



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Facultade de Economía e Empresa

Trabajo de
fin de grado

El Turismo en
Galicia: el caso de
la industria
balnearia

Susana María Patricio Caamaño

Tutora: Margarita Vilar Rodríguez

Grado en Economía

Año 2015

Resumen

Este trabajo pretende analizar uno de los principales sectores estratégicos del turismo gallego en la actualidad y con mejores perspectivas de futuro: el turismo termal. Con este fin, se analizará primero el peso del turismo en Galicia tanto en términos de PIB como de empleo; su contribución al total nacional y su posición relativa respecto a otras comunidades autónomas. La segunda parte del trabajo se concentrará en el estudio de las ventajas y desventajas de otras especialidades turísticas gallegas, concentrándose especialmente en dos: una más histórica, desarrollada en torno a la ciudad de Santiago de Compostela, y otra más reciente, como el turismo rural. Por último, el trabajo aporta un análisis de los factores de oferta y demanda que han convertido al sector balneario gallego en una de las actividades turísticas más importantes de Galicia. El turismo termal representa una industria con gran tradición histórica que ha sabido reciclarse y aprovechar el marco de oportunidades del mercado actual. El cuidado de la salud, la belleza y la búsqueda del bienestar en entornos conectados con la naturaleza representan hoy en día una parte importante de las demandas de ocio de la población. El turismo termal gallego cuenta con grandes ventajas competitivas y de partida para cubrir este creciente nicho de mercado. Este trabajo pone de manifiesto como el sector ha sabido aprovechar buena parte de sus potencialidades en las últimas décadas y presenta perspectivas de futuro muy favorables.

Palabras clave: turismo, turismo de salud, industria balnearia, Galicia, España, siglos XX y XXI

Abstract

This paper analyses one of the fastest growing industry in Galicia and with more development possibilities in the future: thermal tourism. To this end, the economic importance of tourism in Galicia will be discussed firstly in terms of its contribution to GDP and employment in total and comparative terms. The second part of this work will focus on the study of the advantages and disadvantages of other tourist activities in Galicia, focusing particularly on two: a more historical tourism, developed around the city of Santiago de Compostela, and a more recent activity, such as rural tourism. Finally, the study provides an analysis of supply and demand factors that have made the Galician spa sector in one of the most popular tourist activities in Galicia. Thermal tourism is an industry with great historical tradition that has managed to recycle and exploit opportunities within the current market. Health care, beauty and the pursuit of well-being in environments connected with nature today represent an important part of the leisure demands of the population. The Galician thermal tourism has great competitive advantages and starting to cover this growing niche market. This work shows how the sector has taken advantage of many of its potential in the past decades and how its future prospects are favourable.

Key words: tourism, health tourism, spa industry, Galicia, Spain, XXth and XXIst centuries

Índice

1. Introducción.....	7
2. El turismo en Galicia.....	10
2.1. Los antecedentes históricos: un breve punto de partida.....	10
2.2. El desarrollo turístico de Galicia, 1985-2014.....	12
2.3. Especialidades turísticas.....	17
2.3.1. Santiago de Compostela.....	18
2.3.2. Turismo Rural.....	20
3. El turismo de Salud en Galicia: la industria balnearia.....	23
3.1. Balnearios en perspectiva histórica.....	23
3.2. La industria balnearia en Galicia, 1985-2015.....	30
3.2.1. Oferta.....	31
3.2.2. Demanda.....	45
3.2.2.1. Seniors.....	50
3.2.2.2. Jóvenes con poder adquisitivo.....	56
4. Conclusiones.....	60
5. Bibliografía.....	63
6. Anexo.....	67

Índice de figuras

Figura 1. Aportación del sector turístico al PIB español y gallego 1997-2009 (en porcentaje)..	15
Figura 2. Número de viajeros entrados a Santiago de Compostela 1999-2013.....	19
Figura 3. Grado de ocupación por plazas en Santiago de Compostela (en porcentaje).....	20
Figura 4. Número de viajeros en Galicia de turismo rural 2001-2014.....	21
Figura 5. Número de viajeros españoles de turismo rural en 2014.....	22
Figura 6. Evolución del empleo en los balnearios gallegos 1993-2012 (en número).....	41
Figura 7. Evolución de la facturación en los balnearios gallegos 1991-2013 (en €).....	42
Figura 8. Evolución de la oferta de plazas hoteleras en los balnearios de Galicia 1998-2014...43	
Figura 9. Procedencia de los usuarios de los balnearios gallegos en 2013 (en porcentaje).....	49
Figura 10. Número de plazas ofertadas por el PTS del IMSERSO 1990-2014 (en número).....	51
Figura 11. Nivel medio de ingresos de los participantes gallegos en el PTS del IMSERSO (en €).....	55

Índice de cuadros

Cuadro 1. Aportación del turismo al empleo de Galicia 1999-2010 (en miles de personas y porcentaje).....	16
Cuadro 2. Aportación del turismo al PIB y empleo por CC.AA (en porcentaje).....	17
Cuadro 3. Número de balnearios en España y Galicia 1833-1933.....	26
Cuadro 4. Número de balnearios gallegos activos en 1990.....	34
Cuadro 5. Número de balnearios gallegos activos en 2015.....	35
Cuadro 6. Evolución del número de balnearios gallegos y españoles 1999-2015.....	36
Cuadro 7. Número de balnearios españoles activos en 2015.....	37
Cuadro 8. Propiedad, capital y activo de los balnearios gallegos actuales (€).....	39
Cuadro 9. Situación geográfica de los balnearios gallegos actuales (en porcentaje).....	40
Cuadro 10. Número de establecimientos y volumen de negocio en España en 2011.....	44
Cuadro 11. Evolución de la demanda en los balnearios gallegos 1890-2013.....	47
Cuadro 12. Procedencia de los clientes de los balnearios gallegos 2003-2013 (en porcentaje).....	48
Cuadro 13. Plazas ofertadas y balnearios adscritos al PTS del IMSERSO en Galicia y España 1990-2013.....	51
Cuadro 14. Plazas ofertadas en cada CC.AA para el PTS del IMSERSO en 2013.....	52
Cuadro 15. Plazas ofertadas en Galicia para el PTS del IMSERSO en 2013.....	52
Cuadro 16. Balnearios gallegos más solicitados por los participantes en el PTS del IMSERSO según número de visitantes en 2012.....	53
Cuadro 17. Origen de los participantes del PTS del IMSERSO que eligen los balnearios gallegos (en porcentaje).....	54
Cuadro 18. Patologías más tratadas en el marco del PTS del IMSERSO.....	56
Cuadro 19. Ocupación de los balnearios gallegos en Semana Santa 2013-2015 (en porcentaje).....	58
Cuadro 20. Ocupación de los balnearios gallegos en verano del 2013 (en porcentaje).....	58

1. Introducción

El concepto de *turismo de salud* ha alcanzado una gran trascendencia en los últimos años como consecuencia del aumento de la demanda, ligada principalmente, a los nuevos estilos de vida de las sociedades occidentales actuales. El concepto de turismo de salud recoge dos términos fácilmente separables. Por un lado, el término *turismo* definido por la Real Academia de la Lengua Española como el “hecho de viajar por placer” y, por otro, el concepto *salud* definido por la Organización Mundial de la Salud como el “estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. Por lo tanto, uniendo ambos términos podemos definir el *turismo de salud* de una forma simple y abreviada como “las personas que viajan de su lugar de residencia por razones de salud” (Ross, 2001)¹. Como complemento a esta definición, la prestigiosa consultora internacional McKinsey y Company (2010) señala como el turismo de salud se enfoca en cuatro áreas específicas: medicina curativa, preventiva, estética y de bienestar (*Inspired Wellness*)². Otros autores prefieren optar por una definición más detallada y engloban dentro del *turismo de salud* todo “viaje organizado fuera del entorno habitual del usuario, para el mantenimiento, mejora o recuperación de su bienestar individual físico y mental” (Carrera y Bridges, 2006). En definitiva, en las últimas décadas el turismo de salud ha alcanzado tal relevancia en el ámbito internacional que muchos autores no dudan en apuntar que “es un ejemplo modélico de turismo sostenible, dado que, además de buscar la rentabilidad empresarial, los centros especializados en turismo de salud

¹ Definición extraída de Lopes, Henn, Alén y Gonçalves, 2011; p. 463.

² <http://www.mckinsey.com/>

tienen como objetivo prioritario el respeto al entorno, al tiempo que se preocupan por conseguir una sostenibilidad social y sostenibilidad cultural” (Martínez, 2009; p. 245)³.

