

**O TURISMO COMO FONTE DE RIQUEZA EN GALICIA: ANÁLISE DALGUNHAS EXPERIENCIAS**Fidel MARTÍNEZ ROGET<sup>1</sup>María Nava CASTRO DOMÍNGUEZ<sup>2</sup>José Antonio FRAIZ BREA<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Profesor do Departamento de Economía Aplicada. Facultade de Ciencias Económicas e Empresariais. Universidade de Santiago de Compostela. Email: [fidel.martinez@usc.es](mailto:fidel.martinez@usc.es)

<sup>2</sup> Directora de Turismo de Galicia. [secretaria.turismo@xunta.gal](mailto:secretaria.turismo@xunta.gal)

<sup>3</sup> Profesor do Departamento de Organización de Empresas e Márketing. Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo. Campus Universitario As Lagoas s/n. Ourense. Email: [jafraiz@uvigo.es](mailto:jafraiz@uvigo.es)

---

**Resumo:** Aínda con algunhas experiencias previas, Galicia mantívose allea ao boom turístico que nos anos sesenta experimentou boa parte do territorio español e foi a partir da aprobación do Estatuto de Autonomía cando se comeza a sentar as bases do desenvolvemento do turismo na Comunidade. Nas últimas décadas a actividade turística experimentou un importante crecemento contando na actualidade cunha oferta importante e diversificada. Unha das características máis importantes da actividade turística en Galicia é, xustamente, que non depende dun único tipo de turismo. Neste traballo analízase o Camiño de Santiago como un recurso estratéxico do turismo en Galicia, e tamén o potencial doutras modalidades de turismo como son o turismo termal e o turismo rural. Paralelamente ao crecemento da oferta, a demanda tamén experimentou un auxe importante. O turismo representa na actualidade máis do 11% do PIB e o 12% do emprego da Comunidade. Incrementar a duración das estancias, reducir a estacionalidade turística, incrementar o peso do turismo internacional e orientar a actividade cara unha senda compatible co desenvolvemento sostible, son algúns dos retos a arrostrar nun futuro inmediato.

Palabras chave: Camiño de Santiago, Turismo Termal, Turismo Rural, Galicia.

**Tourism as a source of wealth in Galicia: analysis of some experiences**

Abstract:

Although with some previous experiences, Galicia remained outside the tourist boom experienced in the sixties in the majority of the Spanish territory and it was after the approval of the Statute of Autonomy when the basis for the development of tourism in the Community were established. In the past decades the tourist activity experienced an important growth counting at present with an important and diversified offer. One of the most important characteristics of the tourist activity in Galicia is precisely that it does not depend on a single type of tourism. In this work the Way of Saint James is analyzed as a strategic tourism resource in Galicia, as well as the potential of other tourism categories such as thermal tourism and rural tourism. Together with the growth of supply, demand also experienced an important boom. Tourism currently accounts for more than 11% of GDP and 12% of the employment in Galicia. Increasing the duration of stays, reducing the seasonal dependence of tourism, increasing the weight of international tourism and guiding activity towards a path compatible with sustainable development are some of the challenges to be faced in the near future.

Key words: The Way of Saint James, Thermal Tourism, Rural Tourism, Galicia.

---

## 1. Introducción

Nos últimos 50 anos a actividade económica, tanto no conxunto de España como en Galicia, experimentou un importante crecemento e tamén cambios estruturais. Unha das transformacións máis importantes ten que ver precisamente co cambio na estrutura produtiva, en favor da industria e dos servizos e en detrimento da agricultura. No ano 1960 o sector servizos empregaba en España a menos de un terzo dos traballadores, namentres que na actualidade máis das tres cuartas partes dos traballadores están ocupados neste sector. A hostalería ten en España moito máis peso ca nos principais países da UE, o que pon de manifesto a importancia do turismo dentro da economía. En España, o turismo representa na actualidade máis do 40% das exportacións de servizos e os ingresos por turismo son o triplo dos pagamentos, contribuíndo de modo decisivo ao equilibrio da balanza de pagamentos (García Delgado e Myro, 2017).

Malia que con algunhas experiencias previas, sobre todo relacionadas co termalismo ou coa celebración dos anos Santos, Galicia mantívose, de todas formas, allea ao boom turístico que nos sesenta do pasado século experimentou boa parte do territorio español, sobre todo da man do popularmente coñecido como turismo de sol e praia. Foi a partir da Constitución de 1978 e da posterior aprobación do Estatuto de Autonomía, cando se sentaron as bases para o desenvolvemento turístico en Galicia. Na actualidade o turismo ten na rexión un peso semellante ao do conxunto de España, representando arredor do 11% do PIB e o 12% do emprego da Comunidade Autónoma (Exceltur, 2016; INE, 2018a).

O territorio galego conta con importantes recursos e atributos internos óptimos para o desenvolvemento de diferentes modalidades de turismo. Galicia conta con potencial para o turismo rural, para o turismo termal, para o turismo urbano, para o turismo cultural, náutico, de congresos ou enogastronómico, onde a Comunidade ocupa un dos primeiros lugares do ránking de destinos gastronómicos preferidos polos españois. Todo isto sen esquecer do potencial que supón o Camiño de Santiago dende unha dupla perspectiva: como elemento para mellorar a imaxe e a marca de Galicia no exterior e como instrumento para a dinamización socioeconómica dos territorios polos que transcorren os distintos Camiños.

Unha análise espacial da actividade do turismo en Galicia revela unha importante concentración, tanto en orixe como en destino. Por unha banda, compróbase como A Coruña e Pontevedra concentran a maior parte da demanda turística galega. As dúas provincias representan conxuntamente arredor do 80% dos viaxeiros e das noites totais rexistradas nos hoteis de Galicia. Por outra banda, os estranxeiros representan arredor do 30% da demanda hotelaria, evidenciando unha elevada dependencia da demanda interna. Máis aínda, a meirande parte dos viaxeiros hospedados nos hoteis galegos proveñen da propia rexión, que sumados aos doutras seis comunidades autónomas representan o 86% do total, o que revela unha significativa concentración en orixe (INE, 2018b).

No horizonte, albíscanse oportunidades, pero tamén riscos para o turismo galego. Por unha banda, nos últimos anos está en expansión un segmento de turistas que procuran unha maior calidade na experiencia turística, máis pausada e calma, na que prevaleza o repouso e o relax nun ambiente tranquilo, en contacto coa cultura, o patrimonio local e a natureza. Hai segmentos importantes de turistas que buscan a autenticidade e a personalización do produto turístico. Isto supón unha importante oportunidade para o turismo galego que conta coas características suficientes para satisfacer a esta demanda. Por outra banda, existen algunhas ameazas e tamén fraquezas que se deben ter en conta. Entre as primeiras poderíamos citar a preocupación que nos últimos tempos supón a masificación turística ou a irrupción do mal chamado turismo colaborativo, namentres

que entre as debilidades e oportunidades estarían as reducidas tarifas diarias medias ou os ingresos por habitación dispoñible nos hoteis, de entre os máis baixos de España malia que cunha tendencia á alza na actualidade. Tamén estarían neste grupo, a reducida duración da estancia, o baixo grao de ocupación das prazas ou a elevada concentración temporal da demanda.

