



FORO SOBRE EL TURISMO EN LA EURORREGIÓN GALICIA-NORTE DE PORTUGAL

Documento de conclusiones



CLUB FINANCIERO
DE SANTIAGO

FORO TURISMO EN LA EUORREGIÓN

Roberto Pereira, presidente del Club Financiero de Santiago, abrió el foro sobre turismo en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal, subrayando el valor estratégico de fortalecer la cooperación turística entre ambos territorios. Fue el último foro organizado por la entidad en 2025 para celebrar su decimoquinto aniversario.

Pereira destacó la importancia de la Eurorregión en términos de inversión y posicionamiento, y reivindicó el papel del turismo como sector económico de primer nivel. Aunque “no es una industria tradicional porque no explota recursos físicos”, subrayó que sí es “una fábrica de experiencias” y una actividad que ya representa más del 10% del PIB gallego. Respaldó esta afirmación con datos recientes: cerca de 400 millones de euros ingresados en alojamientos entre enero y octubre y alrededor de medio millón de visitantes solo en el mes de octubre.

El presidente del CFS centró su intervención en el reto de la excelencia y enumeró los temas que considera esenciales en la agenda inmediata del sector: calidad, desestacionalización, sostenibilidad, nuevas soluciones basadas en inteligencia artificial y la preparación para el Xacobeo 2027, “una oportunidad que ya tenemos a la vuelta de la esquina”.

Cerró su intervención agradeciendo a los expertos su presencia y expresando su confianza en que el foro contribuirá a “impulsar un crecimiento sostenible y competitivo para el turismo tanto en Galicia como en el Norte de Portugal”.



Roberto Pereira

Galicia y el Norte de Portugal conforman un espacio económico potentísimo dentro de Europa, y el turismo, aunque no sea una industria al uso, es hoy una auténtica fábrica de experiencias cuyo peso supera ya el 10% del PIB gallego. Nuestro reto es avanzar hacia la excelencia y la calidad.



1

El **Foro sobre el turismo en la Eurorregión Galicia-Norte de Portugal** se celebró en Santiago el 26 de noviembre. La primera mesa de debate se centró en la *visión del sector turístico: formación, hostelería y congresos*.

Moderada por Ignacio Capeáns, director de Onda Cero Galicia, en ella participaron:

- **José Antonio Liñares**, portavoz de la Unión Hotelera Compostela
- **José Paz**, director del Centro Superior de Hostelería de Galicia
- **Ana Trevisani**, presidenta de OPC Galicia-Organizadores profesionales de congresos
- **Pepe Formoso**, de la Asociación Profesional do Turismo da Costa da Morte



FORO TURISMO EN LA EUORRREGIÓN

El turismo como motor social y económico

José Antonio Liñares, portavoz de la Unión Hotelera Compostela, abrió su intervención recordando la profunda transformación que ha vivido el sector turístico desde los años 90. Evocó una época de “bonanza, entusiasmo y crecimiento constante”, en la que Santiago se convirtió en “un destino envidiado y un modelo que otros querían copiar”. Aquellos años, marcados por el impulso de proyectos como la Capitalidad Cultural de 2000, conformaron un escenario que contrastaría con la percepción más problemática del turismo en la actualidad.

Liñares subrayó que la actividad turística sigue siendo “una fuente de generación de riqueza silenciosa”, fundamental para Compostela y para Galicia, aunque a menudo poco comprendida. A su juicio, el debate público tiende a simplificar un sector complejo que, pese a sus limitaciones como industria de alto valor añadido, aporta beneficios transversales decisivos.

El portavoz analizó también una de las tensiones habituales del sector: los efectos colaterales de la saturación en áreas concretas como el entorno de la Catedral. Aunque reconoció las molestias para los vecinos, recordó que el centro histórico está hoy escasamente habitado por dinámicas previas al fenómeno turístico.

En la recta final de su intervención, destacó el profundo cambio que vive la hostelería, un sector que durante años se apoyó en “el sacrificio extenuante y la autoexplotación” de miles de profesionales.

Liñares concluyó con un llamamiento a superar los discursos negativos sobre el turismo: “El mundo sería un lugar mucho peor sin turismo y sin hostelería”, afirmó, defendiendo una actividad que considera generosa, agradecida y esencial para la sociedad gallega.