Estas definiciones nos permiten observar el cambio en el paradigma del turismo de salud que se ha producido en los últimos años. El turismo de salud no es novedoso, desde el siglo XIX la población, sobre todo las clases más acomodadas, se trasladó a hospitales o casas de reposo en la montaña, balnearios y otros lugares similares para descansar o mejorar su estado de salud. Sin embargo, en las últimas décadas, el turismo de salud ha dejado de ir ligado de manera exclusiva a una connotación negativa (enfermedad, dolencia) y se ha convertido además en una nueva forma de entender el ocio, mejorar el bienestar y en una oportunidad turística para España. Este país reúne las mejores condiciones competitivas para convertirse en una potencia turística en este ámbito al disponer de dos pilares básicos para su desarrollo: una sanidad de reconocido prestigio en el mundo y una gran potencialidad y experiencia en el sector turístico⁴. Según datos de la Organización Mundial del Turismo para 2011, España ocupó la cuarta posición en el ranking mundial de países receptores de turistas. Los mercados emisores de Reino Unido, Alemania y Francia representan más de la mitad de los turistas recibidos en España. Por otro lado, la revista Newsweek situó a la sanidad española como una de las mejores valoradas a nivel mundial, alcanzando la tercera posición del ranking en el 2010, detrás de Japón y Suiza. Dentro de este contexto, no resulta extraño que el turismo de salud esté creciendo a un ritmo del 20% anual. Las expectativas del sector se dibujan muy positivas. Se espera alcanzar una facturación alrededor de los 500 millones de euros en 2015 y las perspectivas son mejores para los próximos años. Todo esto pone en evidencia el auge actual y la potencialidad empresarial de este tipo de turismo en España. Sus ventajas comparativas frente al turismo masivo de sol y playa son muy variadas: presenta una menor dependencia estacional, permite una mayor expansión territorial más allá de la costa y atrae un tipo de demanda que gasta seis veces más que el típico turista convencional⁵.

Dentro del amplio espectro de establecimientos y actividades que engloba el turismo de salud, este trabajo se va a centrar en el sector balneario gallego durante el

³ Hoy en día existe una gran preocupación por la sostenibilidad, contribuyendo el sector balneario a este objetivo de múltiples maneras: Es generador de riqueza y empleo en el ámbito económico; respecta el terreno ambiental e interactúa con el entorno y, desde el punto de vista social y cultural, favorece a la salud y sociabilización de los participantes. Más información en Martínez, 2009; pp. 245-255.

⁴ Ideas extraídas de Secretaría de Estado de Turismo, 2013; p. 18.

⁵ Datos recogidos en: http://www.elconfidencial.com/espana/2015-04-20/el-turismo-de-salud-se-convierte-en-marca-espana-y-ya-genera-500-millones-euros-al-ano_762264/.

periodo 1985-2015. El caso gallego representa una excelente oportunidad para analizar este sector por dos factores fundamentales. Primero, Galicia se mantuvo al margen del boom del turismo de sol y playa que caracterizó a España desde la etapa desarrollista de la década de los sesenta. Segundo, Galicia disfruta de una gran ventaja competitiva en recursos de agua mineromedicinal con más de trescientos manantiales susceptibles de explotación⁶. En consecuencia, sus características naturales (menos horas sol, pero abundante agua mineromedicinal) convierten a Galicia en un territorio de enorme potencialidad para el desarrollo de una industria de turismo de salud de calidad frente a otras regiones.

El periodo elegido responde a tres claves: el nacimiento del nuevo paradigma de turismo de salud en los años ochenta, lo que supuso una nueva oportunidad de desarrollo para los establecimientos balnearios que habían sufrido una crisis desde la guerra civil; la nueva reglamentación del sector a la sombra de la aprobación del Estatuto de Autonomía de Galicia (Ley Orgánica 1/1981, de 6 de abril) y el consiguiente traspaso de competencias desde el Estado; y, por último, la escasez de trabajos de investigación realizados para este periodo más reciente, a diferencia de otras etapas históricas.

El objetivo de este trabajo es analizar uno de los principales sectores estratégicos del turismo gallego en el presente y con mejores perspectivas de futuro. Para poder llevar a cabo esta afirmación se analizará, en el segundo epígrafe, el peso del turismo en Galicia tanto en términos de PIB como de empleo, en relación con el total nacional y otras comunidades autónomas. Posteriormente, se mostrará una breve evolución de dos de las especialidades turísticas gallegas: una más histórica, como es la referente a la ciudad de Santiago de Compostela, y otra más reciente, como es el turismo rural. Por último, el tercer epígrafe se concentrará en el sector balneario: por un lado, se recopilará la historia de esta emblemática industria, para continuar por otro con la evolución de este sector en un período más reciente. El último apartado recoge las principales conclusiones.

⁶ Información extraída de <http://www.balneariosdegalicia.gal/galicia-lider-termal-g.html>

2. El Turismo en Galicia

España se ha convertido en el último medio siglo en una potencia turística mundial, sobre todo en el turismo de "sol y playa"; una actividad que ha generado numerosos efectos de arrastre principalmente en la costa mediterránea y los territorios insulares. La situación geográfica, la orografía y el clima de Galicia han mantenido a este territorio al margen de esa tendencia, lo que ha generado algunos efectos positivos (p.e. mejor conservación de espacios naturales) y otros negativos (p.e. desarrollo de transportes, actividad económica, generación de empleo...). Al margen del "sol y la playa", Galicia sí ha destacado por otras potencialidades turísticas como el turismo gastronómico, cultural o religioso (p.e. Camino de Santiago) y en las últimas décadas cabe destacar el auge del turismo rural y el turismo de salud. Este epígrafe pretende analizar la evolución del sector turístico en Galicia, su participación en el conjunto de la economía gallega durante el periodo objeto de estudio y sus principales especialidades al margen del sol y la playa.

2.1. Los antecedentes históricos: un breve punto de partida

Antes de la guerra civil el desarrollo turístico en España estuvo limitado a ciertos segmentos más elitistas de la sociedad: primero destacaron los balnearios y luego los baños de ola en Santander o San Sebastián. La Corte marcaba las tendencias y las modas, siguiendo las pautas de otros países europeos. Este turismo se combinó con otro de carácter más popular relacionado con las romerías o las peregrinaciones, algunas de gran tradición histórica, como fue el caso del Camino de

Santiago. No obstante, durante esta etapa, la baja renta per cápita y el escaso tiempo de ocio impedían el disfrute de vacaciones por parte de las familias trabajadoras. Sin embargo, con la dictadura de Primo de Rivera se empezó a tomar conciencia de la necesidad de impulsar este emblemático sector, todavía muy atrasado en aspectos como la propaganda, los hoteles, el ferrocarril... Así, en 1928, se creó el Patronato Nacional de Turismo, el cual logra grandes cambios en la política turística española. Además, también se crea la Red de Paradores y Albergues de Carretera. Uno de los primeros paradores nacionales se inauguró en 1928 en la provincia de Ávila, el Parador Nacional de Gredos (Pellejero, 2002; pp. 236-240).

La posguerra civil española, caracterizada por una larga crisis económica, escasez de productos y carestía, deterioró las condiciones de vida de la mayor parte de la población y abrió un largo paréntesis en el desarrollo del sector turístico en el interior del país. Fuera, la segunda guerra mundial y el aislamiento exterior de la dictadura franquista a través de la autarquía no favorecieron la llegada de turistas extranjeros. Tras la aprobación del Plan de Estabilización (1959), España acabó de integrarse en el marco internacional a la vez que se iniciaba una etapa desarrollista. Por lo que se refiere al sector turístico, la modernización del país y la apertura de la dictadura favoreció el desarrollo de un turismo de masas⁷, impulsado por la edad dorada del capitalismo y la propaganda franquista. La costa mediterránea y las islas fueron los territorios más beneficiados por este *boom*. Por el contrario, Galicia no pudo competir en este ámbito. A pesar de contar con multitud de kilómetros de costa para poder desarrollar el famoso turismo de sol y playa, su posición geográfica y las características climatológicas (abundantes lluvias, temperaturas suaves y aguas frías) no favorecieron su desarrollo. Por el contrario, la dictadura, muy vinculada a la Iglesia, volvió a poner en valor la peregrinación a Compostela. Sin embargo, la gran competitividad que ejercía el turismo de sol y playa emergente, junto a una carestía de medios publicitarios que pusiesen en relieve los recursos destacables de la comunidad, unido a otros factores como el menor desarrollo económico o las carencias en infraestructuras, demoraron una recuperación del sector turístico gallego hasta la década de los ochenta del siglo XX.

Además, a finales del siglo XX, otras alternativas turísticas comenzaron a competir con el sol y la playa. El envejecimiento de la población, los nuevos estilos de vida, la creciente preocupación por la estética y por la salud y la necesidad de encontrar atmósferas de tranquilidad y bienestar para desconectar del estrés laboral o

⁷ Para adentrarse más en el turismo de la época de Franco véase Vallejo, 2014.

de la vida cotidiana, favorecieron el desarrollo de otras alternativas de ocio. Junto con estos factores, el fraccionamiento del periodo vacacional y la mejora de los transportes dotaron de mayores oportunidades turísticas a otros territorios. Algunos autores como Lois (2008; p. 33) se atreven a apuntar que “todos los espacios que muestren una indiscutible fortaleza en cuanto a patrimonio paisajístico-natural o histórico-cultural van a reforzar su protagonismo turístico en los próximos tiempos”. Dentro de este nicho de mercado, Galicia cuenta con muchos recursos que es necesario poner en valor en un marco de creciente competencia y desarrollo del marketing (Pazos y Alonso, 2011; p. 342). Este es quizás uno de los puntos débiles del sector gallego, pues a pesar de ser una comunidad con apreciados recursos naturales, culturales y termales, la falta de empuje provocó que quedara bastante rezagada en la actividad turística hasta bien entrada la década de los noventa.

2.2. El desarrollo turístico de Galicia, 1985-2014

La década de los ochenta comenzó con un hito importante para Galicia: la aprobación de su Estatuto de Autonomía en 1981. Este Estatuto supuso el traspaso de numerosas competencias políticas y económicas desde el ámbito nacional. Por lo que se refiere al turismo, Galicia pasó a disfrutar de la competencia exclusiva para la promoción, ordenación y regulación de esta actividad en su ámbito territorial. Junto a esto, se crea el Consejo de Turismo de Galicia (Ley del 7/2011, de 27 de Octubre) como un órgano de apoyo, asesoramiento y propuesta para diversos asuntos relacionados con el turismo⁸. Este nuevo marco abrió una ventana de oportunidades para impulsar una nueva estrategia turística diferenciada, poniendo en valor los recursos propios.

