents als quals cal recórrer són els següents:
 -  Institucions públiques, tals com Ajuntaments Diputacions i altres organismes dependents del Govern. L'objectiu passa per recollir els punts de vista dels àrees involucrades en el desenvolupament econòmic i cultural del territori per tal d'esbrinar la idoneïtat de les polítiques aplicades, així com per conèixer les perspectives que es presenten per al sector a curt termini.

 -  Organitzacions empresarials vinculades amb els territoris, com ara la Camara de comerç o les associacions d'empresaris. En aquest cas, es tracta per conèixer les seves demandes i el seu punt de vista respecte a la situació, així com identificar les quines, segons el seu parer, són les principals mancances i punts forts que les destinacions protagonistes del cas presenten en l'actualitat.

 -  Organitzacions culturals, així com aquelles vinculades als moviments veïnals, a efectes de conèixer les problemàtiques amb les quines es troben més habitualment, així com les mesures que proposen per corregir-les o el paper que els punts forts de les ciutats protagonistes del cas han de jugar a tal efecte.

Conclusió

El turisme ha evolucionat considerablement en els darrers anys, al llarg dels quals l'evolució de les demandes dels consumidors han comportat l'aparició de nous nínxols de mercat que han col·laborat amb la creació de noves destinacions turístiques de manera destacada. L'evolució d'aquesta demanda no ha estat aliena a les ciutats d'interior, les quals han apostat de forma decidida per consolidar-se com a destinacions turístiques en base a l'aprofitament dels seus recursos i la creació d'una oferta complementària que permeti atreure l'atenció d'un major nombre de turistes. Tanmateix, i tal i com hem pogut veure, la gestió realitzada d'aquests recursos reflecteix de forma directa en l'èxit de la destinació en el mercat, sent necessari disposar tant d'una marca turística forta com d'una marcada identitat, passant per la col·laboració intersectorial per tal de garantir que la destinació trobi el seu espai en el mercat.

L'aposta per les sinergies és igualment important donades les oportunitats que genera respecte a la destinació, les quals van més enllà del sector turístic en nombrosos casos. Així, cal assenyalar la superior capacitat de les anomenades destinacions turístiques globals per resultar atractives a un nombre superior de turistes, així com els avantatges que un bon funcionament d'aquest sector proporcionen a la totalitat dels territoris, sent l'evolució en matèria d'infraestructures que afavoreixin tant al sector turístic com a la resta de sectors que operen a les destinacions o la protecció i consolidació dels elements culturals més destacats dels territoris, com ara llengua i tradicions, mitjançant la seva difusió entre els diferents grups de turistes que els visiten.

Convé, però, desenvolupar una planificació prèvia destinada a minimitzar els efectes negatius del turisme i amb capacitat per fer front a problemàtiques comunes en nombroses destinacions, tal i com són l'estacionalitat o la degradació i pèrdua d'identitat dels recursos propis de les mateixes, deixant de banda aquest aspectes la consecució dels beneficis econòmics, socials, culturals i educatius que, tal i com assenyalen els autors de la "Carta Europea del turismo y código del turista" (1985:1)²³, el turisme hauria de generar als territoris on es practica.

²³Font: OMT. *Carta europea del turismo y código del turista [En línia].* Sofia (1985). OMT <<http://www.apiepr.org/files/carta-codigo-turista.pdf>>

Bibliografía consultada

Documentació institucional

AJUNTAMENT DE VITORIA-GASTEIZ. (2007) *Propuestas de actuación para el desarrollo de Vitoria-Gasteiz como destino turístico*. [en línea]. Vitoria-Gasteiz. Ajuntament de Vitòria-Gasteiz <<https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/85/67/8567.pdf>>

AJUNTAMENT DE VITORIA-GASTEIZ. (2011) *Estudio sobre la tipología del visitante turístico de Vitoria-Gasteiz* [en línea]. Vitoria-Gasteiz. Ajuntament de Vitòria-Gasteiz. <<https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/22/79/42279.pdf>>