Pero máis aló dalgunhas dificultades e retos que será preciso arrostrar, está claro que Galicia é un territorio, dende o punto de vista turístico, multidestino. A súa riqueza cultural, enogastronómica, natural, paisaxística, histórica e monumental; unida á hospitalidade recoñecida das súas xentes permite configurar produtos en calquera das tipoloxías turísticas. Porén, neste traballo centrarémonos na oferta turística máis diferenciadora de Galicia, que pola complementariedade e transversalidade do turismo, ademais de lle dar ese grao de singularidade contribúe ao desenvolvemento sostible, partindo do medio ambiente cara ao económico e social.

En concreto, centrarémonos en primeiro lugar, nos Camiños de Santiago, como oferta turística cultural, relixiosa e mesmo deportiva, cunha dimensión mundial e fonte de atracción única de visitantes nacionais e estranxeiros a Galicia. En segundo lugar, a oferta termal de Galicia ten unha presenza destacable principalmente a nivel nacional no turismo de saúde e benestar e menos no turismo médico; ademais, os hoteis balnearios están creando produtos turísticos aproveitando a riqueza da contorna na que están situados, sobre todo pola vía do turismo deportivo, xerando unha maior proxección internacional. Por último, analizarase a evolución da oferta e da demanda do turismo rural en Galicia, facendo referencia ás súas fraquezas, pero tamén ao seu potencial para contribuír ao desenvolvemento do medio rural, na medida en que saiba aproveitar as novas motivacións turísticas e a riqueza natural, cultural e patrimonial con que conta a Comunidade e o impulso que lle poidan achegar os Camiños de Santiago e o termalismo.

## **2. O Camiño de Santiago: un recurso estratéxico no desenvolvemento turístico de Galicia**

Cando falamos dos cambios máis significativos no último medio século no turismo en Galicia, temos que aludir necesariamente ao Camiño de Santiago, referente internacional no seu modelo de xestión, na imaxe de marca como carta de presentación, no desenvolvemento socioeconómico, particularmente nos concellos do rural, ou mesmo no acubillo aos peregrinos coa Rede Pública de Albergues do Xacobeo, que hoxe conta con preto de 70 establecementos e máis de 3.000 prazas.

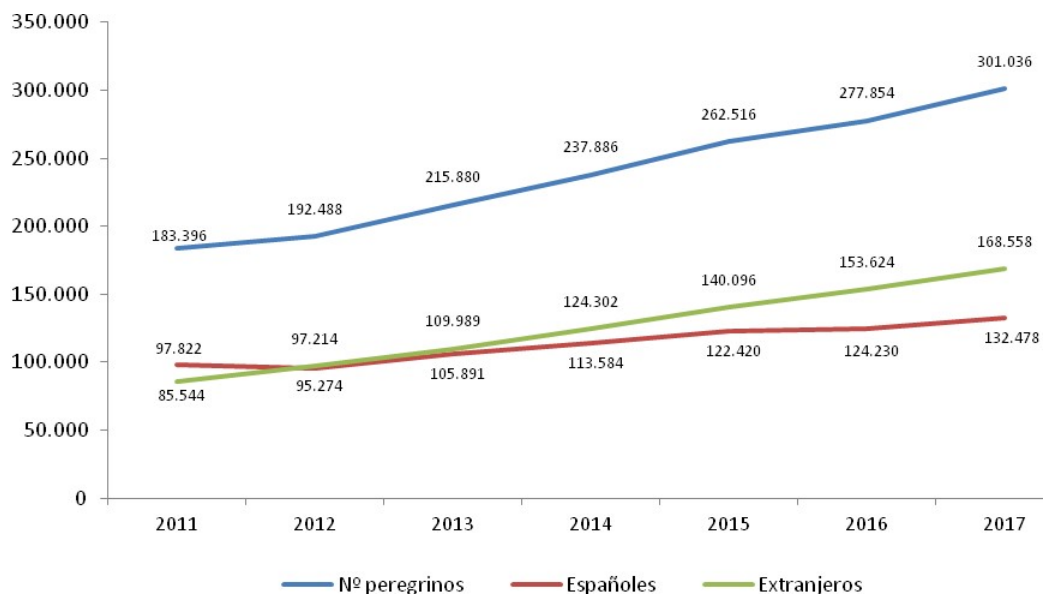
Dende a celebración do último Xacobeo 2010 son moitos os aspectos que cambiaron no Camiño de Santiago. Aquele ano chegaron á Praza do Obradoiro 272.412 peregrinos, unha cifra inédita ata ese momento. Os 277.854 peregrinos do ano 2016 pulverizaron, porén, todas as marcas coñecidas ata ese momento. Podería ser atribuído á celebración do Xubileo da Misericordia, declarado polo Papa Francisco e que supuxo a abertura da Porta Santa da Catedral de Santiago, pero 2017 amosou definitivamente que a realidade era máis ampla. A peregrinación incrementábase dende 2012 dun modo sostido e cunha intensidade constante que motivou que o pasado ano se superaran, por primeira vez, os 300.000 peregrinos. Foron, en concreto, 301.036, un 8,3% máis ca no ano anterior. E no primeiro cuadrimestre de 2018, observamos que se mantén a tendencia, cun incremento do 5% en relación ao ano anterior (Oficina do Peregrino, 2018).

O dato de 2017 foi un 10,6% maior ca do Xacobeo 2010 e certificou seis anos de aumento consecutivo nos que, ademais, o volume de peregrinos estranxeiros supera ao dos españois. Representan un 56% do total, 169.000 fronte a 132.000. Ningún deles deixou de

crecer, pero a distancia é cada vez maior. Namentres que en 2017 os españois aumentaron un 6,6%, os estranxeiros incrementáronse ata un 9,7%. Con peregrinos de ata 179 países dos cinco continentes, a universalización do fenómeno xacobeo é unha realidade. Entre as nacionalidades con maior presenza, atopamos aos italianos, seguidos de alemáns, estadounidenses e portugueses, despois deles, Francia, Irlanda, Reino Unido, Brasil, Corea, Polonia, Australia, Canadá, Holanda, México e Arxentina (Oficina do Peregrino, 2018).

O terceiro aspecto que está cambiando son os fluxos polos diferentes itinerarios. Malia que é indiscutible o protagonismo do Camiño Francés, o certo é que a repartición de peregrinos é cada vez máis diversa. Todos os itinerarios xacobeos gañan peso, o que significa que o Camiño Francés comparte protagonismo co resto. En 2017 supuxo o 60%, dez puntos menos que, por exemplo, en 2013. A ruta máis tradicional incrementou o seu volume nun 2,6% durante 2017. Os restantes itinerarios tiveron unha subida do 18,2%. Destacan o Camiño Portugués, o segundo máis percorrido, ademais do Camiño do Norte e o Camiño Primitivo. Tamén a variante do Camiño Portugués da Costa, que foi recoñecido en 2016 xunto ao Camiño de Inverno e á Ruta do Mar de Arousa e o río Ulla, como a única náutica, coa entrada en vigor da nova Lei do Patrimonio cultural de Galicia.