José Antonio Liñares

El turismo gallego es una fuente de riqueza silenciosa que repercute de forma transversal en la sociedad; no será una industria de gran valor añadido, pero es un síntoma claro de prosperidad y un sector que debemos apoyar y defender, más allá de discursos que solo lo ven como un problema.



FORO TURISMO EN LA EUORRREGIÓN

La conexión directa con las empresas, clave del éxito del CSHG

José Paz, director del Centro Superior de Hostelería de Galicia (CSHG), inició su intervención recordando el camino recorrido por el sector turístico y hostelero en las últimas décadas. Destacó que el CSHG cumple este año 30 años, un hito que sirve para poner en perspectiva la transformación de la formación turística en España, un país que, pese a ser potencia mundial, “llegó sorprendentemente tarde a disponer de estudios superiores reglados en turismo y hostelería”.

Paz repasó la trayectoria del centro, que nació como un proyecto pionero y que ha evolucionado desde certificaciones propias hasta convertirse, hace apenas cuatro años, en un grado oficial de la Universidad de Santiago. Este curso, anunció, se graduará la primera promoción de titulados oficiales tras tres décadas de historia.

Uno de los pilares de su intervención fue la inserción laboral temprana, un rasgo distintivo del CSHG desde sus inicios. Explicó que todos los alumnos realizan prácticas desde el primer año, en cursos intensivos de 11 meses de duración, y que esta metodología ha permitido que hoy la incorporación laboral sea “prácticamente del 100%”.

Subrayó también que el sector necesita perfiles con *soft skills*, polivalentes y capaces de adaptarse a distintos departamentos: dirección, recursos humanos, calidad o gastronomía. “El profesional de hoy no puede limitarse a una única función, debe estar preparado para moverse en estructuras cada vez más complejas”, afirmó.

El director del CSHG dedicó especial atención al impacto de la inteligencia artificial, que está obligando a revisar los planes de estudio “casi en tiempo real”. Ante este escenario, defendió una formación flexible, conectada con el mercado y con capacidad para anticiparse a nuevas demandas.



José Paz

Después de 30 años, por fin Galicia gradúa a sus primeros titulados oficiales en gestión hotelera, y nuestra experiencia demuestra que la clave está en formar profesionales adaptables desde el primer día, con prácticas obligatorias y habilidades que permitan su incorporación inmediata a un mercado que cambia a gran velocidad.



FORO TURISMO EN LA EUORREGIÓN

Turismo de congresos: un motor económico estratégico y sostenible

"¿Os dais cuenta en cifras lo que significa ser el 10% de ese casi 12% del PIB gallego? Hablamos de más de medio millón de personas", subrayó Ana Trevisani, presidenta de OPC Galicia- Organizadores profesionales de congresos, durante su intervención en el foro, destacando la relevancia de un sector a menudo poco visibilizado, el turismo de congresos.

Trevisani comenzó situando al turismo de congresos y reuniones como un segmento fundamental dentro del panorama turístico de Galicia, representando aproximadamente el 10% del PIB generado por el turismo, un público de alto poder adquisitivo cuyo impacto económico supera ampliamente al del turismo vacacional. "Un congreso medio genera siempre un 30% más que el gasto de un turismo vacacional; si hablamos de eventos corporativos, podemos llegar al 40%, y en incentivos hasta el 50 o incluso 100% según el presupuesto", explicó.

Durante su intervención, Trevisani detalló la estructura del sector: congresos, ferias profesionales, eventos corporativos e incentivos. La presidenta recordó la historia del turismo de congresos en Galicia, señalando que su desarrollo ha requerido un trabajo intenso y constante de colaboración público-privada. "Al principio no nos consideraban [...] a nadie le encajaba que congresos y reuniones pudiesen estar unidos al turismo", relató, destacando la labor de la Xunta de Galicia y de los clústeres turísticos en la promoción y captación de eventos nacionales e internacionales.

Finalmente, Trevisani puso de relieve la sostenibilidad y el perfil responsable del turista de congresos, que valora el patrimonio, la diferenciación del territorio y el respeto por el entorno. Concluyó destacando la importancia de la coordinación entre administraciones y sector privado: "Cuando nos entendemos y unos y otros nos apoyamos, salen bien las cosas", asegurando que Galicia está plenamente preparada para consolidar su posición en el mapa mundial del turismo de congresos.



Ana Trevisani

El turismo de congresos y reuniones ya representa cerca del 10% de ese 12% del PIB que aporta el turismo en Galicia: hablamos de más de medio millón de personas y de un visitante que gasta entre un 30% y un 100% más que el turismo vacacional.