AJUNTAMENT DE VITORIA-GASTEIZ (2015) *Actualización del plan estratégico de turismo de Vitoria-Gasteiz 2015-2017. Resumen ejecutivo* [en línea]. Vitòria-Gasteiz. Ajuntament de Vitòria-Gasteiz. <<http://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/17/68/61768.pdf>>

PATRONAT DE TURISME DE LA COSTA BRAVA GIRONA (2011) *Pla estratègic de turisme de les comarques de Girona 2011-2015* [en línea]. Girona. Ajuntament de Girona <<http://blog.adleisure.com/2011/06/21/pla-estrategic-de-turisme-de-les-comarques-de-girona-2011-2015/>>

DIPUTACIÓ DE GIRONA – PATRONAT DE TURISME DE LA COSTA BRAVA GIRONA (2015) *Pla d'accions 2015* [en línea]. Girona. Diputació de Girona – Patronat de turisme de la Costa Brava Girona <http://fitxers.costabrava.org/jornades/pla_marqueting_2015/PlaAccions.pdf>

EUSKO JAURLARITZA – GOBIERNO VASCO (2005). *Anàlisis descriptivo de la demanda turística en Álava y sus zonas* [en línea]. Ibiltur. Eusko Jaurjaritza – Gobierno Vasco <https://www.euskadi.eus/r44-tu0010/es/contenidos/informacion/ibiltur_demanda_araba/es_15207/adjuntos/CAPITULO_1.pdf>

RED DE GOBIERNOS REGIONALES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (2004) *Informe sobre las directrices de la NRG4SD* [en línea]. Cardiff. Network of Regional Governments for Sustainable Development. <http://www.nrg4sd.org/sites/default/files/default/files/content/public/11-elibrary/policy-technical/sustdev/es/sustourism_policy_es.pdf>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1985) *Carta del turismo y del código del turista* [en línea]. Sofía. Organización mundial del turismo. <<http://www.apiepr.org/files/carta-codigo-turista.pdf>>

EUROPARC FEDERATION (2007) *La carta europea del turismo sostenible en los espacios protegidos* [en línea]. Grafenau. Europarc federation. <http://www.redeuroparc.org/carta_turismo_europea_sostenible/texto2fasecets.pdf>

EXCELTUR (2014) *Valoración turística empresarial del verano (tercer trimestre) de 2014 y perspectivas para el cierre del año* [en línea]. Madrid. Exceltur. <http://exceltur.org/wp-content/uploads/adjuntos/Nota%20de%20Prensa%20Perspectivas%20N50%20Balance%20verano%20%283%C2%BA%20Tr%29%20de%202014%20y%20perspectivas%20para%20el%20cierre%20del%20a%C3%B1o.pdf>

Legislació

Constitución Española, de 27 de diciembre, (BOE núm. 311, de 29 de diciembre de 1978).

Ley Orgánica 13/2002, de 21 de junio, de Turismo de Cataluña (DOGC núm. 3669, de 3 de julio de 2002).

Ley 6/1994, de 16 de marzo, de ordenación del Turismo.

Estadístiques

AJUNTAMENT DE GIRONA. *Guia d'indicadors anuals – Unitat municipal d'anàlisi territorial [en línia]* <http://www.girona.cat/observatori/indicadors_municipals.php>

INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (IDESCAT). *Turisme – dades bàsiques [en línia]* <<http://www.idescat.cat/tema/turis>>

EUSTAT. *Entradas de viajeros, pernoctaciones, estancia media y grados de ocupación en establecimientos hoteleros de la C.A. de Euskadi por origen y zona geográfica. 2014-2013 [en línia]* <http://www.eustat.eus/elementos/ele0011300/ti_entradas-de-viajeros-pernoctaciones-estancia-media-y-grados-de-ocupacion-en-establecimientos-hoteleros-de-la-ca-de-euskadi-por-origen-y-zona-geografica/tbl0011321_c.html#axzz3ouf6fqje>

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE EUSKADI. *Cuadro de mandos de hoteles [en línia]* <http://observatorioturisticodeeuskadi.basquetour.net/BTlstat_panels/Cuadro%20de%20Mandos/%C3%9Altimo%20mes.aspx>