**Figura 1:** Evolución dos peregrinos en Galicia. 2011-2017



Fonte: elaboración propia a partir dos datos da Oficina do Peregrin

Estes cambios de fluxos, ademais de contribuír a desconxestionar o Camiño Francés, fan que a tradición xacobeas e os seus beneficios se estean recuperando en numerosos concellos, aumentando a coordinación entre os organismos implicados e os colectivos xacobeos a través das mesas interadministrativas do Camiño de Santiago. E ocorre de forma semellante a nivel nacional, co impulso do Consello Xacobeo, e a nivel internacional, co impulso de distintas redes de rutas entre as que sobresa a Ruta Xacobeas. Falamos dun crecemento constante, de internacionalización e de diversificación de fluxos polos diferentes itinerarios oficiais. E engadimos un aspecto máis: a desestacionalización da demanda. Os camiñantes crecen de xeito xeneralizado en todas as estacións do ano. Temos

o exemplo de 2017, cando subiron en tódolos meses agás en febreiro. O incremento do verán foi do 6%, pero, fóra da temporada alta, a subida global é superior, dun 9,6%. Nesta tendencia cabe observar un comportamento dispar entre os españois e os estranxeiros: os nacionais suben con máis intensidade fóra da época estival.

### 1.1. Impacto socioeconómico da Ruta

A área de Estudos e Investigación de Turismo de Galicia elaborou recentemente un estudo que analiza a oferta do aloxamento turístico da Comunidade. Nel, ponse de manifesto como un factor estratéxico condicionante, ademais do grao de urbanidade e do litoral, o Camiño de Santiago, particularmente o Camiño Francés. Así, nas marxes da ruta xacobeá, fixadas en dous quilómetros, concéntranse preto de 67.000 prazas, o 42,3% incluíndo as sete grandes cidades. Con todo, se as omitimos, contabilízanse máis de 38.000 prazas, o 24% del total.

O “Estudo do impacto socioeconómico do Camiño de Santiago”, realizado pola Universidade de Santiago de Compostela (USC), en coordinación coa área de Estudos e Investigación de Turismo de Galicia, revela a repercusión que a ruta xacobeá está tendo nas economías dos concellos rurais, no emprego, nas tendencias demográficas e noutros aspectos sociais, culturais e medioambientais. De certo, a poboación local ve na peregrinación unha oportunidade que contribúe a solucionar boa parte dos seus problemas. Esta investigación, incluída no Plan director do Camiño de Santiago iniciado pola Xunta de Galicia en 2015 con vista ao Xacobeo 2021, amosa un intenso impacto a escala local e a satisfacción que xera entre os residentes, enquisados como parte do traballo de campo. Así mesmo, o informe subliña o exemplo de sustentabilidade que representa o modelo da Ruta Xacobeá.

No campo do impacto económico, o estudo revela que os peregrinos concentran o 2,3% do gasto turístico en Galicia, pero asemade cada un deles supón o mesmo impacto económico que 2,3 turistas nacionais, pola súa diferenza en estadía, gasto medio e multiplicador. Deste xeito, conclúese que cada euro de gasto do peregrino xera un 11% máis de produto e ata un 18% máis de emprego. Ademais, un 80% indican que volverán como turistas no futuro.

**Táboa 1:** Oferta de aloxamento turístico nun radio de 2 km dos Camiños.

	Establ. con 7 grandes cidades	Establ. con cidades (%)	Establ. sen cidades (%)	Prazas con cidades	Prazas con cidades (%)	Prazas sen cidades (%)	Prazas por establ.
Camiños	2.662	34,5	26,4	66.962	42,3	23,9	25,2
Non Camiños	5.057	65,5	73,6	91.209	57,7	76,1	13,2
Total Galicia	7.720	100	100	158.171	100	100	20,5

	Establ.	Establ. (%)	Establ. sen grandes cidades (%)	Albergues en Camiño (%)	Prazas	Prazas (%)	Prazas sen grandes cidades (%)	Prazas en albergues (%)	Prazas establ.
Portugués da Costa	622	23,4	16,2*	4,3*	19.825	29,6	32,3*	4,6	31,9
Santiago de Compostela	495	18,6	-	5,1	11.453	17,1	-	14,0	23,1
Inglés	388	14,6	7,4	2,6	10.388	15,5	9,7	1,9	26,8
Francés	378	14,2	18,5	37,0	8.946	13,4	23,5	57,5	23,7
Portugués	259	9,7	9,0	13,1	6.002	9,0	11,5	16,8	23,2
Primitivo	242	9,1	8,8	26,9	5.727	8,6	10,6	42,0	23,7
Norte	290	10,9	14,2	17,6	5.653	8,4	14,8	34,7	19,5
Vía da Prata	184	6,9	6,0	9,2	4.770	7,1	8,5	10,9	25,9
Fisterra e Muxía	286	10,7	14,0	15,7	4.711	7,0	12,4	27,1	16,5
Inverno	120	4,5	5,9	6,7	3.113	4,6	8,2	12,2	25,9
<b>Total Camiños (sen duplicados)</b>	<b>2.662</b>				<b>66.962</b>				<b>25,2</b>

Fonte: elaboración propia a partir do Rexistro de Empresas e Actividades Turísticas de Galicia (REAT)

\* Hai que ter en conta que un establecemento pode estar asignado a máis dun itinerario.

Preguntados pola influencia do Camiño de Santiago nos seus concellos, os residentes dan unha valoración moi positiva. Consideran, de forma maioritaria, que o concello prosperou e que os beneficios son superiores aos custos. Os veciños aprecian impactos económicos favorables nos ingresos e nivel de vida dos seus municipios, o comercio local, as posibilidades de emprego ou a actividade turística. A maiores, non notan impactos negativos. Perciben que o Camiño de Santiago non prexudica ás restantes actividades e que os seus beneficios son para os residentes do mesmo municipio.

O traballo de campo do estudo levouse a cabo en O Cebreiro e Melide polas súas características dentro do Camiño Francés, como o concello máis avellentado e o máis xove respectivamente, que ademais son opostos en densidade de poboación. Xunto co traballo de campo, analizáronse os datos de estatísticas oficiais, que confirman a relevancia da actividade económica nos concellos da ruta Xacobeá. En concreto, os afiliados á Seguridade Social por cada 1.000 habitantes aumentaron en tódolos concellos, coa única excepción de Monterroso.

O Camiño de Santiago non xera conflitos entre os residentes, que afirman que non dificulta a mobilidade nin o acceso aos diferentes servizos municipais. Ten un impacto cultural positivo, sobre todo en relación coa restauración e coa mellora do patrimonio. Ademais, os veciños ven nel unha oportunidade para coñecer outras culturas. Con respecto ao impacto demográfico conclúese que a percepción é positiva, pois contribúe ao mantemento da poboación. Malia que, en liña coa tendencia da Comunidade, as dinámicas son regresivas, a análise permite comprobar que estas foron aliviadas pola peregrinación. Os primeiros resultados estiman tamén, un impacto medioambiental positivo, pois a poboación local entende que o Camiño de Santiago contribúe a preservar a paisaxe e non xera un problema de xestión de residuos nin aumenta a contaminación ambiental.