Autenticidad como sello turístico da Costa da Morte

"Somos auténticos polo que somos, non polo que debemos ser", destacou Pepe Formoso, presidente de la Asociación Profesional do Turismo da Costa da Morte, durante su participación en el coloquio, poniendo en valor la singularidad de un territorio con identidad propia dentro del turismo gallego.

Formoso inició su intervención destacando la riqueza del territorio: un enclave con patrimonio, naturaleza y gastronomía de primer nivel, en el que la autenticidad se ha mantenido, en parte por el aislamiento histórico. "Afortunadamente vemos o turismo como unha capilaridade que recorre toda a rede turística de Galicia, pero para que cheguen á Costa de la Morte hai que sortear grandes destinos e cidades históricamente más turísticos", explicó, resaltando tanto las oportunidades como los desafíos de su localización.

Formoso hizo hincapié en la profesionalización del sector, un proceso que se ha ido consolidando en los últimos años gracias a la formación. Formoso describió las señas de identidad de la Costa de la Morte: autenticidad, patrimonio, naturaleza y gastronomía, esta última convirtiéndose en un factor diferenciador incluso más relevante que el paisaje o los monumentos. "Tenemos una gastronomía auténtica, accesible en muchísimos establecimientos y también económica, ofreciendo lo mejor de nosotros a cada visitante", aseguró, enfatizando que esta combinación es la base del futuro turístico del territorio.

Asimismo, destacó la colaboración público-privada y el trabajo con administraciones y grupos de acción local para canalizar fondos europeos y promover el destino: "Contamos con muy buenas relaciones con Turismo de Galicia y coa Consellería de Mar, a Deputación da Coruña e os grupos locais, que sempre están poñendo foco en sitios que habitualmente non o tiña".



Pepe Formoso

A Costa da Morte ten un valor engadido que non podemos perder: a autenticidade. Precisamos mellorar a formación e as infraestruturas, pero sen renunciar ao noso ADN, porque a nosa identidade, a natureza, o patrimonio e a gastronomía son o que realmente nos diferencian.



FORO TURISMO EN LA EURORREGIÓN

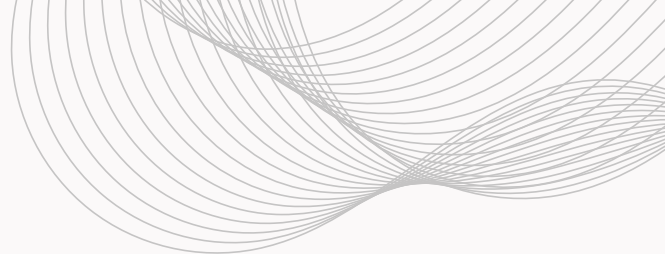
El segundo turno de intervenciones se abrió intentando responder a la contradicción entre el buen momento estadístico del turismo en España y la sensación de “momento delicado” que sobrevuela el debate público. Los participantes coincidieron en que estamos ante un cambio de paradigma. Según Formos, hoy “viaxar é outra cousa” y se priorizan nuevas motivaciones como “o turismo cultural, o viaxe sostible ou a experiencia cola familia — incluíndo aos animais—”, algo que “obriga a repensalo todo”.

Aunque se habla de masificación, especialmente en Santiago, desde la Costa da Morte se cuestionó este término. “Non podemos falar de masificación cando hai un 55% de ocupación media todo o ano”, se dijo, insistiendo en evitar un discurso exagerado.

Aun así, sí se reconocieron problemas puntuales, vinculados sobre todo a momentos de enorme concentración y falta de planificación temporal: “É unha cuestión de organización. Se todos os colexios veñen na mesma semana, a masificación é inevitable”.

Desde el turismo de congresos, Ana Trevisani defendió que no existe un problema estructural sino una necesaria “gestión del éxito”. Para este segmento, Galicia destaca por ofrecer un valor diferencial basado en la experiencia, lo que explica el creciente interés internacional: “La gente viene porque Galicia es diferente”. En este sentido, se advirtió sobre la necesidad de ordenar flujos, sin caer en mensajes disuasorios: “Dejemos de decir ‘no vengáis’. Se trata de organizar, distribuir y gestionar”.