Entrevistes

- Carles Puigdemont i Casamajó – Batlle de Girona des de 2011 fins a 2016 (Sense resposta)
- Francesc López Fernández – Cap d'alcaldia. (Sense resposta)
- Josep Ferrer – Cap de l'àrea de Turisme de l'Ajuntament de Girona. (Sense Resposta)
- Gorka Urtaran Aguirre – Batlle de Vitòria-Gasteiz des de 2015 (6 d'octubre de 2015. Redirigida a Vale Tena i Ana Lasarte)
- Vale Tena – Àrea d'alcaldia. EAJ-PNV (21 d'octubre de 2015)
- Ana Lasarte – Cap de les àrees de Turisme i Congressos de l'Ajuntament de Vitòria-Gasteiz (28 d'octubre de 2015)

Publicacions en premsa

“CAV - El impacto del turismo de congresos sube un 25% hasta los 56,2 millones” [En línia] – Finanzas.com. 21.09.2015 < <http://www.finanzas.com/noticias/empresas/20150921/impacto-turismo-congresos-suba-3243564.html>>

“El turismo aporta 130 millones de euros más a la economía vasca entre 2008 y 2013” [En línia] – Eldiario.es. 23.01.2015 <http://www.eldiario.es/norte/euskadi/turismo-aporta-millones-economia-vasca_0_348915425.html>

“El turismo ya no se ve como algo menor. Emplea a 85.000 personas” [En línia] – El mundo.es. 27.02.2014. <<http://www.elmundo.es/pais-vasco/2014/02/27/530f198c22601dfe5e8b456c.html>>

“El PSE cree que Vitoria debe apostar por ser la capital del vino” [En línia] – Gasteizhoy.com. 11.07.2013 <<http://www.gasteizhoy.com/el-pse-crea-que-vitoria-debe-apostar-por-ser-la-capital-del-vino/>>

“Vitoria apuesta por el green y los congresos para atraer turistas” [En línia] – Gasteizhoy.com 22.10.2014 <<http://www.gasteizhoy.com/turismo-vitoria/>>

“Vitoria quiere un hotel con encanto, certificar a los guías turísticos e impulsar el turismo sanitario” [En línia] – Gasteizhoy.com. 15.05.2015 < <http://www.gasteizhoy.com/vitoria-quiere-un-hotel-con-encanto-acreditar-a-los-guias-turisticos-e-impulsar-el-turismo-sanitario/>>

“El Pla Estratègic de Turisme de les Comarques de Girona 2011-2015 aposta per la potenciació del prestigi” [En línia] – Diputació de Girona. 16.06.2011 <<http://www.ddgi.cat/web/noticia.seam;jsessionid=c0ef58f9cd03f0245c89b47da48b?nivellId=15>>

8¬iciald=1997&cid=4500&categoriaId=>

“El PP demana un pla estratègic de turisme i comerç per a Girona” [En línia] – Diari de Girona. 11.07.2014 <<http://www.diaridegirona.cat/girona/2014/07/11/pp-demana-pla-estrategic-turisme/678047.html>>

“El turisme de negocis genera 87 milions d’euros a Girona” [En línia] – Diari de Girona. 03.02.2015. <<http://www.diaridegirona.cat/economia/2015/02/03/turisme-negocis-genera-87-millions/708595.html>>

“Satisfacción por el anuncio de apeadero de AVE en el Aeroport de Girona” [En línea] – La Vanguardia. 19.02.2015 <<http://www.lavanguardia.com/local/girona/20150219/54426336418/girona-apeadero-ave-aeroport-vilobi.html>>

“¿Cuánto aporta el turismo a España después de tres años de record?” [En línea] – Sabemos digital. 16.04.2015 <http://sabemosdigital.com/trip/366-cuanto-aporta-el-turismo-a-espana-despues-de-tres-anos-de-record>

Artículos de recerca

QUEROL PUYO, ELENA (2007) *Política turística de Girona [en línia]* Girona. Universitat de Girona. <<http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/1556/QuerolPuyoElena.pdf?sequence=1>>