### 3. Potencial do turismo termal en Galicia

O sector termal en Galicia configúrase como a alternativa turística que conxuga saúde, benestar e lecer. A oferta está ben estruturada, con establecementos que ademais do confort das súas instalacións e o seu amplo catálogo de tratamentos e actividades, posúen un recurso natural: as propiedades mineromedicinais das súas augas.

Os principais valores do turismo termal son saúde, benestar, descanso e tempo para o lecer. O usuario dos balnearios viaxa motivado por descubrir, relaxarse e gozar, á procura dun destino que ofrezca variedade de gozo doutros produtos turísticos.

Galicia é a segunda maior rexión termal de toda Europa e Ourense só é superada por Budapest en reserva de augas. A comunidade galega conta con 300 captacións de augas. Dos 116 balnearios que ten España, Galicia é a comunidade líder, con 23 establecementos, seguida de Cataluña. Entre ámbalas dúas suman aproximadamente o 40% do total de balnearios en España. Por provincias; Barcelona, Pontevedra e Ourense lideran en número con oito instalacións.

Cabe destacar a localización dos balnearios galegos, situados en zonas da Galicia interior (zonas rurais con tendencias semellantes: despoboación, baixa renda per cápita e presenza dunha estrutura produtiva con predominio do sector primario...), onde están desenvolvendo un papel de dinamizadores socioeconómicos das súas comarcas. Neste senso, cabe delimitar tres zonas nas que hai presenza de establecementos balnearios:

- Zona interior: establecementos situados en municipios rurais de Galicia (17).
- Zona costeira: establecementos situados preto da costa (2).
- Cidade: establecementos situados no casco urbano dunha cidade (4).

Esta función dinamizadora, unida ao traballo vixiante da súa contorna medio-ambiental a fin de evitar a contaminación dos acuíferos, confire aos balnearios un carácter de modelo de empresa comprometida co desenvolvemento sostible: empregan o recurso sen comprometer o seu futuro, crean emprego e riqueza, fixan poboación e satisfacen necesidades ao mellorar a calidade de vida das persoas.

O modelo de xestión predominante é o de empresa familiar, de orixe galego, propietaria e xestora do establecemento; que convive con outros modelos de xestión: grupos empresariais de capital galego e empresas de xestión, con experiencia en termalismo. Dos 23 balnearios, 17 están constituídos como sociedades limitadas e 6 como anónimas.

Por provincias; 3 balnearios están localizados en A Coruña, 4 en Lugo, 8 en Pontevedra e 8 en Ourense. É de destacar a aposta pola calidade dos balnearios galegos, que se constata con que o 35% deles están certificados coa Q de Calidade. No que se refire á oferta de aloxamento das estacións termais galegas: 4 non ofertan aloxamento; 4 fano como hotel

dunha estrela; 3 de dúas estrelas; 5 de tres estrelas; 6 de catro estrelas e 1 de cinco estrelas.

Por outra banda, o sector do turismo termal acolle actualmente un conxunto de empresas relacionadas directamente que aportan unha importante actividade económica e que nacen pola prosperidade do sector (consultoras turísticas, empresas de enxeñaría termal, estudos de arquitectura e diseño, empresas de xestión empresarial, formación, empresas instaladoras, fabricantes de equipos, laboratorios, empresas de márketing e comunicación, revistas, cosmética termal,...).

A nivel nacional, é un sector cuxo mercado se estima en 230 millóns de euros e está en crecemento (DBK, 2016). Conforme ao Observatorio Nacional do Termalismo e Desenvolvemento Rural, no seu estudo do sector termal en España realizado no ano 2016, estanse a producir algúns cambios no perfil do usuario, que cada vez é máis xove e ten un maior interese pola súa saúde e benestar. A franxa de idade máis destacada é a que comprende entre os 46 e os 60 anos, cun 46% de usuarios.

En canto ao diñeiro gastado durante a estadia, garda unha estreita relación coa circunstancia de se se acollen ou non a algún programa de termalismo social. En termos xerais, o 66% gastan entre 251 e 500 euros, unha cifra que coincide co gasto medio do usuario do programa de termalismo social do IMSERSO (Instituto de Maiores e Servizos Sociais). Se o cliente é privado, o 45% gasta o mesmo que o cliente anterior, namentres que o resto gasta entre 101 e 250 euros, un desembolso que se corresponde cunha estadia máis curta no balneario. Dentro do territorio español, hai catro comunidades autónomas: Aragón, Cataluña, Extremadura e Galicia, que destacan sobre o resto na porcentaxe de clientes cuxo gasto medio se sitúa entre 501 e 1.000 euros.

É importante facer referencia ao programa de termalismo social regulado pola orde do Ministerio de Asuntos Sociais do 15 de marzo de 1989 (B.O.E. do 5-IV-89) que foi e segue sendo na actualidade, un dinamizador da actividade turística dos balnearios participantes e das súas contornas maioritariamente rurais (Pilquiman, 2014). Non só lles permitiu ampliar en moitos casos a súa tempada de apertura, que estaba limitada fundamentalmente aos meses centrais do ano, senón que, á súa vez, conseguiu un duplo efecto positivo para a súa actividade. Por unha banda, axuda a minimizar o efecto estacional tan propio doutras tipoloxías de turismo e por outra, obsérvase un efecto indirecto provocado tanto polos termalistas do IMSERSO que repiten visita nos balnearios fóra do programa, como polo rol de prescritores que estes termalistas teñen sobre outros clientes potenciais do balneario.

No ano 2018, o 74% dos balnearios galegos participa no programa de termalismo social (BOE nº 289, 2017), ofertando 27.584 prazas (un 6% máis ca no ano anterior). Un segmento de mercado prioritario para o sector é o denominado "senior" (Domínguez, Alén e Fraiz-García, 2010a, 2010b; Losada, Alén e Domínguez, 2016), polas características xerais deste colectivo: numeroso e en crecemento, con capacidade adquisitiva media-alta, e dispoñibilidade de tempo para o lecer. A nivel empresarial, xa se están considerando como senior ás persoas de 50 anos. Con miras ao devandito colectivo e cunha orientación experiencial (Río et al., 2014), estanse creando produtos innovadores froito dunha estratexia de cooperación público-privada entre establecementos termais e a súa administración provincial para potenciar ao sector termal como destino innovador de termalismo e de benestar, como é o caso en Ourense do produto TrenBalnearios, que inclúe a mobilidade dos seus participantes en tren ata sete balnearios da provincia. En 5 anos multiplicáronse por 7 os resultados, participando 2.800 persoas no ano 2017.