Además, se aprobó de manera progresiva un marco legislativo para regular a este sector, siendo vigente en la actualidad la Ley del 7/2011, de 27 de octubre, del turismo de Galicia⁹, que derogó la Ley 14/2008, de 3 de diciembre¹⁰. En paralelo, durante estos años comenzaron a desarrollarse diversas iniciativas turísticas alternativas al hasta entonces predominante turismo de sol y playa. En el caso de las comunidades del norte de España destacó la creación del proyecto "España verde" en 1989, donde Galicia ocupó un lugar destacado (Camino, Ferreiro y Vaquero, 2012; p.

⁸ http://www.xunta.es/dog/Publicados/2012/20120716/AnuncioC3C1-090712-0002_es.html

⁹ http://www.xunta.es/dog/Publicados/2011/20111111/AnuncioC3B0-041111-8318_es.html

¹⁰ <http://www.boe.es/boe/dias/2009/03/16/pdfs/BOE-A-2009-4367.pdf>

3)¹¹. Por lo que se refiere a estrategias propias, cabe destacar dos hitos: la creación de TURGALICIA en septiembre de 1992 y el nacimiento del CLÚSTER del Turismo de Galicia en diciembre de 2013. En cuando al primero, se trata de una sociedad pública conocida como Turgalicia pero cuyo nombre real responde a La Sociedad de Imagen y Promoción Turística de Galicia, S.A, su principal objetivo se basa en realizar una adecuada promoción de los recursos turísticos de Galicia¹². Por otro lado, el Clúster persigue como principal finalidad agrupar bajo una misma entidad a una multitud de empresas relacionadas con la actividad turística en Galicia, para impulsar iniciativas conjuntas de cara a la mejora de la competitividad y a la promoción del sector dentro y fuera de España¹³. Junto a todo lo anterior, Galicia participa en otros planes estratégicos para el sector, como el Plan General de Turismo 2010-2013, destinados a promover iniciativas turísticas gallegas y conseguir potenciar y fomentar la sostenibilidad de sus recursos. En los últimos años la Administración autonómica ha apostado por estrategias turísticas relacionadas con el turismo ornitológico, los centros BBT¹⁴, el camino de Santiago, el termalismo y los nuevos productos de Cabecera de Marca, como por ejemplo el turismo marinerero. Dentro de Galicia, se han desarrollado planes turísticos más concentrados geográficamente. Este es el caso, por ejemplo, del Plan de competitividad turística Puertas de Galicia, cuyo objetivo se centra en impulsar determinadas zonas de la comunidad con una elevada potencialidad turística casi sin desarrollar. Dentro de esta iniciativa, encontramos a doce ayuntamientos gallegos Castrelo do Val, Cualedro, Laza, Monterrei, Oímbra, Riós, Verín, Vilardevós, A Gudiña, A Mezquita, Viana do Bolo y Vilariño de Conso¹⁵.

En el ámbito privado hay que destacar también la multitud de asociaciones de empresarios existentes en diferentes ámbitos, desde hostelería hasta turismo rural. Una de las primeras asociaciones fundadas en este apartado fue la Federación Española de Hostelería (1977), que dispone de cinco asociaciones repartidas por la

¹¹ Se crea por la Administración General del Estado, Galicia, País Vasco, Cantabria y Asturias para poner énfasis en un turismo más ligado al ámbito cultural y natural.

¹² Información extraída de <http://www.turgalicia.es/blog/acerca-de/?lang=es>

¹³ Información extraída de <http://clusterturismogalicia.com/que-e-o-cluster-do-turismo-de-galicia/>.

¹⁴ *Un Centro BTT* es un espacio al aire libre, diseñado y preparado para practicantes de la bicicleta todo terreno, que posibilita al usuario el conocimiento del medio rural y natural a través de la práctica de la bici de montaña. Información extraída de <https://galitur.wordpress.com/2012/11/25/plan-de-accion-del-turismo-en-galicia-2010-2013/>.

Como observamos, este ámbito está muy relacionado con el denominado turismo rural, ya que permite introducir una nueva forma de incentivarlo gracias a que facilita la visita del territorio característico gallego con la incorporación de este nuevo mecanismo, que anteriormente, era más propio y usual de las grandes ciudades.

¹⁵ http://www.puertasdegalicia.com/?page_id=7

comunidad gallega, una en cada capital de provincia y otra en Santiago de Compostela, dado el papel clave representado por esta ciudad como reclamo turístico para Galicia¹⁶. Ese mismo año se crea la Asociación Profesional de Guías Turísticas de Galicia con el fin de “ofrecer la mejor calidad a aquellos turistas que soliciten nuestros servicios de interpretación del patrimonio gallego”¹⁷. Más tarde, en 1985, se creó la Asociación Gallega de Balnearios con la finalidad de representar y promocionar el sector termal gallego¹⁸. Entrando en el nuevo milenio y gracias al impulso del turismo rural desde 1995, se fundó la Federación Galega de Turismo Rural (2003)¹⁹. En los primeros años del siglo XXI, han nacido múltiples asociaciones, entre las que podemos destacar Tesouros de Galicia, cuyo objetivo se basa en fomentar los destinos culturales de la comunidad²⁰. Por último, podemos destacar el gran esfuerzo realizado por Turismo de Galicia, pues ha logrado en los últimos años la firma de numerosos acuerdos con distintas sociedades. Entre otros, cabe destacar el acuerdo con la Asociación de Clubes Náuticos de Galicia (Asnagua) o con la Asociación Ruta del Vino Rías Baixas²¹. Esta última asociación crea un reclamo turístico a partir de los productos característicos de la comunidad; iniciativa que se repite en otros productos y zonas (quesos, marisco, pan...) gracias a la multitud de denominaciones de origen que amparan la calidad de los productos gallegos²². Todas estas iniciativas, que solo son un ejemplo de las muchas desarrolladas en el sector durante las últimas décadas, ponen en evidencia el interés y el esfuerzo tanto institucional como empresarial para potenciar el desarrollo del sector turístico en Galicia como sector clave en la economía gallega. Este conjunto de medidas se han traducido en un considerable despegue del sector turístico gallego desde las últimas décadas del siglo XX.

Los datos revelan como el sector turístico en Galicia ha ido ganando peso a lo largo del tiempo, convirtiéndose hoy en día en un sector estratégico para la comunidad (Figura 1). A finales de la década de los 90, se observa como el sector turístico gallego aportaba al PIB de la comunidad un escaso 6%, y se encontraba a cinco puntos porcentuales alejada de España, pues en ese mismo año esta lograba un

¹⁶ <http://www.fehr.es/asociaciones/asociaciones-10.php>

¹⁷ <http://www.guiasdegalicia.org/la-asociacion>

¹⁸ <http://www.balneariosdegalicia.gal/la-asociacion-g.html>

¹⁹ <https://fegatur.wordpress.com/>

²⁰ http://www.hosteltur.com/147180_nueva-asociacion-fomentar-turismo-cultural-galicia.html

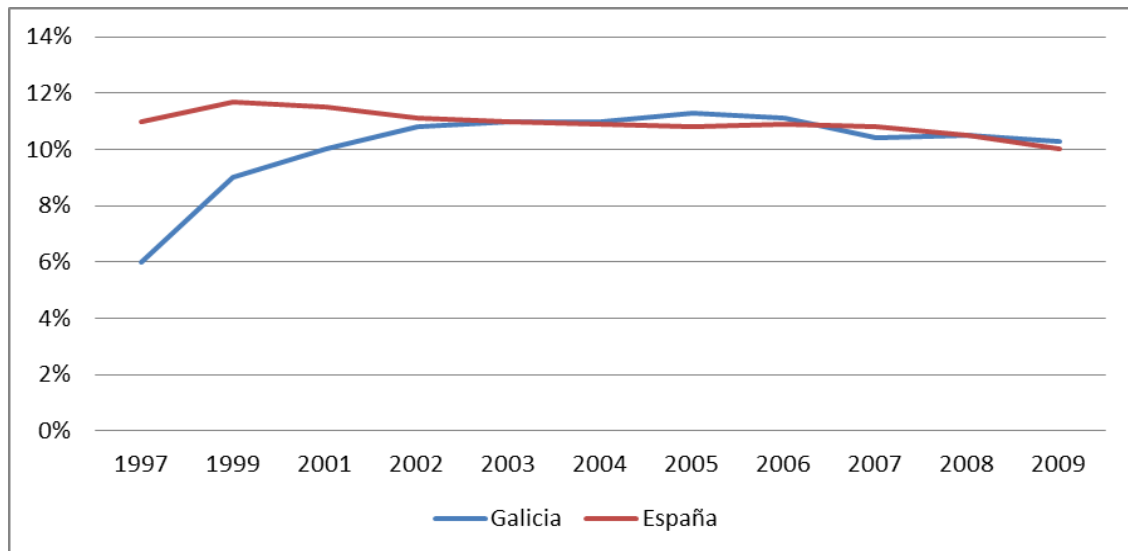
²¹ http://www.hosteltur.com/153850_galicia-firma-convenios-asociaciones-turisticas-promover-calidad-turistica.html

²² En la siguiente página se recogen productos gallegos destacables por su calidad, así como, las fiestas gastronómicas de interés público:

http://www.gastronomiadegalicia.com/v_portal/apartados/apartado.asp?te=333

representativo 11%. Por otro lado, vemos como en Galicia este sector va ganando peso en un tiempo relativamente corto, pues ya en 1999 aumentaba en tres puntos porcentuales el peso del sector. Lo anterior, se debe sin duda alguna a la celebración del año Santo, lo que nos demuestra la gran dependencia que Galicia tiene a este fenómeno. Posteriormente, la evolución sigue siendo positiva alcanzando cifras espectaculares en el 2003, donde adquiere un notable 11%, e iguala ya su peso con el de España. Sin embargo, la crisis económica dejó huella en este sector y las cifras comenzaron a disminuir, aunque no de forma alarmante. Por último, es paradójico observar que mientras que la aportación del sector turístico sobre el PIB gallego ha ido ganando peso a lo largo del tiempo, en España ha ocurrido lo contrario, lo que se ha traducido en un mayor peso del sector turístico en Galicia que en España. En realidad, España ha retrocedido a cifras inferiores a las de los años noventa, si bien se situaba en un 11% en 1997, según datos más recientes ronda el 10%. Todo lo anterior nos hace afirmar que todos los factores institucionales y empresariales, que previamente se han comentado, han sido fundamentales para el auge de este sector. Al mismo tiempo, los resultados son alentadores para seguir trabajando y uniendo esfuerzos para ir progresando en este ámbito.