Vaqué CRUSELLAS, LAURA (2014) *Gestió del turisme cultural a les comarques de Girona: anàlisi i propostes dels Consells Comarcals i les Oficines de Turisme municipals [en línia]* Girona. Universitat de Girona <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9825/VaqueCrusellasLaura_Treball.pdf?sequence=1>

CÁRDENAS GARCÍA, PABLO JUAN (2012) *El turismo como instrumento de desarrollo económico. Un análisis de los factores determinantes [en línia]* Jaén. Universidad de Jaén <<http://ruja.ujaen.es/bitstream/10953/363/1/9788484396635.pdf>>

CAMBRUBÍ, RAQUEL; GUIA, JAUME; COMAS, JORDI (2009) *La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual [en línia]* Girona. Universitat de Girona. <http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/8954/Formacion-imagen-turistica.pdf?sequence=1>

GONZALEZ DE HEREDIA, EIDER (2004). *La explosión de la cultura como recurso básico del incremento de la oferta turística en Vitoria-Gasteiz [en línia]* Euskal Herriko Unibertsitatea – Universidad del País Vasco. Sarriko. < <http://ruc.udc.es/bitstream/2183/11313/1/CC-76%20art%205.pdf>>

Annexos

Actes de reunions – Ajuntament de Vitoria-Gasteiz

Persona: Vale Tena

Fecha: 21/10/2015

Tipología: Política

Comentarios: El objetivo inicial de esta entrevista pasa por lograr acceder al alcalde de Vitoria-Gasteiz, con el que se espera poder debatir sobre los proyectos turísticos futuros para la ciudad, así como sobre el impacto que las acciones desarrolladas hasta el momento han generado para el sector. No obstante, se acaba teniendo esta conversación brevemente con Vale Tena, quien, como representante de alcaldía, se encarga de responder a las preguntas planteadas.

El argumento principal que se utiliza constantemente pasa por la **imposibilidad** de que Vitoria-Gasteiz llegue a situarse en algún momento en los niveles de popularidad actuales de las ciudades de Bilbao y Donostia, en tratarse, según palabras suyas, de dos destinos muy consolidados y contra los cuales resulta muy complejo competir. En este sentido, culpa a las **decisiones políticas** adoptadas por el anterior equipo de gobierno de la situación actual del sector en la ciudad, al haber procedido al desmantelamiento de la ARITZ (Agencia para la gestión de la rehabilitación del casco medieval), aspecto importante en ser el casco antiguo de la ciudad el elemento más representativo y de mayor valor turístico de la misma. Se señala que el atractivo turístico manifiesto del anillo verde no es en realidad tal, puesto que es escasa la gente que busca este tipo de atractivos en el momento de visitar una ciudad.

Se señala al **carácter** Vitoriano como una de las principales causas por las que, a día de hoy, la ciudad no funciona turísticamente como debería, en haberse renunciado desde la propia ciudad a multitud de proyectos que favorecerían de forma clara el desarrollo turístico de la misma. Se señalan igualmente las problemáticas de tipo **social** como las causantes del tardío desarrollo turístico de la zona, destacando especialmente a problemática de **ETA** como principal causante del escaso interés manifestado por el País Vasco hasta hace pocos años.

Finalmente, se señala la necesidad de impulsar turísticamente la ciudad de Vitoria-Gasteiz de forma conjunta, generando una sinergia entre la ciudad, las capitales vecinas y la Rioja alavesa.

Persona: Ana Lasarte (Jefa de Turismo y Congresos de Vitoria-Gasteiz)

Fecha: 28/10/2015

Tipología: Técnica.