Outro caso de produto innovador, que se crea aproveitando os recursos da contorna onde está ubicado un balneario (Carlos, Araújo e Fraiz, 2015) é o CERLAC (Centro de Entrenamento de Remo de Laias, Arnoia e Castrelo de Miño); trátase dunha iniciativa, que nace no ano 2014, do Grupo Caldaria coa cooperación do INORDE (Instituto Ourense de Desenvolvemento Económico) relacionando o deporte náutico de interior coas instalacións e servizos do Balneario de Laias. As seleccións de remo de Holanda, Bielorrusia, Australia, o College William Borlaes de Reino Unido, entre outras, xa elixiron o CERLAC para prepararse para a competición.

O patrimonio cultural da contorna dos balnearios xera un valor engadido á oferta termal (Martínez, 2017) que se debería aproveitar; así como tamén o turismo deportivo na natureza aporta oportunidades para crear produtos innovadores, como o caso do Balneario de Lobios cos cicloturistas, apoiándose no centro BTT creado pola Xunta de Galicia no parque do Xurés.

O turismo médico é outra oportunidade para a xeración de novos produtos no Sector Termal. Un exemplo diso é un novedoso produto creado pola cooperación entre un Centro Sanitario (El Carmen, en Ourense) e o Grupo Caldaria co Balneario de Laias: waterhealth (Fraiz e Rodríguez-Campo, 2017).

Finalmente, como impulsores do termalismo en Galicia habería que mencionar:

- A cátedra de Hidroloxía Médica da Facultade de Medicina de Santiago, que é unha iniciativa apoiada pola Xunta de Galicia que pretende formar a futuros médicos, que logo serán especialistas de distintas ramas, para que cando exerzan poidan trasladar aos seus pacientes eses coñecementos en forma de prescrición.
- TERMATALIA. Na actualidade é a única Feira Internacional de Turismo Termal que se celebra na Península Ibérica, e como tal converteuse nun referente internacional para os profesionais deste importantísimo sector turístico.
- A nova lei que regulará en Galicia o uso das augas termais, que establecerá unha fronteira clara entre as augas termais destinadas a fins terapéuticos e preventivos e as destinadas a fins lúdicos e que ofrecen efectos beneficiosos para a saúde, que se poderán ofrecer a través de espazos termais e piscinas termais de uso lúdico. O anteproxecto de lei presentouse con catro obxectivos principais: velar pola salubridade e hixiene deste tipo de aproveitamentos termais, garantir a sustentabilidade ambiental dos mesmos, protexer a integridade do espazo termal e promover o desenvolvemento económico e social dos municipios nos que se sitúan.

#### **4. O turismo rural en Galicia: retos e oportunidades**

O comportamento do turismo rural en Galicia é semellante ao rexistrado noutros países europeos, onde unha serie de acontecementos de moi distinta natureza propiciaron un rápido e forte crecemento desta modalidade de turismo (Sharpley e Sharpley, 1997; Roberts e Hall, 2001; Martínez, 2003; Cánoves, Villarino, Priestley e Blanco, 2004). Entre os elementos que impulsaron o turismo rural, destacan a mellora das vías de comunicación, sobre todo das estradas (o coche é o medio de transporte máis usado nesta tipoloxía de turismo); os cambios no mercado turístico, cunha demanda de novos produtos e en contacto coa natureza, ou a crecente imaxe positiva da contorna rural. Este factores contribuíron ao impulso e ao protagonismo do turismo en espazo rural na actualidade.

As autoridades políticas de distintos eidos, consideraron o turismo en espazo rural como unha posible solución aos problemas que a agricultura familiar europea comezou a experimentar a partires dos anos oitenta (Briedenhann e Wickens, 2004; Gülcan et al., 2009; Dimitrovski et al., 2012; Dashper, 2014). Isto resultou decisivo tamén para o impulso desta actividade nas últimas décadas. O turismo rural considerouse como un elemento importante para a revitalización económica dos espazos rurais deprimidos e para a fixación da poboación no medio rural. Malia que moitas das expectativas non se cumpriron finalmente, ou alomenos non coa intensidade que se desexara, o turismo rural si que contribuíu á diversificación das fontes de ingresos nas zonas rurais e possibilitou, en moitas ocasións, a incorporación da muller a un posto de traballo remunerado, dificilmente posible en ausencia do turismo.

As primeiras experiencias de turismo rural en Europa comezaron nos anos sesenta co sinxelo alugueiro de habitacións en casas particulares. Na actualidade algúns países como Francia, Alemaña, Austria ou o Reino Unido dispoñen dunha oferta de turismo rural diversificada e madura como consecuencia da súa longa tradición neste tipo de turismo. Outros como España, onde a implantación foi máis tardía, a actividade está aínda en expansión. Tal e como sinalan Cànoves et al. (2012) poderíase dicir que namentres que na Europa Occidental o turismo rural estaría nunha fase de consolidación, nos países Mediterráneos estaría aínda en fase de desenvolvemento crecente e con importantes retos de especialización, diversificación e profesionalización.

En Galicia non foi ata a metade da década dos noventa cando o turismo rural experimentou un apoio definitivo. Unha serie de acontecementos moi variados contribuíron ao desenvolvemento e afianzamento desta modalidade de turismo na nosa comunidade. As iniciativas da UE en materia de turismo (Comisión Europea, 1990) e, en particular, o Leader e o Proder, as subvencións da administración autonómica para a creación e renovación de establecementos de turismo rural; a creación da sociedade para a promoción turística de Galicia, Turgalicia; a celebración do Xacobeo no ano 1993 e a aprobación no ano 1995 da primeira normativa pola que se establece a ordenación dos establecementos de turismo rural (Xunta de Galicia, 1995) foron algúns dos principais factores que impulsaron o turismo rural en Galicia. Malia que existen experiencias anteriores e casas con varias décadas de funcionamento, parece que só se pode falar dunha oferta de turismo rural ordenada a partir de mediados dos anos noventa.

O desenvolvemento do turismo rural en Galicia, as características da actividade e as dos propios establecementos estiveron condicionadas pola ampla variedade de obxectivos que se pretendían acadar con esta tipoloxía de turismo e polas medidas postas en marcha para impulsalo. Na actualidade atopamos unha oferta de turismo rural conformada por establecementos dun reducido tamaño medio, xeralmente negocios de carácter familiar, con predominio do traballo non asalariado e na maioría dos casos afastados de patróns de xestión empresarial rigorosos, profesionais e competitivos. Ademais, a actividade está case exclusivamente centrada na oferta de aloxamento, namentres que as actividades complementarias, relacionadas coa natureza e a contorna rural, son moi escasas. Por último, as axudas impulsadas dende as administracións, propiciaron en determinados momentos, un crecemento da oferta superior ao da demanda.

#### **4.1. Evolución da oferta e da demanda de turismo rural en Galicia**

Dende hai varias décadas a demanda turística vén presentando un carácter altamente dinámico e as previsións indican que a súa expansión continuará a ritmos elevados. Ademais de cambios cuantitativos producíronse cambios cualitativos na demanda turística e na mesma concepción do lecer e do turismo. Estas novas tendencias consideran

o lecer non como algo oposto ao traballo senón que se concibe dende unha perspectiva positiva, é dicir, como a vivencia na que se materializa o tempo libre.