El debate introdujo también la cuestión del tamaño y la capacidad. Aunque Galicia no puede albergar congresos de 4.000 participantes, esto, lejos de ser un límite, puede interpretarse como ventaja competitiva: “No necesitamos congresos más grandes, necesitamos congresos de 500, de 800; crecer de forma equilibrada”. Sin embargo, sí se subrayó un riesgo mayor a corto plazo: “El problema crítico ahora es la conectividad aérea”, un factor que puede frenar un crecimiento construido durante décadas. La presidenta de OPC Galicia indicó que ya se estaban perdiendo congresos por los problemas de comunicación aérea.



Otra parte del debate abordó la creciente turismofobia alimentada —en opinión de algunos ponentes— por “una corriente que intenta tirar abajo lo que tanto costó construir”. Se alertó del peligro de trasladar a la opinión pública una imagen de saturación que no se corresponde con la realidad y que puede desviar la atención de los verdaderos desafíos. Uno de ellos, insistieron, es la calidad del servicio y la profesionalización del sector. “Si queremos una hostelería de nivel, tenemos que profesionalizarla, formarla y pagarla”, se defendió, poniendo el foco en la formación continua y la mejora del servicio.

Finalmente, desde la perspectiva territorial se reivindicó que Galicia no puede mirarse en el espejo de destinos soleados sino en otros modelos atlánticos: “Nuestro turismo se parece mucho más al de Irlanda o Escocia que al resto de España”. Por eso, se pidió superar complejos históricos y pensar el destino desde la diferenciación, y no desde modelos que no encajan.

En conclusión, los participantes coincidieron en que Galicia vive un escenario de oportunidades, pero en un contexto de “inestabilidad conceptual”: exceso de ruido político, discursos negativos, competencia creciente, y nuevas sensibilidades sociales. Como resumió uno de los ponentes: “La capacidad de crecimiento es enorme, pero estamos despistados. Debemos dejar de fantasear con problemas que no existen y enfocarnos en construir el futuro que queremos para Galicia”.

CONCLUSIONES

- ✓ El turismo sigue siendo un motor económico decisivo.
- ✓ Los discursos negativos sobre el sector son una amenaza.
- ✓ Cambio de paradigma: el viajero actual busca experiencias culturales, sostenibles y auténticas.
- ✓ El turismo de congresos se consolida como segmento estratégico.
- ✓ El peso de la formación y la profesionalización es clave.
- ✓ La autenticidad del territorio es un valor diferenciador.
- ✓ El principal riesgo no es la masificación, sino la mala gestión de flujos.

RETOS DE FUTURO

- ✓ Mejorar la conectividad aérea y la movilidad interna.
- ✓ Avanzar hacia un pacto de turismo estable y coordinado.
- ✓ Gestionar con eficacia picos de demanda y espacios saturados.
- ✓ Desarrollar políticas de calidad y sostenibilidad.
- ✓ Incorporar la inteligencia artificial y actualizar los modelos formativos.
- ✓ Aumentar la profesionalización y captar talento cualificado.
- ✓ Conservar la autenticidad del territorio sin frenar su desarrollo.

2

La segunda mesa de debate abordó la *estrategia turística de la Eurroregión Galicia-Norte de Portugal*. Durante el coloquio se puso en común la importancia de colaborar y trabajar conjuntamente, además de destacar el peso económico de este sector en ambas regiones.

Moderada por Eva Millán, periodista de RadioVoz, en ella participaron:

- **Xosé Manuel Merelles**, director de Turismo de Galicia
- **Jesús Picallo**, vicepresidente del Clúster de Turismo de Galicia
- **Luis Pedro Martins**, presidente de la Asociación de Turismo de Porto-Norte de Portugal
- **Francisco Calheiros**, presidente de Solares de Portugal
- **Melchor Fernández**, profesor de la facultad de Ciencias Económicas de la USC



FORO TURISMO EN LA EUORREGIÓN

Galicia y el norte de Portugal funcionan como un mismo ecosistema turístico

La intervención de Xosé Manuel Merelles, director de Turismo de Galicia, puso el acento en la solidez de la colaboración turística entre Galicia y el norte de Portugal. Recordó que la idea de “un destino, dous países”, formulada por una antecesora suya, Carmen Pardo, sigue plenamente vigente y resume la manera en que ambos territorios se desarrollaron de forma paralela, compartiendo productos, retos y oportunidades.