Comentarios: Entrevista muy interesante de la que se pueden extraer un gran número de conclusiones respecto a la actual situación turística de la ciudad de Vitoria-Gasteiz. Así, se señala que el alcalde emblema de la ciudad, José Ángel Cuerda, jamás pensó en hacer de la ciudad un destino turístico, centrándose fundamentalmente en su transformación a efectos de que se tratase de un lugar agradable en el que vivir. Todo ello ha condicionado de forma notable el desarrollo de esta actividad, situada bajo mínimos durante los años 1986 y 1989, año en el cual se apostó claramente por la introducción de la actividad congresual al inaugurarse el palacio de congresos Europa, **pionero en Euskadi, y que reemplazó al anterior de Villa Suso**. Este hecho va en línea con la naturaleza de la ciudad, de marcado carácter industrial, por lo que se apuesta por la actividad congresual como motor principal del sector turístico. Así, se apuesta por un modelo centrado en **evolucionar la ciudad en su conjunto en base a la demanda**, considerando en todo momento que tanto por sus características sociales como económicas la ciudad estaba y está plenamente preparada para asumir los retos que plantea el turismo de congresos. No obstante, cabe señalar que las condiciones del mercado turístico, con un producto más orientado hacia el **sol y playa** y una demanda vacacional centrada principalmente en esta modalidad dificultaban poner en valor los diferentes atractivos patrimoniales y culturales presentes en Vitoria, aspecto este que ha comenzado a cambiar gradualmente gracias a la

variación de elementos como por ejemplo las vacaciones, hoy por hoy más separadas y con un mayor margen de configuración.

Respecto a las infraestructuras, se pasa de puntillas por la infrautilización del aeropuerto de Foronda, considerado el mejor de todo Euskadi pero por el que, sin embargo, las instituciones no han apostado. Este hecho lastra la difusión de la ciudad entre los turistas, no obstante, se confía en dos factores futuros para la difusión turística de la ciudad, los cuales son los siguientes:

- Por un lado, cabe destacar la apuesta por explotar la ubicación de Vitoria-Gasteiz, la cual dispone de una situación privilegiada en el norte de España. Así, se destaca que es factible llegar en coche o en autobús a ciudades tan variopintas como Donostia, Bilbao, Burgos o Navarra, con las que la distancia es de apenas una hora gracias a las excelentes conexiones existentes. Este hecho puede permitir crear nuevas sinergias que, a la postre, deriven en la creación de un “efecto llamada”, consistente en hacer que aquellas personas interesadas en visitar alguna de estas localidades decidan visitar Vitoria.
- Por otra parte, y más importante, la apuesta por el ferrocarril es en la actualidad un elemento clave que, se espera, favorezca el desarrollo turístico de Vitoria-Gasteiz de forma considerable, al facilitar tanto las comunicaciones como los desplazamientos, los cuales se realizan, además, de forma relativamente económica.

No obstante, es necesario destacar que se subraya la apuesta por la **calidad** más que por la **cantidad**, ya que, desde la ciudad, se apuesta por captar a una tipología de turista que prioriza disfrutar de una buena experiencia turística antes que un buen precio. No obstante, se señala que las cifras de turismo en el conjunto de Euskal Herria han aumentado considerablemente a raíz de la desaparición de **ETA (explosión turística)**, cuya presencia ha sido un hándicap constante en la promoción turística del territorio, aspecto al que también ha contribuido la escasa atención que se le ha prestado a este sector desde las instituciones, con una inversión muy escasa que ha condicionado su desarrollo. No obstante, hay que señalar que en la actualidad la economía vasca y, por ende, la alavesa, está más diversificada que nunca, **perteneciendo el 5,6% de su PIB al sector turístico.**

La creación de sinergias es vital para el desarrollo turístico de Vitoria-Gasteiz y Euskadi, siendo esta la razón por la cual el Gobierno Vasco dispone de la Agencia BASQUETOIR, destinada a agilizar procesos e impulsar Euskadi en su conjunto. Así, en la actualidad se trabaja en base a las propuestas siguientes:

- **Destinos Euskadi:** Iniciativa que pretende impulsar el turismo en el territorio en base a dos ejes principales:
 - **Costa Vasca:** Con destinos especialmente reconocidos, tales como Zarautz o Hondarribia.
 - **Capitales:** Para aquellos que quieran descubrir las particulares de las tres ciudades vascas. Se apostará por la promoción conjunta, subrayando tanto las similitudes como las diferencias que presenta cada una de ellas, al tratarse de destinos que destacan por tener mucho carácter.