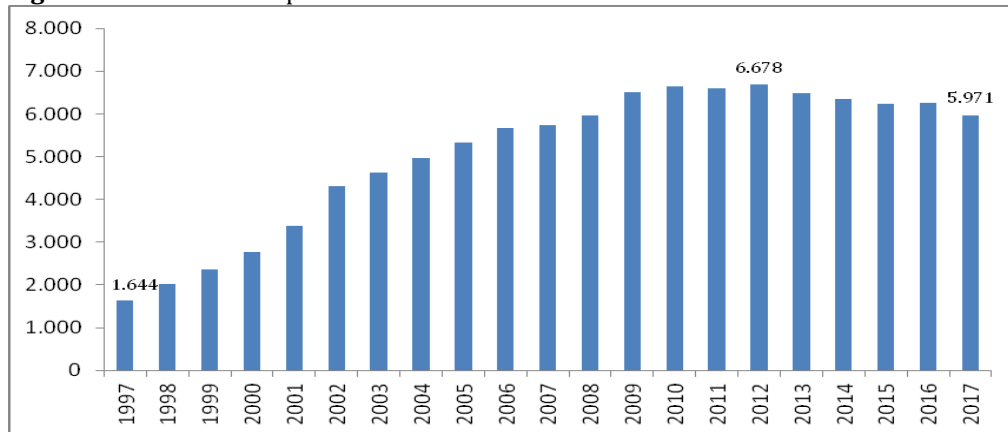
O turismo rural é unha das modalidades turísticas que maior auge experimentou nos últimos anos, aproveitando unha demanda crecente procedente das áreas urbanas que procuran descanso e relax nas áreas rurais (Dashper, 2014). O turismo rural é un tipo de turismo activo que permite a participación do turista. Non está tan condicionado polos factores climáticos como outras modalidades de turismo e proporciona ao turista un cambio de ambiente, en contacto coa natureza e coas formas de vida tradicionais, posibilitando un trato directo coa poboación residente.

En Galicia, a actividade do turismo rural experimentou un impulso definitivo a mediados da década dos noventa apoiado en diferentes axudas e medidas promovidas polas administracións públicas. Entre elas destacan, sobre todo, as iniciativas da Unión Europea en materia de turismo (Comisión Europea, 1990) e en particular o Leader e o Proder. Concretamente, a actividade do turismo rural absorbeu o 64% e o 31% do Leader I e do Leader II respectivamente e o 24% do programa Proder I en Galicia.

Se analizamos a oferta de turismo rural en Galicia compróbase como o número de establecementos de turismo rural multiplicouse por máis de cinco dende principios da década dos noventa, pasando dos 86 no ano 1994 a 471 en 2017. Unha análise das dúas últimas décadas revela que o número de prazas creceu de forma ininterrompida ata o ano 2010. O ano 2012 marca o máximo histórico, tal e como recolle a figura 2. A partir dese ano a oferta redúcese en máis de 700 prazas, situándose de media preto das 6.000 no ano 2017.

Os establecementos de turismo rural galegos teñen unha capacidade superior á media española. Os 471 establecementos existentes en Galicia, supoñen o 3% do total español, pero ofrecen 5.971 prazas, o que representa preto do 4% das existentes en España. Este maior tamaño queda reflectido tamén no número de traballadores por establecemento, que malia ser un número reducido, en consoancia co carácter familiar desta tipoloxía de turismo, sitúan a Galicia na sexta posición dentro de España, por enriba da media para o conxunto do país (INE, 2018).

**Figura 2:** Evolución das prazas en establecementos de turismo rural. Galicia.



Fonte: Elaboración propia a partir da Enquisa de Ocupación en Establecementos de Turismo Rural (INE) y de Martínez Roget (2003).

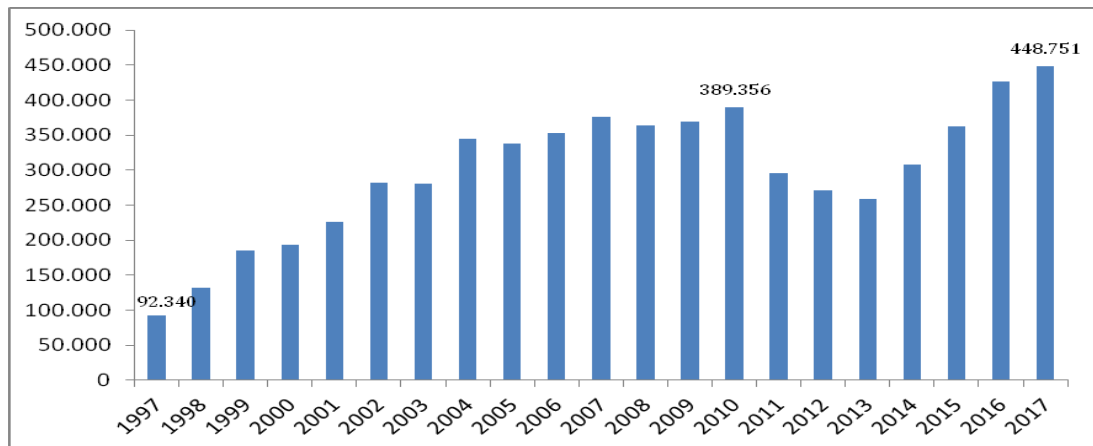
Como se pode comprobar á vista da táboa 2, o número medio de prazas por establecemento está preto das 13 en Galicia, namentres que no conxunto de España non se acadan as 10. Non existen diferenzas significativas entre as catro provincias galegas, oscilando a media entre as 12 e as 13 prazas. Os establecementos de turismo rural galegos empregan en total a 816 traballadores. Cada un deles ocupa por término medio a menos de dous traballadores (1,7), cifra lixeiramente por enriba da rexistrada para o conxunto de España (1,4). Dentro de Galicia, practicamente non existen diferenzas entre provincias, malia que o número medio de traballadores por establecemento é lixeiramente inferior na provincia de A Coruña.

**Táboa 2:** Algúns indicadores da oferta de turismo rural en Galicia. 2017.

	Establecementos	Prazas	Empregados	Prazas/ Establecemento	Empleados/ Establecemento
A Coruña	137	1.667	255	12,2	1,9
Lugo	129	1.727	220	13,4	1,7
Ourense	70	881	127	12,7	1,8
Pontevedra	136	1.695	214	12,5	1,6
Galicia	471	5.971	816	12,7	1,7
España	16.283	154.904	23.430	9,5	1,4

Fonte: elaboración propia a partir da Enquisa de Ocupación en Establecementos de Turismo Rural (INE)

**Figura 3:** Evolución das noites de estada en establecementos de turismo rural. Galicia.



Fonte: elaboración propia a partir da Enquisa de Ocupación en Establecementos de Turismo Rural (INE) e de Martínez-Roget (2003).