Figura 1: Aportación del sector turístico al PIB español y gallego 1997-2009 (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia a partir de múltiples fuentes: La cifra referente a Galicia en 1997 se recoge en Gómez, 2001, p. 13; La cifra referente a Galicia en 1999 se recoge en Crecente, 2001, p. 27; La cifra referente a Galicia en 2001 se recoge en Besteiro, 2002; p. 5; Las cifras referentes a Galicia de los años 2007-2010 se recogen en IMPACTUR Galicia 2010; Las cifras referentes a Galicia de los años 2002-2006 se recogen en IMPACTUR Galicia 2007; Las cifras referentes a España se han recogido en el INE, siendo los datos del 2008 y 2009 estimaciones provisionales.

Centrándonos en otra variable significativa como es el empleo, la aportación del turismo ha ido ganando porcentaje a lo largo del tiempo. Vemos como se obtiene un significativo 11,50% en 2010, coincidiendo de nuevo con el año Xacobeo (Cuadro 1). Antes de entrar en el nuevo milenio se alcanzaban cifras relevantes que ya rondaban el 10%, debido a la misma causa antes citada. Las cifras conseguidas en el 1999 son muy importantes ya que según afirmó en su momento el subdirector General de Fomento y Cooperación de la Dirección General de Turismo, Juan M. Crecente Maseda, “la aportación del turismo al empleo gallego superaba sectores que se consideraban prioritarios como la piedra, la pesca (sin la conserva) o la automoción” (Crecente, 2001; p. 27). Además, la aportación del turismo al empleo gallego supera con creces la media nacional. Según datos de los informes de IMPACTUR, el turismo aportaba al empleo nacional un escaso 9,3% en 2004, reduciéndose a un 7,3% en 2007.

Cuadro 1: Aportación del turismo al empleo de Galicia 1999-2010 (en miles de personas y porcentaje)

Zona/Año	1999	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Miles de personas	-	103	108	112	124	128	141	143	134	136
%	10	9,3	9,6	9,7	10,3	10,3	11,1	11,2	11,1	11,5

Fuente: Elaboración propia a partir de múltiples fuentes: La cifra del año 1999 es extraída de Crecente, 2001; p. 27; Las cifras de los años 2002-2006 corresponden a IMPACTUR 2007 y las del 2007-2010 a IMPACTUR 2010.

Si analizamos estas dos variables a nivel autonómico (Cuadro 2), nos encontramos como Galicia se encuentra muy lejos de comunidades características del turismo de sol y playa como son los dos archipiélagos, Canarias y Baleares. Sin embargo, Galicia está muy próxima a destinos tan representativos del sector como Valencia y Andalucía. Además el sector turístico aporta más al PIB y empleo gallego, de lo que aporta a Madrid, ciudad con un gran tirón turístico. Junto a esto, es preciso anotar que los principales competidores de Galicia en el ámbito turístico, Asturias y País Vasco, presentan una menor aportación al PIB que la comunidad autónoma gallega. En el caso de Asturias se situaría en el 2012 en un 7,4%²³ y en País Vasco en el 2013 se reduce a un 5,8%²⁴.

²³ Información extraída de <http://www.elcomercio.es/v/20130201/asturias/principado-creara-sociedad-mixta-20130201.html>

²⁴ Información extraída de http://www.eustat.eus/elementos/ele0012400/ti_Aumenta_el_peso_del_turismo_en_la_economia

Sin embargo, en términos de competitividad turística, Galicia no obtendría tan buenos resultados, ya que alcanzaría un 98,9 quedando muy alejada del 113,3 que logra el País Vasco. Además, estaría muy próxima a las cifras conseguidas por Asturias, las cuales se sitúan en un 93,1²⁵.

Cuadro 2: Aportación del turismo al PIB y empleo por CC.AA (en porcentaje)

	PIB*	Empleo**
España	10,9	11,9
Baleares	45,5	34,8
Canarias	31,2	35,2
C. Valenciana	12,6	13,4
Andalucía	12,5	11,9
Cantabria	10,9	11,9
Galicia	10,6	11,5
La Rioja	9,8	10,3
Murcia	9,8	10,2
Madrid	6,3	5,9

Fuente: Elaboración propia a partir de <http://www.exceltur.org/pib-y-empleo-turistico-por-c-c-a-a/>

*Datos para Canarias, Islas Baleares y La Rioja relativos a 2013. Datos para Murcia relativos a 2011, para Comunidad Valenciana y Galicia relativos a 2010, para Andalucía y Madrid relativos a 2007 (Estudios IMPACTUR). Datos para España relativos a 2012 según figuran en la CSTE (Cuenta satélite del Turismo de España publicada por el INE).

**Diferencias observadas entre comunidades se explican en un elevado porcentaje a los diferentes niveles de estacionalidad dado que los datos de empleo en los Estudios IMPACTUR están contabilizados en puestos de trabajos equivalentes al año.

2.3. Especialidades turísticas

Como observamos anteriormente las distintas iniciativas llevadas a cabo por las instituciones y empresarios han provocado una favorable evolución del sector turístico en Galicia. Este turismo se basa en resaltar las características naturales propias de la comunidad gallega, atrayendo así a un turismo de calidad que sabe valorar y apreciar la multitud de recursos con los que cuenta esta comunidad. Nuestro objetivo en este epígrafe es destacar dos de los principales reclamos turísticos de Galicia: un recurso turístico histórico como es el que gira entorno a la ciudad de Santiago Compostela, y otro de más reciente desarrollo como es el turismo rural.

[a de la CA de Euskadi y alcanza el 58 del PIB en 2013/not0012440 c.html#axzz3b8u8V21v](http://www.euzkadi.net/portal/ver-noticia.aspx?noticia=12440¬icia_c=12440) Las cifras referentes al año 2013 son un avance.

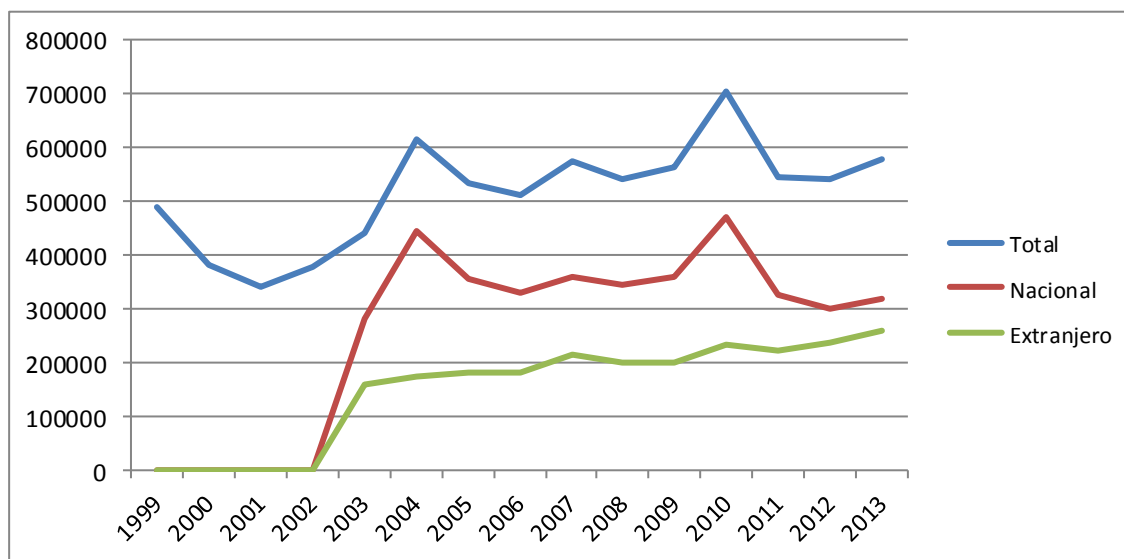
²⁵ <http://www.exceltur.org/ranking-de-competitividad-turistica-por-c-c-a-a-monitur/>. Índice media=100/2010. La competitividad turística es una variable compuesta de múltiples indicadores (riqueza de recursos naturales, infraestructuras...).