Merelles destacó el papel decisivo del Camino de Santiago como eje vertebrador: “Así nos ven os peregrinos, especialmente os internacionais”, afirmó, subrayando el crecimiento sostenido del Camino Portugués y del Camino Portugués da Costa. Insistió además en que la percepción del visitante es clara: gastronomía, paisajes y acogida conforman un territorio continuo que trasciende la frontera.

El director puso en valor los proyectos de cooperación transfronteriza, desde la conexión Xurés–Gerês hasta el Miño navegable, así como el trabajo conjunto con el sector a través del Clúster de Turismo y el Turislab. También recordó la enorme importancia del excursionismo portugués y el creciente interés desde Lisboa hacia Galicia.

Merelles cerró destacando que este es “o mellor momento de colaboración turística entre ambos territorios”, con el Camino como columna vertebradora de una Eurorregión que funciona, en la práctica, como un único ecosistema turístico.



Xosé Manuel Merelles

A relación que temos Galicia e o Norte de Portugal no eido turístico resúmese cunha frase [...] ‘un destino dous países’. Un lema de hai máis de 15 anos pero sigue totalmente vixente. O desenvolvemento turístico foi moi parello.



FORO TURISMO EN LA EURORREGIÓN

Alerta sobre la situación aeroportuaria y una promoción internacional más ambiciosa

La intervención de Jesús Picallo, vicepresidente del Clúster de Turismo de Galicia, se centró en la cooperación transfronteriza como una necesidad estratégica para el futuro del sector. Recordó que Galicia y el Norte de Portugal conforman “una unidad geográfica que el visitante percibe de manera natural”, pero que aún tiene margen para profundizar en una gestión turística conjunta y más ambiciosa.

Picallo destacó el trabajo desarrollado desde el Clúster transfronterizo (Clustertur_GNP). Subrayó la complementariedad de recursos —gastronomía, naturaleza, patrimonio, bienestar o cultura— y la fortaleza de un territorio donde el Camino actúa como eje vertebrador del flujo turístico.

El vicepresidente remarcó la importancia de la promoción internacional y del turismo de experiencias, “porque hoy el viajero no busca un destino, sino vivencias que se conecten entre sí”. En este sentido, valoró el papel del Clúster, que agrupa a más de 4.500 entidades, y que permite aprovechar economías de escala, compartir diagnósticos y diseñar productos y rutas integradas en toda la Eurorregión.

Uno de los puntos más críticos de su intervención fue la situación aeroportuaria, que definió como “una amenaza real” para la competitividad del destino. Explicó la pérdida de rutas y su impacto inmediato en el sector. Insistió en la necesidad de coordinarse con la Administración y el Comité aeroportuario para anticipar soluciones.

También puso en valor los avances en digitalización y datos, como los contadores de peregrinos que permiten planificar inversiones con criterios más fiables, así como la oportunidad de acceder conjuntamente a fondos europeos para proyectos innovadores.



Jesús Picallo

Galicia y el Norte de Portugal constituyen una unidad geográfica que el visitante percibe de manera natural pero que desde el ámbito turístico tenemos margen para articularla con mayor ambición.



FORO TURISMO EN LA EUORREGIÓN

Claves del éxito transfronterizo

Desde Portugal intervino en primer lugar, Luis Pedro Martins, presidente de la Asociación de Turismo de Porto-Norte de Portugal, que inició su intervención destacando la importancia de la colaboración transfronteriza con Galicia como un factor estratégico para fortalecer la competitividad internacional.

Martins enfatizó que la promoción internacional debe realizarse de manera conjunta, integrando Galicia y Porto-Norte, ya que la escala y la conectividad son esenciales para alcanzar mercados como Estados Unidos, Brasil, Canadá o Asia-Pacífico. Recordó que, para captar grandes operadores turísticos, no basta con mostrar imágenes del territorio; es necesario involucrar a las empresas locales que convierten la promoción en productos concretos. En ese sentido destacó la ejecución de programas transfronterizos. “Podemos empezar con experiencias transfronterizas, pero la cercanía geográfica permite ampliar la colaboración a todo el territorio”, afirmó.

El representante portugués puso en valor los excelentes resultados turísticos del Norte de Portugal: hasta septiembre se registraron 6 millones de huéspedes y 11,5 millones de pernoctaciones, generando ingresos cercanos a 900 millones de euros, cifras que superan la media nacional y anticipan récords. Martins también resaltó la importancia de la infraestructura aeroportuaria como eje de conectividad, señalando que el aeropuerto de Porto ha pasado de 400.000 movimientos hace 30 años a 16 millones, con 130 rutas directas previstas para 2026. Subrayó que el éxito depende de que los vuelos estén completos en ambos sentidos y de mantener una experiencia turística de calidad desde la llegada del visitante.