Paralelamente ao crecemento da oferta, a demanda de turismo rural tamén rexistrou unha importante expansión nas dúas últimas décadas. O número de viaxeiros e o de noites en establecementos de turismo rural case se quintuplicaron neste período. As noites que non chegaban ás 100.000 no ano 1997 están próximas ao medio millón na actualidade. Aínda así, este tipo de establecementos concentran tan só o 4% dos viaxeiros e das noites de estadia da Comunidade. Polo que respecta ao perfil temporal, agás nos anos 2003 e 2005, as noites de estadia creceron de forma ininterrompida ata o ano 2007. A partir dese momento prodúcese unha caída da demanda a duras penas mitigada polas medidas expansivas postas en marcha nos primeiros anos da crise en España. Esta impacta, porén, de forma intensa na demanda de turismo rural entre o ano 2011 e o ano 2013. Nos últimos catro anos a demanda volveu crecer de forma intensa tal e como recolle a figura 3. Galicia concentra o 4,1% das noites de estadia rexistradas en España, situándose nun grupo medio-baixo dentro de España en canto á captación de turismo rural e ao nivel de rexións como Valencia, Extremadura ou o País Vasco. Galicia concentra o 18,3% das noites de estadia rexistradas na España Verde, unha porcentaxe semellante á do País Vasco e superada por Asturias e Cantabria.

O turismo rural en Galicia é altamente dependente da demanda española, representando os residentes arredor do 75% dos viaxeiros aloxados e das noites de estadia efectuadas neste tipo de establecementos. Porén, debemos ter en conta que o peso da demanda internacional incrementouse considerablemente xa que no ano 2001 representaba tan só o 7% dos viaxeiros e o 8% das noites de estadia. Outras dúas características son a reducida duración da estancia, 1,9 días fronte aos 2,6 no conxunto de España e o baixo grao de ocupación das prazas, con porcentaxes por debaixo do 20% para o conxunto de Galicia no ano 2017. Estas dúas características dificultan a viabilidade económica destes establecementos.

### **5. Conclusións**

Aínda cun desenvolvemento máis tardío en comparación co conxunto de España, o turismo experimentou un importante crecemento en Galicia nos últimos cincuenta anos. No ano 2017 no conxunto dos establecementos regulados aloxáronse máis de cinco millóns de viaxeiros e rexistráronse máis de dez millóns de noites de estadia. Centrando a análise nos establecementos hostaleiros, Galicia concentrou preto do 6% das noites de estadia realizadas polos residentes no ano 2017, ocupando o sexto posto, por detrás de Canarias, en canto ás principais comunidades receptoras do turismo interno. Malia o atraso comentado, o turismo ten na actualidade en Galicia un peso na economía semellante ao do conxunto de España.

A Comunidade ten aínda potencial de crecemento e conta para iso con importantes e variados recursos, susceptibles de seren utilizados por distintas tipoloxías de turismo. Das tres modalidades comentadas neste traballo, a interrelación entre os Camiños de Santiago, o termalismo e o turismo rural ten tamén un maior percorrido que o actualmente acadado. Para iso, é necesario seguir as indicacións e realizar as accións formuladas polos plans estratéxicos de turismo termal e rural, este último en elaboración nestes momentos, así como o Plan director do Camiño de Santiago. Sen esquecer a necesaria cooperación entre administracións públicas, públicas e privadas, e a cooperación horizontal entre empresas.

Dado que o Camiño de Santiago é un fenómeno que supera amplamente o seu carácter turístico, pois posúe unha dimensión espiritual, histórica e cultural consubstancial á súa identidade, o Goberno autonómico puxo en marcha unha ambiciosa folla de ruta: o Plan director e estratéxico do Camiño de Santiago. Trátase dun instrumento posto en marcha

en 2015 con vistas ao Xacobeo 2021. Con este Plan, actualízase o Camiño de Santiago ao século XXI e preténdese arrostrar os desafíos que iso supón, algúns xa comentados neste artigo, como a necesaria internacionalización e a diversificación de fluxos. Isto amplía a repercusión do fenómeno a numerosos concellos de dilatado percorrido Xacobeo, pero nos que estaba tendo unha repercusión menor. Xera novas oportunidades de negocio, favorece a fixación de poboación e, polo tanto, frea o éxodo rural, incentiva novos empregos e, en definitiva, contribúe ao reequilibrio territorial.

Este Plan director traballa a favor da mellora, recuperación e conservación do patrimonio natural e cultural. Por iso conta cun orzamento que supera os 56 millóns de euros, dos que xa fueron investidos boa parte en accións simultáneas. En concreto, máis do 50% das medidas contidas neste documento transversal atópanse en marcha.

En definitiva, constátase como o pasado e o presente do Camiño de Santiago seguen modeando Galicia. Malia que aínda quedan máis de dous anos e medio para o comezo do vindeiro Xacobeo 2021, xa se dispón das primeiras previsións sobre o seu posible alcance. O propio Plan director do Camiño de Santiago ofrece xa unha estimación: 464.000 peregrinos. A súa consecución e repercusións, de seguro serán tema de análise no futuro.

A oferta termal de Galicia tamén conta con potencial para seguir crecendo tanto en número de establecementos termais como en desenvolvemento de produtos innovadores, aproveitando a riqueza das contornas naturais nas que están situados. Non cabe dúbida de que a participación da maioría dos balnearios galegos no Programa Nacional de Termalismo Social, unido tamén a programas autonómicos e provinciais de menor dimensión, proporcionan ao Sector a posibilidade combater a estacionalidade, incrementar a ocupación media e uns ingresos anuais estables que claramente contribúen a unha mellor conta de resultados.

Porén, os hoteis balnearios de tres estrelas para arriba perante un mercado tan competitivo están desenvolvendo novos produtos e traballando os distintos segmentos de mercado. No primeiro caso analizando as potencialidades da súa contorna natural, patrimonial e cultural; e no segundo caso dirixíndose a segmentos de poboación en crecemento e de poder adquisitivo medio-alto, como os seniors (a partir de 50 anos), as familias e colectivos LGTB, entre outros. Neste senso, detéctase un espertar do Sector no que respecta á xestión orientada ao mercado e á innovación.

Así, pódese mencionar as experiencias exitosas do Grupo Caldaria Hoteis e Balnearios, unindo o deporte, a contorna natural e o termalismo; utilizando a conectividade a través do tren, e con miras á vindeira chegada do AVE a Ourense; e sen perder de vista a relación directa entre as augas minero-medicinais e a sanidade ofertando un produto único (waterhealth).

Outro dos retos do termalismo galego é crecer no mercado internacional; ademais dos produtos mencionados waterhealth e principalmente CERLA do Grupo Caldaria cun gran potencial de crecemento internacional, o Sector debe aproveitar a atracción que teñen os Camiños de Santiago de turistas estranxeiros.

Pola súa banda, o turismo rural conta con potencial para contribuír ao desenvolvemento económico do medio rural. Nos últimos anos xurdiu, e está crecendo moito, un segmento de turistas que procuran unha maior calidade na experiencia turística, máis pausada e calma, na que prevaleza o repouso e o relax, nun ambiente tranquilo, en contacto coa cultura e o patrimonio local, a gastronomía e a natureza (Martínez-Roget e Tavares, 2017). Hai un número importante de turistas a procura de autenticidade e a personalización do produto. O turismo rural debería saber aproveitar este potencial e implicar aos diferentes "stakeholders", para que todos se sintan partícipes e perciban esta actividade como unha estratexia para mellorar o benestar económico local.