2.3.1. Santiago de Compostela

La Catedral de Santiago junto a su Camino es un lugar de peregrinación que basa su potencial en la tumba del Apóstol de Santiago, pues supuestamente en el interior de la Catedral yacen sus restos²⁶. Para analizar esta especialidad turística gallega vamos a basarnos en los datos de la encuesta de ocupación hotelera, dado que esta recoge detalladamente como punto turístico a la ciudad de Santiago de Compostela. Por otro lado, hay que apuntar que otra serie de establecimientos, como son los albergues, recogen a un gran número de visitantes anualmente. Esto se debe a que es un asentamiento cercano al Camino, al mismo tiempo que económico, que encaja perfectamente con el sentimiento religioso de sacrificio por el que peregrinan los visitantes. Lamentablemente, hay una gran escasez de datos sobre estos establecimientos, lo que obliga a tomar como referencia la encuesta citada anteriormente.

La figura 2 nos permite detectar la primera característica fundamental de este reclamo turístico: la gran dependencia que provoca la celebración de los años Santo. Los grandes picos que se registran coinciden con la celebración de los Xacobeos 1999, 2004 y 2010. También es importante resaltar como los picos que se anotan en el 2010 son superiores a los anteriores. Otra característica fundamental se basa en que, a pesar de que el mayor porcentaje de turistas que recibe esta ciudad es nacional, es capaz de atraer a un número muy elevado de turistas extranjeros. Esto revela una característica diferenciadora respecto a otras actividades turísticas de la comunidad, donde priman los visitantes españoles. Por lo tanto, que esta ciudad sea capaz de atraer a un elevado número de no residentes nacionales que crece positivamente a lo largo del período, es relevante ya que puede ser una vía para dar a conocer otra serie de destinos que puede ofrecer Galicia.

²⁶ Para más información sobre la historia de la Catedral de Santiago y su camino, véase Pardellas y Padín, 2014; p. 53.

Figura 2: Número de viajeros entrados a Santiago de Compostela 1999-2013

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de ocupación hotelera. Nota: Las cifras referidas a la desagregación por lugar de residencia están disponibles a partir del año 2003.

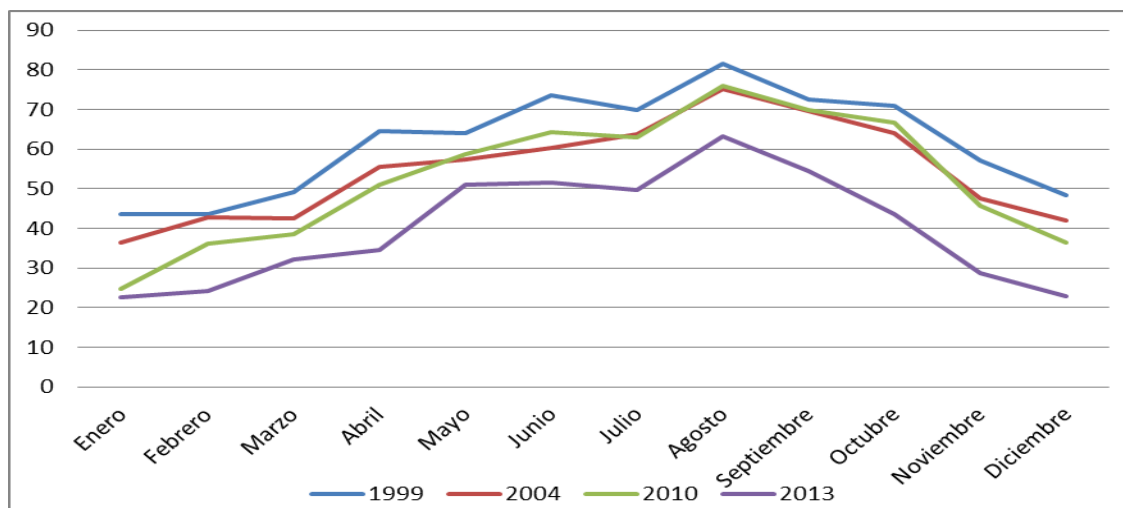
Si analizamos la estancia media de los turistas en esta ciudad, esta ha caído notablemente, pues si en el año 1999 alcanzábamos una cifra de 2,56 días en 2013 se sitúa en 1,91 días por visitante. Esto responde a que la estancia se limita a visitar los recursos turísticos de la ciudad compostelana: la visita de la Catedral, sus museos y el casco viejo²⁷. Junto a esto, es un turismo muy económico, pues hay que recordar que las principales motivaciones son la cultural y la religiosa, siendo la entrada a la catedral gratuita. Además, a pesar de que estamos analizando datos de la ocupación hotelera, un gran porcentaje de desplazamientos a esta ciudad se hacen a través de la peregrinación por el Camino. Aquí predomina la estancia en albergues (la mayoría gratuitos) y el consumismo se reduce notablemente, ya que los peregrinos vienen provistos con sus propios enseres.

Por último, es significativo detenernos a supervisar el grado de ocupación en las épocas claves de este tipo de turismo (Figura 3). Esto nos permite concluir que, a pesar de encontrarnos en año Santo el grado de ocupación nunca ha sido pleno. Los magníficos grados de ocupación alcanzados en 1999, disminuyen en los Xacobeos siguientes. Además, se produce una gran estacionalidad a partir de Semana Santa (motivo lógico por el carácter religioso) hasta Octubre, período donde disminuye la pluviosidad de esta ciudad y por lo tanto, favorece a la visita. Además, el grado de

²⁷ Santiago de Compostela ha sido declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1985 y Ciudad Europea de la Cultura en el 2000.

ocupación cae notablemente cuando no es año Santo, como bien se demuestra en las cifras referentes al 2013.

Figura 3: Grado de ocupación por plazas en Santiago de Compostela (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de ocupación hotelera.

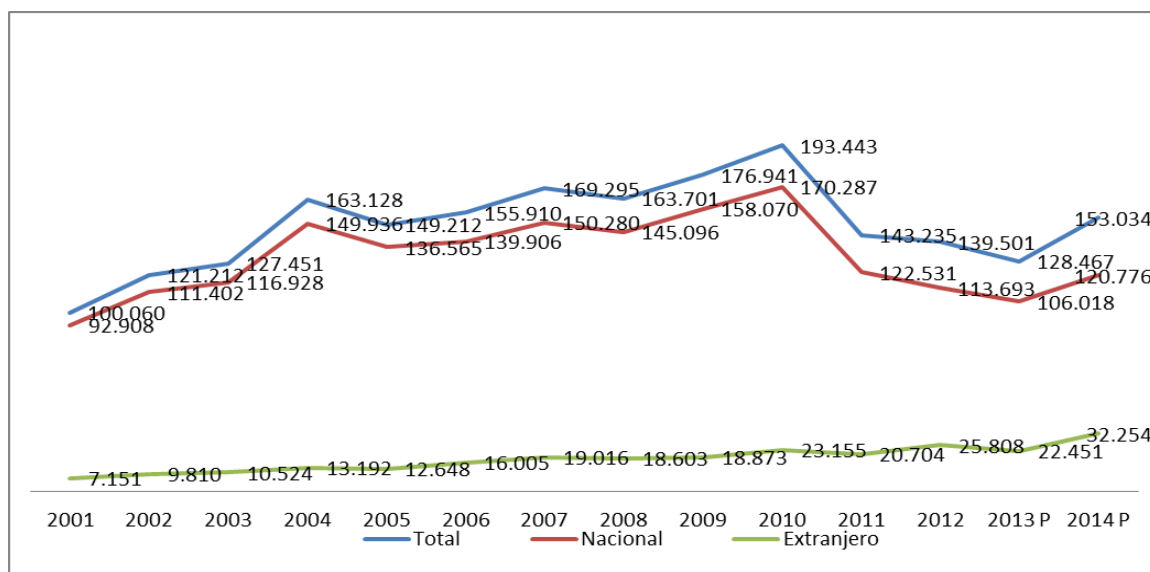
Todo lo anterior provoca que los establecimientos²⁸ no sean capaces de sobrevivir a lo largo del tiempo dada la escasa rentabilidad, por lo que el número de los mismos ha disminuido notablemente, pasando de 2.308 en 1999, a 1.764 en 2013.

2.3.2. Turismo Rural

El turismo rural se puede definir como “la actividad turística que se desarrolla en el medio rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje, cultura tradicional y huida de la masificación” (Valdés, 1996)²⁹. Dicho esto, es normal que este tipo de turismo este teniendo un gran auge en los últimos años debido a los nuevos estilos de vida de las sociedades actuales. Por otro lado, Galicia es un lugar que alberga todas las características que contiene la definición inicial, de ahí que está comunidad presente una especialidad turística en el ámbito rural.

²⁸ Según el INE se entiende por establecimiento “toda unidad productora de servicios de alojamiento hotelero (hotel, hotel apartamento o apartahotel, motel, hostel, pensión, fonda, casa de huéspedes) en la que trabajan una o más personas por cuenta de la misma empresa”

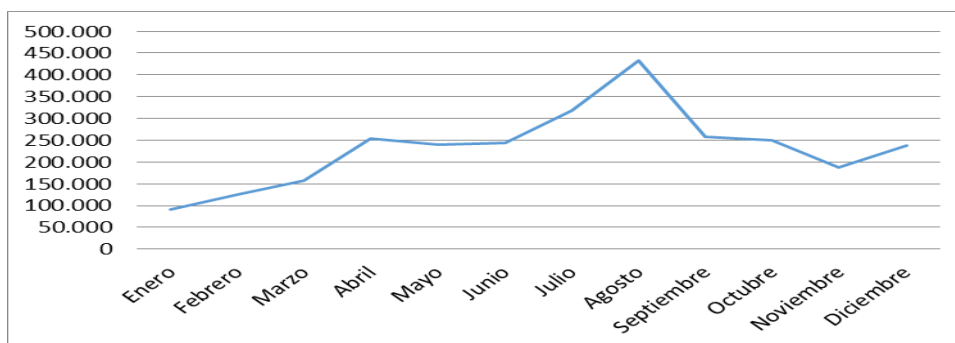
²⁹ Definición extraída de Besteiro, 2006; p. 28.