Existe, no obstante, una problemática que hay que atender, la cual muestra la gran desigualdad existente hoy por hoy en materia de inversiones, muy desiguales en el País Vasco, lo que genera una situación un tanto problemática. De igual manera, el sector turístico necesita hacer frente a un **carácter y mentalidad** muy cerradas que históricamente han perjudicado el turismo en zonas como Vitoria, siendo este impacto menor en otras ciudades como Bilbao, donde la apuesta colectiva por transformar la ciudad derivó en la llegada de instituciones tan importantes como el Guggenheim, la cual ha contribuido por sí sola a impulsar turísticamente el conjunto del País Vasco gracias a lo que representa.

Volviendo a Vitoria, se subraya el gran valor que supone para la ciudad el hecho de que esta sea **de verdad, sin trampas para turistas** ni elementos específicamente introducidos para esta actividad. Este hecho, juntamente con una oferta de eventos variada en la que destacan el AZKENA Rock Festival o “Magialdia”, así como otros de carácter deportivo y cultural, deberían contribuir a impulsar la marca del destino y a su consolidación. En este sentido, es necesario destacar que la ciudad cuenta con un patrimonio muy rico y variado, existiendo en la actualidad proyectos como la recuperación de los palacios del siglo XVI.

Finalmente, es necesario mencionar las marcas “Turismo Verde”, en la que Vitoria-Gasteiz tiene mucho que decir, así como el potencial gastronómico del destino. No obstante, cabe destacar la **escasa relevancia cosechada por el título de Green Capital, el cual únicamente ha tenido impacto en círculos específicos**. Este hecho ha sido algo diferente en el caso de la capital gastronómica, de mayor impacto e interés entre los turistas y que ha impulsado la creación de una oferta turística de calidad.

La oferta de Vitoria-Gasteiz se reparte, a día de hoy, entre los Congresos y el Turismo vacacional de calidad, el cual se nutre de la oferta complementaria existente a efectos de resultar atractivo.

Enquesta turística – Model distribuït

Enquesta d'usos turístics – El cas de les ciutats de Vitoria-Gasteiz i Girona

L'objectiu principal d'aquesta enquesta passa per la recollida de resultats relatius a la percepció que el turista obté respecte als destins de Vitoria-Gasteiz i Girona, a efectes de procedir a la comparació dels mateixos amb el punt de vista de la situació real del destí.

Subratlli la resposta escollida per a cada pregunta o marqui-la amb vermell, i retorneu-la si us plau al correu d'on l'ha rebut.

Cas 1: Vitòria-Gasteiz

1. Heu visitat la ciutat alguna vegada?

- a) Sí.
- b) No, però tinc la intenció de fer-ho. (Passeu a la pregunta 8)
- c) No, i no tinc cap previsió de fer-ho. (Passeu a la pregunta 8)
- d) Resideixo o he residit a Vitòria-Gasteiz.

2. En cas de resposta afirmativa en la pregunta anterior, quantes vegades l'heu visitat?

- a) Entre 1 i 3.
- b) Entre 3 i 5.
- c) Més de 5.

3. Si ha visitat la ciutat, quines considera que són les seves limitacions respecte a altres destins semblants?

- a) Escassa oferta comercial i d'oci.
- b) Infraestructures turístiques deficientes.
- c) Falta de valor afegit respecte a altres localitats semblants.
- d) Patrimoni natural i/o cultural d'escàs interès.
- e) Preus elevats en relació a l'oferta existent.
- f) Altres (Especifiqueu-ho).