Ademais do xa apuntado, o turismo rural, debe superar unha serie de fraquezas existentes na actualidade que dificultan a rendibilidade dos establecementos e o seu potencial como elemento para dinamizar e contribuír ao desenvolvemento rural. Para iso, será preciso incidir, por exemplo, na profesionalización, na formación ou na creación de produto. Será preciso, gañar visibilidade nos mercados internacionais apostando pola internacionalización dos establecementos. A calidade, nun senso amplo, debería ser outra das apostas, en linguas, en novas tecnoloxías ou en atención ao cliente. A especialización dos establecementos, e mesmo xeográfica, debería ser outra liña de actuación. O produto turístico rural non pode consistir en ofertar unicamente aloxamento, máis nun contexto no que aparecen en escena novos competidores como as vivendas turísticas, senón que debe aportar actividades e servizos complementarios e experiencias exclusivas e personalizadas, tratando de procurar a satisfacción e a lealdade dos visitantes.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Nacional de Estaciones Termales (ANET). Disponible en: <http://www.balnearios.org>
- BOE (2017): Resolución de 13 de noviembre de 2017, del Instituto de Mayores y Servicios Sociales, por la que se convocan plazas para pensionistas que deseen participar en el Programa de Termalismo.
- Briedenhann, J.; Wickens, E. (2004): Rural Tourism—Meeting the Challenges of the New South Africa. *International Journal of Tourism Research*, 6, 189–203.
- Cànoves, G., Garay, Ll., Duro, J.A. (2012): Turismo rural en España: Avances y retrocesos en los últimos veinte años. *Papers de Turisme*, 51, 7-21.
- Cànoves, G., Villarino, M., Priestley, G. y Blanco, A. (2004): Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35, 755-769.
- Carlos, P. de, Araújo, N., Fraiz, J.A. (2015): Análisis del potencial del parque náutico del embalse de Castrelo de Miño como recurso de turismo deportivo y posibles sinergias con turismos complementarios. En Faílde, J.M. (ed. lit.), Formella, A. (ed. lit.), Fraiz-Brea, J.A. (ed. lit.), Gómez, M. (ed. lit.), Pérez, F. (ed. lit.), Rodríguez, V. (ed. lit.): Libro de actas del I Congreso Internacional del Agua "Termalismo y calidad de vida": Ourense (España), 23-24 de septiembre de 2015. Pp. 209-215.
- Comisión Europea (1990): COM (90) 438 final. Medidas comunitarias para el fomento del turismo rural, Bruselas.
- Dashper, K. (2014): *Rural Tourism: An International Perspective*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- DBK (2016): Estudio Sectores basic DBK Balnearios (Junio 2016 – 3ª edición). Disponible en: [www.dbk.es](http://www.dbk.es).
- Dimitrovski, D.D., Todorovic, A.T., Valjerevic, A.D. (2012): Rural tourism and regional development: Case study of development of rural tourism in the region of Gruza, Serbia. *Procedia Environmental Sciences*, 14, 288 – 297.
- Domínguez, T., Alén, M.E., Fraiz-García, A. (2010): El turismo senior como segmento de mercado emergente. *Cuadernos de turismo*, 26, 9-24.
- Domínguez, T., Alén, M.E., Fraiz-García, A. (2010): El turista senior y el termalismo. En Maximsev, I.A., Krasnoprosin, V.V, Prado, C. (Coords.): *Global Financial & Business Networks and Information Management Systems*.
- EXCELTUR (2016): IMPACTUR GALICIA 2014. Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de Galicia.

- Fraiz, J.A., Rodríguez-Campo, M.L. (2017): Turismo médico. En Fraiz-Brea, J.A. (dir): Tendencias actuales del turismo en el mundo. Pp. 77-84. Madrid: Editorial Síntesis.
- García Delgado, J.L., Myro, R. (dirs.) (2017): Lecciones de Economía Española. 13ª Edición. Madrid: Cívitas.
- Gülcan, Y., Kustepeli, Y., Akgüngör, S. (2009): Public Policies and Development of Tourism Industry in the Aegean Region. *European Planning Studies*, 17(10), 1509-1523.
- Instituto Galego de Estatística (2018): Series Socioeconómicas de Conxuntura de Galicia. Disponible en: <https://www.ige.eu/web/index.jsp?idioma=gl>
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2018a): Cuenta satélite del turismo de España.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2018b): Hoteles: encuesta de ocupación, índice de precios e indicadores de rentabilidad.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2018c): Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural.
- Losada, M.N., Alén, M.E., Domínguez, T. (2016): Termalismo sénior en España. En Faílde, J.M. (ed. lit.), Formella, A. (ed. lit.), Fraiz-Brea, J.A. (ed. lit.), Gómez, M. (ed. lit.), Pérez, F. (ed. lit.), Rodríguez, V. (ed. lit.): Libro de actas del I Congreso Internacional del Agua "Termalismo y calidad de vida": Ourense (España), 23-24 de septiembre de 2015. Pp: 441-448.
- Martínez, O. (2017): La reconfiguración de los elementos patrimoniales de los enclaves balnearios de Galicia como una apuesta por el turismo cultural. *International journal of scientific management and tourism*, 3(2), 45-65.
- Martínez-Roget, F. (2003): Turismo rural: características de la actividad e impacto económico en Galicia. Tesis doctoral. Universidad de Santiago de Compostela
- Martínez-Roget, F., Tavares, J.A. (2017): Turismo en áreas rurales: potencial para el slow tourism. En Fraiz-Brea, J.A. (dir): Tendencias actuales del turismo en el mundo. Pp. 105-114. Madrid: Editorial Síntesis.
- Oficina del Peregrino (2018): Estadísticas. Disponibles en: <https://oficinadelperegrino.com/estadisticas/>
- Pilquiman, M. (2014): Termalismo social: una alternativa para fomentar el turismo termal en el mundo rural español. *Anuario Turismo y Sociedad*, 15, 205-222.
- Registro de Empresas y Actividades Turísticas (2018): Directorio de empresas y establecimientos turísticos. Disponible en: <http://www.turismo.gal/espazo-profesional/directorio-de-empresas-e-establecimientos-turisticos>
- Río, M.C. del, Álvarez, J., Araújo, N., Fraiz-Brea, J.A., Rodríguez, L., Rodríguez, M., Rodríguez-Toubes, D. (2014): O turismo termal na provincia de Ourense e a súa vinculación ao turismo experiencial. En Lameiras, M. (dir.), Vila, X.A. (dir.), Vaquero, A. (dir.): *Proxectos INOU 2012: investigación aplicada na provincia de Ourense*.
- Roberts, L., Hall, D. (2001): Rural tourism and recreation: principles to practice. Wallingford: CABI Publishing.
- Sharpley, J., Sharpley, R. (1997): Rural tourism. An introduction. London: International Thomson Business Press
- Xunta de Galicia (1995): Orden de 2 de junio de 1995: Turismo. Ordenación de los establecimientos de turismo rural, DOG, 22-02-95, nº 37.