Figura 4: Número de viajeros en Galicia de turismo rural 2001-2014

Fuente: A partir de la encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural. Nota: Los datos referentes al 2013 y 2014 son provisionales.

Si analizamos la evolución del número de viajeros en Galicia (Figura 4), nos encontramos con que esta variable ha presentado una evolución continua hasta el 2010, año en el cual alcanza la cuota más alta con la visita de 193.443 viajeros. Aquí se puede establecer una cierta influencia con el año Santo, dado que se produce también un pico importante en el 2004. Sin embargo, a partir de entonces cae considerablemente, aunque parece que en la actualidad comienza una pequeña recuperación rondando los 153.000 viajeros en 2014. Es necesario también contemplar que la mayoría de esos viajeros son de tipo nacional. No obstante, aunque los visitantes extranjeros presentan una minoría han evolucionado positivamente a lo largo del período estudiado, ganando porcentaje sobre el total. Si de los 100.060 viajeros totales del año 2001, alrededor de un 93% eran de carácter nacional, en la actualidad se reduce hasta un 79% el porcentaje.

Si analizamos la estacionalidad del turismo rural, observamos cómo esta especialidad se concentra también en el período estival. Analizando el fenómeno para el conjunto español, la figura 5 revela la elevada afluencia de turistas en el mes de agosto, una tendencia que se intensifica en Galicia como consecuencia de su climatología. En conjunto España recibió 2.795.630 turistas rurales en 2014, de los que 153.034 se asentaron en Galicia, lo que representa un escaso 5,5%, siendo la principal receptora de visitantes rurales Castilla- León con más de un 21%.

Figura 5: Número de viajeros españoles de turismo rural en 2014

Fuente: Elaboración propia a partir la encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural. Las cifras son provisionales.

En cuanto a las tasas de ocupación por plazas, éstas han disminuido notablemente a lo largo del tiempo, situándose en porcentajes cercanos al 20% en el 2001, a apenas alcanzar un 13% en el 2014. La estancia media se sitúa en unos escasos 1,97 días por viajero actualmente. Además, es un tipo de turismo muy económico, ya que el entorno rural gallego no tiene unos precios excesivos. Junto a lo anterior, se ha producido un aumento en el número de establecimientos pasando de 282 alojamientos rurales abiertos en el 2001, a 509 en el 2014. Esto apunta a que se está produciendo una sobrecapacidad en el sector, motivada por las ayudas públicas proporcionadas a este tipo de establecimientos. Estas subvenciones obligan permanecer abierto el establecimiento un determinado tiempo. Además, en este tipo de casas rurales suelen vivir los dueños, por lo que motivados por esas ayudas participan para mejorar sus casas teniendo un escaso conocimiento sobre cómo enfocar el negocio.

En resumen, Galicia ofrece otras muchas especialidades turísticas al margen de la típica del turismo de sol y playa. Aquí se han analizado solo dos ejemplos de cómo la comunidad gallega ha sabido aprovechar las características naturales propias de su territorio y atraer así a un gran número de visitantes año tras año. De esta forma, el sector turístico gallego se ha convertido en un sector estratégico para su economía. La segunda parte de este trabajo se va a concentrar en una de las industrias turísticas con mayor tradición histórica y mayor avance en las últimas décadas: los balnearios. A diferencia de otras especialidades, la industria balnearia cuenta con las ventajas de atraer un turismo de calidad, respetuoso con la naturaleza y de baja estacionalidad que cubre dos ansiados objetivos perseguidos por la sociedad actual: belleza y bienestar. Galicia cuenta con grandes ventajas competitivas en esta actividad que se podría convertir en uno de los motores principales de su industria turística

3. El turismo de salud en Galicia: la industria balnearia

Esta parte del trabajo se va a centrar en una de las grandes especialidades turísticas de Galicia y con mayor crecimiento potencial en el futuro. La actividad balnearia constituye una actividad de larga tradición histórica que ha sabido sobrevivir a lo largo del tiempo, gracias a la adaptación a las nuevas tendencias de la actualidad. En este tercer epígrafe se analizará el origen de la industria balnearia, así como sus principales etapas de auge y de crisis; los factores de oferta y demanda que permitieron su supervivencia en el tiempo; y los principales obstáculos a los que se enfrentó. De este modo, se pondrá en evidencia como la explotación de las aguas medicinales cuenta con una gran tradición histórica. No obstante, el turismo de salud actual representa una nueva forma de aprovechamiento de estos recursos naturales, asociado a una sociedad moderna que busca bienestar y está sujeta a unos elevados niveles de estrés y a unos exigentes cánones de belleza.

3.1. Balnearios en perspectiva histórica

El agua es fundamental para el desarrollo de la vida, y ya desde la antigüedad se utilizaba para numerosos y distintos fines. El origen de los primeros centros termales se le puede atribuir a los romanos. El hallazgo de numerosos restos arqueológicos (por ejemplo, las Termas de Lugo) muestra la importancia de esta actividad durante aquella época. Esta costumbre perduró posteriormente gracias a los musulmanes, que disfrutaban de manera habitual de sus baños o *alhamas* como parte

de sus ritos higiénicos y sus costumbres sociales. Además, contamos con numerosos relatos de peregrinación a ciertos manantiales y fuentes asociados a los “milagros” de curación que se atribuían en referencia a distintos santos³⁰. Posteriormente, las aguas termales vivieron un proceso de abandono durante la Edad Media, donde los escasos hábitos de higiene y la influencia de la Iglesia que consideraba los baños públicos impúdicos, condenaron a los baños termales al olvido. No olvidemos que España era un estado religioso y la influencia que ejercía la Iglesia sobre la población determinaba, en gran medida, sus pautas sociales. Además, “la Iglesia siempre consideró la limpieza espiritual un factor más importante que la limpieza corporal”³¹. No obstante, en muchas zonas rurales, la población más modesta no dejó de acudir a los manantiales, cuyos efectos favorables sobre la salud se habían transmitido de generación en generación.

El redescubrimiento de los manantiales no se produjo hasta bien entrado el siglo XVIII debido a diversos factores. Por el lado de la demanda, se puso de moda entre los jóvenes aristócratas europeos la realización de viajes por Europa visitando numerosos balnearios, entendidos como un rito de iniciación a la edad adulta y como parte de su formación cultural, esto era conocido como *Grand Tour*³². Las clases acomodadas convirtieron poco a poco los balnearios en lugares de sociabilidad, donde se cerraban negocios y matrimonios. Un poco más tarde, a principios del siglo XIX; comenzó a desarrollarse una corriente ilustrada conocida como higienismo³³, entendida como “la influencia e importancia al entorno social y ambiental en la génesis y evolución de las enfermedades” (Larrinaga, 2002; p. 166). Dentro de esta filosofía los balnearios se convertían en lugares ideales para curar en parajes naturales aislados. Por lo que se refiere a España, los Borbones comenzaron a imitar las costumbres elitistas europeas y pusieron de moda en la Corte la visita a los manantiales. En paralelo, se publicaron numerosos estudios sobre las características y los beneficios para la salud de las aguas mineromedicinales, gracias a los avances de la química que permitieron analizar la composición de las aguas. A este respecto resulta fundamental durante este periodo la obra de Pedro Gómez de Bedoya, donde aparte de recoger los principales manantiales disponibles en España y su utilidad para el organismo, hace una profunda crítica al estado de abandono de las termas y demanda una mayor

³⁰ Ideas recogidas en Costa, 1999; p. 737.

³¹ Martínez, 2009; p. 246.

³² Alonso, Vilar, y Lindoso, 2012; p. 13.

³³ Para más información sobre esta corriente consúltese Larrinaga, 2002; pp. 166-169.

preocupación por parte del Estado³⁴. Durante este periodo, se mantuvo una dualidad en la demanda de aguas mineromedicinales. A la clase popular que nunca abandonó el uso de los manantiales se sumó ahora el interés de las clases acomodadas encabezadas por la Corte. Por lo que se refiere al lado de la oferta, a finales del siglo XVIII comenzaron a surgir modestos establecimientos balnearios, algunos de propiedad privada, otros de propiedad municipal o de los vecinos. Salvo algunas excepciones, las inversiones realizadas fueron muy pequeñas y los tratamientos ofrecidos se redujeron a la bebida de las aguas o los baños en bañeras de granito en condiciones higiénicas bastante penosas. La apertura de estos negocios impulsó la oferta de alojamientos en casas de vecinos o pequeñas fondas, así como otros negocios de restauración (bares y cantinas) que reportaron ingresos a unas economías familiares muy modestas³⁵.

A partir de aquí fue tal la importancia que adquirió el termalismo, que numerosos autores no dudan en establecer que éste fue un factor fundamental en el nacimiento y desarrollo del turismo. En concreto, Jarrasé afirma que, “además de su innegable especificidad y su anterioridad, asumió, desde finales del s. XVIII las mismas funciones sociales e imaginarias que posteriormente tendría el turismo. Aunque este último, por su capacidad de integrar las prácticas más diversas, terminó por englobarlo”³⁶. Otros autores establecen el origen del turismo en el ya mencionado *Grand Tour*. En cualquier caso, la relación entre los balnearios y el germen de la actividad turística parece clara.