4. En una escala d'entre 0 i 10 (on '0' és molt dolenta, i '10' és genial), valoreu la qualitat de l'experiència turística obtinguda en la vostra visita a la ciutat.
5. Breument, quins són els aspectes positius que destacaria de Vitoria-Gasteiz?
6. Breument, quins són els aspectes negatius més remarcables de Vitoria-Gasteiz?
7. Es correspon la percepció prèvia a la seva visita amb l'obtinguda després de la finalització de la mateixa?
- a) Sí
 - b) No, esperava una ciutat amb un patrimoni cultural i natural menys atractiu.
 - c) No, esperava una ciutat d'escassa tradició gastronòmica.
 - d) No, esperava una oferta comercial més diversificada.
 - e) No. (Especifiqueu-ho).
8. Com va conèixer aquest destí?
- a) En el transcurs d'una ruta per la zona.
 - b) A través d'una agència de viatges
 - c) A través d'un acte cultural propi de la ciutat (AZKENA Rock, FesTVaI, Magialdia, etc.)
 - d) Me la va recomanar un familiar o amic.
9. Amb quina tipologia turística associa aquesta ciutat?
- a) Turisme cultural i d'oci.
 - b) Turisme de negocis / de congressos.
 - c) Turisme gastronòmic.
 - d) Turisme de sol i platja.
 - e) Altres (Especifiqueu-ho).
10. Quina és la seva percepció amb respecte al destí?
- a) Ciutat industrial d'escàs encant.
 - b) Ciutat que destaca pel seu patrimoni natural i cultural.
 - c) Ciutat poc interessant en comparació amb la resta de localitats del seu entorn..
 - d) Ciutat equilibrada i moderna amb molt a oferir als seus visitants.
 - e) Altres (Especifiqueu-ho).
11. Quina és la imatge que li ve al cap quan pensa amb Vitoria?
- a) Esdeveniments culturals (Especifiqueu-los).
 - b) Llocs emblemàtics o icònics (Especifiqueu-los).
 - c) Cultura gastronòmica.
 - d) Absolutament cap.
 - e) Altres (Especifiqueu-ho).
12. Quins considera que són els millors mitjans de transport per arribar a la ciutat?
- a) Vehicle Particular
 - b) Autobús
 - c) Tren
 - d) Avió
 - e) Altres (Especifiqueu-ho)
13. Assenyali els punts que considera són un llastre pel desenvolupament turístic de Vitoria-Gasteiz.
- a) Desconeixement del destí.
 - b) Política de promoció poc adequada.

- c) Marca turística dèbil i escassament reconeguda.
- d) Preus poc concordants amb la realitat del destí.
- e) Altres (Especifiqueu-ho)

14. Assenyali els punts que considera afavoreixen el desenvolupament turístic Vitoria-Gasteiz.

- a) Proximitat a altres destins populars.
- b) Comunicacions de bona qualitat.
- c) Marca turística forta i convenientment identificada amb la realitat del territori.
- d) És un destí turístic de qualitat.
- e) Altres (Especifiqueu-ho)

15. En base al seu grau de coneixement del destí, considera que el turisme com activitat econòmica està convenientment integrat al teixit econòmic del destí?

- a) Sí
- b) Sí, tenint en compte que es tracta d'un sector incipient.
- c) No, es tracta d'un sector residual.
- d) No, es tracta d'un sector d'escàs caràcter vertebrador.
- e) No, no se tracta d'una activitat econòmica que estigui recolzada per les institucions locals.
- f) No, per totes les raons anteriorment esmentades.

16. Quins són els factors que expliquen la situació actual del turisme a la ciutat de Vitoria-Gasteiz?

- a) El terrorisme ha frenat el seu desenvolupament.
- b) La seva estructura econòmica no ha afavorit la implantació d'aquesta activitat.
- c) Falta de recolzament institucional.
- d) Caràcter de la ciutadania.
- e) El turisme no presenta absolutament cap tipus de problema respecte a la seva integració. Està totalment integrat.

Segon cas: Girona

1. Heu visitat la ciutat alguna vegada?

- a) Sí.
- b) No, però tinc la intenció de fer-ho. (Passeu a la pregunta 8)
- c) No, i no tinc cap previsió de fer-ho. (Passeu a la pregunta 8)
- d) Resideixo o he residit a Girona.

2. En cas de resposta afirmativa en la pregunta anterior, quantes vegades l'heu visitat?

- a) Entre 1 i 3.
- b) Entre 3 i 5.
- c) Més de 5.

3. Si ha visitat la ciutat, quines considera que són les seves limitacions respecte a altres destins semblants?

- a) Escassa oferta comercial i d'oci.
- b) Infraestructures turístiques deficientes.
- c) Falta de valor afegit respecte a altres localitats semblants.
- d) Patrimoni natural i/o cultural d'escàs interès.
- e) Preus elevats en relació a l'oferta existent.