Cerró su intervención recordando que Galicia y Porto-Norte no son territorios aislados, sino un modelo turístico compartido, donde la cooperación institucional, empresarial y logística es fundamental.



Luis Pedro Martins

Para alcanzar mercados internacionales como Estados Unidos, Brasil o Asia-Pacífico, no basta con promocionar una marca aislada; es esencial la colaboración entre Porto-Norte y Galicia [...] solo trabajando juntos podemos generar experiencias integradas y atraer turistas de manera efectiva.



FORO TURISMO EN LA EUORREGIÓN

Una historia común como el mayor activo para vender experiencias turísticas

Francisco Calheiros, presidente de Solares de Portugal y de la asociación Amigos del Camino Portugués, comenzó su intervención destacando la larga tradición de colaboración entre el Norte de Portugal y Galicia, coincidiendo con el resto de los ponentes. “Para vender este destino necesitamos oferta conjunta, organizada y estructurada”, subrayó, destacando la importancia de productos turísticos coordinados que integren patrimonio, naturaleza y cultura.

Calheiros explicó que los Solares de Portugal y los pazos gallegos representan una identidad y una historia compartida. “Nuestra estrategia es desarrollar itinerarios y redes transfronterizas; la historia y la identidad común son nuestro mayor activo turístico”, afirmó. Señaló que el Camino Portugués de Santiago, en sus variantes central, costera e interior, se ha convertido en un elemento central del turismo transfronterizo, generando peregrinaciones, actividad económica y un fuerte vínculo cultural.

Asimismo, destacó proyectos como la Ruta del Barroco, que integra casas barrocas, iglesias y monasterios del Norte de Portugal y Galicia, sumando alojamiento y gastronomía. “Estas experiencias vivas permiten al visitante disfrutar la historia y la cultura de manera directa”, explicó, mostrando cómo la colaboración práctica entre ambos territorios potencia la oferta turística.

Finalmente, Calheiros puso en valor la dimensión internacional de la estrategia, con itinerarios y redes que conectan Galicia y el Norte de Portugal con otros países europeos y mercados de América Latina, Estados Unidos, Canadá y Australia. “Al final, lo que ofrecemos no son solo destinos, sino experiencias completas que cruzan fronteras y generaciones”, concluyó.



Francisco Calheiros

Nuestro objetivo hoy es concretar esta relación a través de itinerarios turísticos estructurados y experiencias compartidas, como los Caminos Portugueses de Santiago o la Ruta del Barroco, promoviendo el patrimonio, la cultura y la economía local.



FORO TURISMO EN LA EURORREGIÓN

Necesidad de una planificación inclusiva

La intervención de Melchor Fernández, profesor de la Facultad de Ciencias Económicas de la USC y experto en el impacto económico del Camino de Santiago, se centró en un aspecto clave: la percepción social del turismo y la necesidad de planificar mejor para evitar conflictos entre residentes y visitantes.

Explicó que en las zonas rurales, donde existe una relación directa entre la actividad turística y la economía local, “todo el mundo entiende mejor su importancia”. Sin embargo, en las ciudades ocurre lo contrario: quienes no trabajan en el sector “perciben más efectos negativos que positivos”, especialmente cuando ven que el espacio público se orienta más hacia el visitante que hacia el residente. Mencionó como ejemplos las Ramblas de Barcelona o la evolución del Mercado de la Boquería, paralelismos que también identifica hoy en Santiago.

Fernández insistió en que el problema no es la cantidad total de visitantes, sino su concentración en el tiempo y en el espacio: “Aquí estamos lejos del sobreturismo. Lo que existe son momentos puntuales de saturación”. Estos picos están directamente relacionados con la duración media de la estancia. En un destino donde los visitantes pasan “un día y poco”, como Santiago, se generan aglomeraciones en los mismos puntos y a las mismas horas. Por el contrario, “un turista que pasa una semana genera mucha menos distorsión que siete turistas en el mismo día”.

El profesor subrayó que una parte del problema radica también en la falta de comunicación sobre los beneficios reales del turismo: “El residente no es consciente de que gracias a los turistas existe la oferta gastronómica y de servicios que hoy disfruta”, señaló. Y recordó que Galicia es un destino especialmente sensible, porque sus principales atractivos —la gastronomía y el entorno natural— pueden verse afectados por una mala gestión.