Tras la crisis de la Guerra de la Independencia y la invasión napoleónica, durante el siglo XIX se fortaleció y amplió la explotación de los balnearios, al tiempo que se instaló una nueva pauta de consumo de las aguas. Esto provocó cambios en el modelo tal y como se concebía hasta entonces. Según numerosos autores, es fundamental el papel que desempeñaron las Cortes de Cádiz, gracias a la “supresión de los señoríos jurisdiccionales que afectaban a las aguas, incluidas las minerales y termales, con lo que se desbloqueaban ciertos problemas relativos a su propiedad”³⁷. Es decir, la nueva legislación clarificó e hizo compatible la propiedad pública del agua con la posibilidad de explotación empresarial. Por otro lado, en España, reinaba

³⁴ Si se quiere profundizar más sobre esta obra, así como, la oleada de publicaciones que se llevaron a cabo en el panorama del momento como consecuencia de la misma consúltense Alonso, Vilar, y Lindoso, 2012; p. 15.

³⁵ Alonso, 2013; pp. 34-35.

³⁶ Para profundizar más sobre esta teoría, véase Jarrasé, 2002; pp. 33-49.

³⁷ Vilar, y Lindoso, 2010; p. 144.

Fernando VII, el cual aprobó la primera regulación de baños³⁸ donde se reflejaba, entre otros muchos más principios, la obligación de disponer de un director médico³⁹, lo que aportaba mayores garantías de higiene y permitía la supervisión de los tratamientos por parte de un especialista. Se trataba de una certificación oficial que reconocía a aquellas casas de baños que cumplían unos requisitos de higiene mínimos, las cuales solo llegaban a 31⁴⁰. En cuando la oferta, aumentó el número de establecimientos y mejoraron las instalaciones, gracias a las inversiones por parte de empresarios o ilustres personajes de la elite social (este fue el caso en Galicia de los baños de Caldas de Rey en manos del ilustre Pedro Acuña y Malvar). En paralelo, y ante las crecientes oportunidades de negocio, se extendieron los primeros hospedajes asociados a los balnearios adaptados a las diferentes necesidades de la demanda dual: elites y clases populares. En definitiva, los balnearios se pusieron de moda, como revelan las largas estancias de los miembros de la monarquía (primero Fernando VII y luego Isabel II) o de los diputados en Cortes que solicitaban continuas licencias para curar sus dolencias y tomar descansos para disfrutar de las aguas termales⁴¹. La dualidad de la demanda fue acompañada de una estratificación de la oferta, pues los balnearios más elitistas convivieron con otros más populares con instalaciones más sencillas y precios más bajos. Algunos de estos establecimientos eran de propiedad vecinal, por lo que mantenían una baja capacidad de inversión (este fue el caso en Galicia de Caldas de Tui, en régimen de propiedad colectiva por parte de los vecinos).

Cuadro 3: Número de balnearios en España y Galicia 1833-1933.

Lugar/Año	1833	1850	1876	1985	1900	1910	1914	1918	1922	1929	1933
España	35	89	138	175	210	223	234	233	252	298	312
Galicia	7	9	12	22	39	41	25	40	27	39	48

Fuente: Elaboración propia a partir de diversas fuentes: Las cifras referentes a los años 1833, 1850 y 1876 son balnearios oficiales registrados en Vilar, 2011; p. 169. El resto en Vallejo, 2014; p. 8. Esta Estadística no incluye los balnearios vascos. Tampoco aquellos constituidos como sociedades anónimas. En este caso se encuentra el de La Toja, desde 1906.

³⁸ Los reales decretos de 29 de junio, 9 de julio y 16 de agosto de 1816 y la Real Orden de 28 de noviembre de 1816.

³⁹ *Director médico* profesional especializado, retribuido por la Administración y encargado de los aspectos relacionados con la sanidad e higiene de los centros. (Alonso, Lindoso, y Vilar, 2011; p. 20). Normativa vigente hoy en día, donde sigue estando presente la figura de un profesional médico en los balnearios.

⁴⁰ Información extraída de Alonso, Lindoso, y Vilar, 2011, p. 20.

⁴¹ Alonso, Vilar, y Lindoso, 2012; p. 47.

Asimismo es interesante apuntar que junto a esta industria balnearia comenzó a desarrollarse, de forma complementaria, el negocio del agua embotellada, gracias al descubrimiento de nuevas técnicas de embotellado. El agua se recogía directamente de la fuente y se envasaba en frascos que posteriormente eran vendidos en las farmacias o en los ultramarinos. Su consumo se realizaba como un suplemento a los baños termales y prolongamiento del tratamiento curativo fuera de los establecimientos. Salvo algunas excepciones, esta industria mantuvo una estrecha dependencia del negocio balneario en España hasta mediados del s.XX, cuando además perdió parte de su carácter curativo y se convirtió poco a poco en agua de mesa. El desarrollo de esta industria fue tan significativo en el largo plazo, que en la actualidad es considerada como una de las actividades más importantes de la industria alimenticia en Europa en general y en España en particular⁴².

En las últimas décadas del siglo XIX, los balnearios iniciaron una etapa denominada como la “Edad de Oro del turismo termal” o como otros autores prefieren denominarla, la “*Belle époque* del termalismo” la cual la podemos encajar en el período 1885-1922. Durante estos años aumentó el número de balnearios, mejoraron las instalaciones y la higiene y se diversificó la oferta empresarial. Por un lado, asistimos al nacimiento de grandes centros balnearios que trataban de emular las grandes instalaciones europeas bajo la forma sociedad anónima que los dotaba de una mayor capacidad inversora. Este fue el caso de A Toxa y Mondariz en Galicia. Estos establecimientos se convirtieron en centros elitistas de ocio, pues contaban con teatro, casino, sala de conciertos y sus balnearios estaban dotados con las técnicas más avanzadas del momento. A este tipo de centros acudían las grandes elites políticas y económicas de la época, durante principalmente, los meses de verano y con propósito de descansar. Aquí ya se comienza a observar como ya no era estrictamente necesario padecer alguna enfermedad para acudir a los balnearios, entrando en crisis así el concepto tradicional de los balnearios e introduciéndose conceptos como el ocio y la diversión, términos típicos relacionadas con los usuarios actuales de las instalaciones termales. Por otro lado, contamos con la presencia de pequeños balnearios, más modestos, que disfrutaron de un aumento de la clientela de nivel económico mucho más limitado, la mayoría de procedencia rural. En muchos casos, siguieron sin contar con hospedaje propio, teniendo que recurrir así, a las casas de los vecinos más próximos. Muchos de ellos eran de carácter familiar, otros sin

⁴² Respecto a la industria del agua embotellada la información es extraída de Vilar, y Lindoso, 2014 y Vilar, y Lindoso, 2015.

embargo seguían en manos de los vecinos. La mayoría fueron mejorando sus condiciones higiénicas, pero otros seguían sin cumplir los requisitos más básicos. Para el caso gallego, destacan en este grupo los balnearios de Caldas de Rey o Carballo⁴³.

El crecimiento de la oferta y la demanda se completó durante estos años. El aumento de la clientela se vio favorecido por las propias mejoras en la oferta, la estabilidad política y el fin de las guerras carlistas (lo que impulsó negocios y redujo la peligrosidad de los viajes) y la mejora de los transportes gracias al avance del ferrocarril. Es muy importante destacar también la evolución de las tecnologías con respecto a la toma de los baños, lo que va a favorecer la demanda de nuevos tratamientos, muchos de ellos derivados de la aplicación de la electricidad a las técnicas hidroterápicas⁴⁴. Numerosos autores recogen las consecuencias positivas que el desarrollo de este sector ejerció sobre las economías regionales y locales del momento y los efectos de arrastre sobre otras actividades (transporte, hospedaje, restauración...). Durante estos años destacó también la creación de la primera Asociación de propietarios de Balnearios y de Manantiales de Aguas mineromedicinales de España en 1906, un lobby encargado de defender los intereses del sector. La edad dorada de los balnearios supuso la consolidación de los balnearios españoles más elitistas en el marco internacional, a través de la participación en las Exposiciones Universales, donde obtuvieron numerosos galardones que ponen en evidencia el gran avance de las instalaciones, aunque quedaba mucho por hacer con respecto a Europa⁴⁵. En cualquier caso, los premios y el éxito del público supusieron un estímulo para seguir trabajando en la mejora competitiva del sector.

No obstante, a finales del siglo XIX algunos acontecimientos empezaron a frenar el desarrollo de la industria balnearia. Algunas de las instalaciones más modestas ya venían sufriendo una caída de la demanda debido al impacto que tuvo la crisis agraria finisecular sobre los ingresos de las clases populares, muy dependientes de la agricultura y la ganadería. Por otro lado, las clases con mayor poder adquisitivo también se vieron altamente perjudicadas tras la pérdida de Cuba, fuente de muchos negocios empresariales. Sin embargo, la actividad se mantuvo en la mayoría de establecimientos. El sector mejoró a partir del año 1916 y algunos autores opinan que

⁴³ Ideas extraídas de Vilar, y Lindoso, 2010; pp. 151-152.

⁴⁴ Para más detalle de las innovaciones tecnológicas véase Vilar y Lindoso, 2010; p. 151.