- f) Altres (Especifiqueu-ho).
- 4. En una escala d'entre 0 i 10 (on '0' és molt dolenta, i '10' és genial), valoreu la qualitat de l'experiència turística obtinguda en la vostra visita a la ciutat.**
- 5. Breument, quins són els aspectes positius que destacaria de Girona?**
- 6. Breument, quins són els aspectes negatius més remarcables de Girona?**
- 7. Es correspon la percepció prèvia a la seva visita amb l'obtinguda després de la finalització de la mateixa?**
- a) Sí
 b) No, esperava una ciutat amb un patrimoni cultural i natural menys atractiu.
 c) No, esperava una ciutat d'escassa tradició gastronòmica.
 d) No, esperava una oferta comercial més diversificada.
 e) No. (Especifiqueu-ho).
- 8. Com va conèixer aquest destí?**
- a) En el transcurs d'una ruta per la zona.
 b) A través d'una agència de viatges
 c) A través d'un acte cultural propi de la ciutat (Girona Temps de Flors, Girona tot l'any, eventos gastronòmicos, etc.)
 d) Me la va recomanar un familiar o amic.
- 9. Amb quina tipologia turística associa aquesta ciutat?**
- a) Turisme cultural i d'oci.
 b) Turisme de negocis / de congressos.
 c) Turisme gastronòmic.
 d) Turisme de sol i platja.
 e) Altres (Especifiqueu-ho).
- 10. Quina és la seva percepció respecte aquest destí?**
- a) Ciutat industrial d'escàs encant.
 b) Ciutat que destaca pel seu patrimoni natural i cultural.
 c) Ciutat poc interessant en comparació amb la resta de localitats del seu entorn..
 d) Ciutat equilibrada i moderna amb molt a oferir als seus visitants.
 e) Altres (Especifiqueu-ho).
- 11. Quina és la imatge que li ve al cap quan pensa amb Girona?**
- a) Esdeveniments culturals (Especifiqueu-los).
 b) Llocs emblemàtics o icònics (Especifiqueu-los).
 c) Cultura gastronòmica.
 d) Absolutament cap.
 e) Altres (Especifiqueu-ho).
- 12. Quins considera que són els millors mitjans de transport per arribar a la ciutat?**
- a) Vehicle Particular
 b) Autobús
 c) Tren
 d) Avió
 e) Altres (Especifiqueu-ho)
- 13. Assenyali els punts que considera són un llastre pel desenvolupament turístic de Girona.**

- a) Desconeixement del destí.
- b) Política de promoció poc adequada.
- c) Marca turística dèbil i escassament reconeguda.
- d) Preus poc concordants amb la realitat del destí.
- e) Altres (Especifiqueu-ho)

14. Assenyali els punts que considera afavoreixen el desenvolupament turístic de Girona.

- a) Proximitat a altres destins populars.
- b) Comunicacions de bona qualitat.
- c) Marca turística forta i convenientment identificada amb la realitat del territori.
- d) És un destí turístic de qualitat.
- e) Altres (Especifiqueu-ho)

15. En base al seu grau de coneixement del destí, considera que el turisme com activitat econòmica està convenientment integrat al teixit econòmic del destí?

- a) Sí
- b) Sí, tenint en compte que es tracta d'un sector incipient.
- c) No, es tracta d'un sector residual.
- d) No, es tracta d'un sector d'escàs caràcter vertebrador.
- e) No, no se tracta d'una activitat econòmica que estigui recolzada per les institucions locals.
- f) No, per totes les raons anteriorment esmentades.

16. Quins són els factors que expliquen la situació actual del turisme a la ciutat de Girona?

- a) El terrorisme ha frenat el seu desenvolupament.
 - b) La seva estructura econòmica no ha afavorit la implantació d'aquesta activitat.
 - c) Falta de recolzament institucional.
 - d) Caràcter de la ciutadania.
 - e) El turisme no presenta absolutament cap tipus de problema respecte a la seva integració. Està totalment integrat.
-