Melchor Fernández

Si queremos evitar reacciones negativas, hay que hablar con todo el mundo y planificar pensando en el conjunto del territorio, no solo en el punto de llegada.



FORO TURISMO EN LA EURORREGIÓN

El segundo turno de intervenciones permitió abrir un debate animado, sobre los desafíos, tensiones y oportunidades que comparten Galicia y el Norte de Portugal en materia turística. Las intervenciones, diversas en enfoque pero coincidentes en diagnóstico, pusieron el acento en la necesidad de planificación, coordinación público-privada y visión territorial compartida.

Desde el lado portugués, se insistió en que el éxito de un destino no depende solo del empuje empresarial, sino también de la capacidad de las ciudades para organizarse y adaptarse. Se recordó el ejemplo de Oporto, cuyo crecimiento se debió en gran medida a la inversión privada, pero donde la administración pública “olvidó que, si quieres los ingresos del turismo, tienes que organizar la ciudad para acogerlo”. En contraste, surgió el modelo de Brujas como referencia internacional: una ciudad que, pese a recibir seis millones de visitantes, mantiene un alto nivel de satisfacción vecinal gracias a una gestión ordenada del espacio público. “No hay turismo de más, hay ciudad de menos”, fue la frase que sintetizó esta idea y marcó buena parte de la discusión posterior.

El sector empresarial gallego aportó una mirada complementaria. Se subrayó que la hostelería, los alojamientos y los servicios turísticos “no son el problema, sino la solución”, porque generan empleo, dinamizan la economía local y sostienen una cadena de valor que va desde proveedores artesanos hasta profesionales cualificados. Al mismo tiempo, se reivindicó la calidad del servicio como seña de identidad de Galicia, así como la necesidad de profundizar en la cooperación transfronteriza. La complicidad entre ambos territorios —“vosotros tenéis Oporto, nosotros tenemos la Catedral”, se recordó con humor— volvió a aparecer como un activo estratégico.

El debate también derivó hacia la cuestión de la marca territorial planteada por Calheiros, con propuestas que oscilaron desde las denominaciones históricas comunes hasta la búsqueda de un concepto que refleje la identidad compartida y la centralidad atlántica. La idea de “Galaecia” apareció como guiño al pasado común, mientras que la referencia al “Atlántico” apuntó hacia una proyección internacional conectada con las nuevas rutas aéreas y con la vocación global de ambos territorios.

FORO TURISMO EN LA EURORREGIÓN

La intervención académica, por parte de Melchor Fernández, colocó el foco en la sostenibilidad, entendida en sus tres dimensiones: económica, ambiental y social. Si en las dos primeras Galicia avanza con solidez, la tercera —la aceptación social del turismo— requiere especial atención. El análisis destacó que la percepción del residente urbano es cada vez más crítica, en contraste con la visión mucho más favorable de las zonas que conviven desde hace décadas con la actividad turística. “El turismo o es sostenible, o no habrá turismo”, se advirtió, subrayando que la planificación debe hacerse “con sentido y para todos”. También se recordó que la dispersión territorial y la ampliación de las estancias son claves para reducir la presión en los puntos más frecuentes del destino.

El foro se cerró con un mensaje de cooperación, mirada compartida y voluntad de avanzar en soluciones efectivas para mejorar la gestión turística de ambos territorios.

CONCLUSIONES

- ✓ Galicia y el Norte de Portugal operan ya como un único destino turístico.
- ✓ El Camino de Santiago es el eje vertebral de la cooperación.
- ✓ La complementariedad de recursos refuerza la competitividad.
- ✓ La colaboración público-privada ya genera resultados.
- ✓ La conectividad aérea es un factor crítico.
- ✓ El turismo experiencial y la internacionalización son las nuevas palancas.
- ✓ La sostenibilidad social emerge como cuestión central.

RETOS DE FUTURO

- ✓ Hay que dar un salto de escala en la promoción internacional.
- ✓ Se debe consolidar una marca eurorregional reconocible.
- ✓ Mejorar la conectividad aérea y la coordinación aeroportuaria.
- ✓ Distribuir flujos y alargar estancias.
- ✓ Avanzar en profesionalización y captación de talento.
- ✓ Utilizar herramientas de IA para la gestión turística.
- ✓ Integrar la perspectiva social de la sostenibilidad.