⁴⁵ Es muy importante destacar en este aspecto que los balnearios del norte (balneario más grandes hoteles) tuvieron una mayor demanda y galardones. Esto se debe a que supieron amoldarse a las preferencias de los consumidores que preferían optar por el descanso y ocio frente a la cura por las enfermedades. Por lo que en esta etapa, se observa que está perfectamente asentado el concepto de bañista frente a doliente (Alonso, Vilar, y Lindoso, 2012; p. 151).

entre 1916 y 1930 se inició una “Segunda Edad de Oro del Turismo termal o la edad de plata”⁴⁶, aunque nunca se llegó a alcanzar las cifras de los años anteriores. Diversos factores impidieron un nuevo despegue: los efectos de la Primera Guerra Mundial, que provocó una elevada inflación de productos básicos en España, a pesar de su situación neutral; la gripe de 1918 frenó los desplazamientos de personas por miedo al contagio; el desarrollo de la industria farmacéutica tras la Gran guerra puso en cuestión la eficacia de los tratamientos termales; por último, la competencia del turismo de ola supuso un elemento fundamental.⁴⁷ Las modas veraniegas de las elites estaban cambiando con el desplazamiento de la familia real y la Corte a San Sebastián y Santander, este cambio de tendencia ponía en peligro el modelo de villa termal elitista. No obstante, la actividad balnearia se mantuvo, ligada a otros negocios como el embotellado de botellas o la fabricación de cosméticos o jabones. Las instalaciones mejoraron sus condiciones higiénicas y tecnológicas, a pesar del descenso del número de clientes. A estas alturas, los antiguos dolientes visitantes de los balnearios ya se habían convertido en bañistas, al menos en los establecimientos de mayor calidad. El golpe final llegaría con el inicio de la Guerra Civil, cuando muchos balnearios se cerraron, otros quedaron destruidos por los bombardeos y en algunos casos se convirtieron en hospitales de sangre, y la larga posguerra, que supuso el abandono de la mayor parte de las instalaciones.⁴⁸

Posteriormente, los balnearios viven un largo sueño como consecuencia de múltiples factores. Por un lado, la renta de la población española se vio deteriorada en la guerra civil en un marco de escasez, racionamiento y autarquía. Por otro lado, los empresarios perdieron interés por una industria en crisis. Durante la etapa desarrollista, tras el Plan de Estabilización, la situación apenas mejoró por el predominio del turismo de sol y playa que proporcionaba ingentes divisas a un régimen al borde de la bancarrota⁴⁹. Dentro de este contexto, el turismo de salud quedó en un segundo plano y no será hasta la década de los ochenta cuando se comienza a observar una recuperación de esta industria, principalmente gracias a los programas para mayores llevados a cabo por el Estado y al surgimiento de un nuevo paradigma de belleza y bienestar.

⁴⁶ Así lo recogen numerosos autores como Lindoso, Vilar y Álvarez, 2012; p. 176. Sin embargo, otros autores establecen que la “Segunda Edad de Oro de la industria balnearia” se estaría dando en la actualidad (Costa., 1999; p. 741).

⁴⁷ Para más información sobre este tema véase Larrinaga, 2002; pp. 174-179.

⁴⁸ Alonso, Lindoso y Vilar, 2011; p. 28.

⁴⁹ Vallejo, 2014; pp. 1-58.

3.2. La industria balnearia en Galicia, 1985-2015.

Los datos disponibles revelan como la industria balnearia gallega ocupó posiciones de liderazgo en el conjunto español desde el siglo XVIII. Los abundantes manantiales y la calidad de sus aguas otorgaron a este territorio una clara ventaja competitiva, a pesar de los obstáculos derivados de los deficientes transportes, el atraso relativo de la economía gallega o su menor espíritu empresarial en comparación con otras regiones. El éxito de sus dos principales villas termales, Mondariz y La Toja, con instalaciones comparables a los balnearios europeos más elitistas sirve de ejemplo de la importancia del sector. Sin embargo, igual que en otras zonas del país, la industria balnearia sufrió un largo letargo. Algunos balnearios gallegos cerraron sus puertas, sobre todo los más pequeños (O Incio); otros quedaron en penosas condiciones tras haber actuado como hospitales de sangre durante el conflicto (La Toja, Cuntis, Cabreiroá o Guitiriz); y, en los mejores casos, lograron mantener su actividad de una forma modesta (Mondariz, el cual cerró sus puertas en el año 1973 a consecuencia de un devastador incendio).

Durante la larga posguerra, en un marco de crisis económica, escasez y racionamiento, la demanda balnearia se desplomó. Por un lado, las clases populares apenas disponían de recursos para sobrevivir a las necesidades básicas. Por otro, las elites frenaron sus desplazamientos y dejaron de mostrar interés por estos establecimientos. La moda balnearia quedó aparcada durante estos años. Más tarde, durante la etapa desarrollista de los años sesenta, el turismo de "sol y playa" centrará toda la atención de las autoridades y de los inversores. En este ámbito, las posibilidades competitivas de Galicia eran escasas. Como ya se comentó en epígrafes anteriores, las iniciativas turísticas de la región durante este período se concentraron en una doble vertiente: por un lado, a través del reclamo cultural y religioso que produce la Catedral de Santiago y su Camino, y por otro, comienza a verse la necesidad de resaltar el enclave gallego a través de su perfil típico (gastronomía, naturaleza, tradiciones y cultura). Así durante los años posteriores a la segunda guerra mundial se observa cómo se inauguran o se recupera la actividad en algunos paradores como el de Burín (abierto el 27 de junio de 1945)⁵⁰, para poder disfrutar y explotar así, el entorno rural gallego. Habrá que esperar hasta las últimas décadas del siglo XX para asistir a un nuevo resurgimiento del negocio termal, pero desde un

⁵⁰ Para más información sobre este parador véase <http://www.alhambra.org/esp/index.asp?secc=/corporativo/noticias&ac=ampliar&id=1327&seccion=-1&pag=>

nuevo paradigma histórico acorde con una economía desarrollada y con nuevos cánones en la cultura del ocio, la salud y la belleza.

Dentro de este contexto, el sector balneario gallego recuperó parte del protagonismo perdido en las décadas anteriores. De este modo, los balnearios se convirtieron en un activo potencial clave en el sector turístico de algunas zonas como Galicia. Disponemos de pocos estudios de este resurgimiento de los balnearios desde un punto de vista económico y empresarial⁵¹. En una época donde existen multitud de destinos turísticos, es necesario resaltar a través de diferentes técnicas las características de ciertos lugares para incitar a su visita, para ello, se crean ciertos organismos públicos dedicados al patrocinio turístico, como TURESPAÑA.

Este epígrafe trata de cubrir este déficit con dos objetivos principales. Primero, poner en valor la actividad balnearia como elemento competitivo clave del sector turístico gallego. Segundo, analizar las principales ventajas y obstáculos del sector desde el punto de vista de la oferta y la demanda.

3.2.1.Oferta

Tras el largo sueño que atraviesa la industria balnearia desde la Guerra Civil, se van a producir en la década de los ochenta una serie de factores que van a dar un vuelco a la situación precaria que vivía este sector. Por un lado, destacamos una serie de factores institucionales y políticos que le van a dar un impulso a esta industria. En el año 1981 se produjo un hito para la comunidad gallega con la creación de su Estatuto de Autonomía, donde en el artículo 27.14, Galicia asume la competencia exclusiva en materia de aguas minerales y termales. En uso de esas competencias se promulgó la Ley 5/1995, de 7 de Junio, de *regulación de las aguas minerales, termales, de manantial y de los establecimientos balnearios de la Comunidad Autónoma de Galicia*⁵². Siguiendo con el marco jurídico, destaca también la Orden de 5 de Noviembre de 1996⁵³, por la *que se regula la autorización sanitaria de los establecimientos balnearios de la Comunidad Autónoma de Galicia*, donde en el primer artículo ya destacamos lo siguiente: *Artículo 1º.Tendrán la consideración de establecimientos balnearios aquellos que, estando dotados de los medios adecuados,*

⁵¹ La mayoría de los trabajos se centran en el desarrollo e impacto global que tiene el turismo en la economía o analizan la actividad desde el punto de vista del marketing, como por ejemplo, Lois, 2008; pp. 41-47.

⁵² http://www.xunta.es/dog/Publicados/1996/19961119/AnuncioBFBA_es.html

⁵³ http://www.xunta.es/dog/Publicados/1996/19961120/AnuncioE01A_es.html

utilizan las aguas mineromedicinales o termales declaradas de utilidad pública, con fines terapéuticos y preventivos para la salud. Esta Ley es fundamental tanto para los empresarios como para los usuarios, dado que certifica la utilización en los centros termales de aguas avaladas por su calidad y por lo tanto, acredita la aportación de beneficios para la salud de los usuarios. A lo anterior se le unió el Decreto 402/1996, del 31 de octubre⁵⁴, que será modificado con el Decreto 116/2001, del 10 de Mayo⁵⁵, con el que se aprueba el Reglamento de aprovechamiento de aguas mineromedicinales, termales y de los establecimientos balnearios de la Comunidad Autónoma de Galicia. Con estos decretos se garantiza la protección de la calidad de las aguas, resaltando por lo tanto la necesidad de proteger este recurso natural característico de Galicia.

Además, durante los años ochenta destacaron dos iniciativas clave para el sector. Primera, la creación de la Asociación de Balnearios de Galicia⁵⁶ fundada por empresarios del sector en 1985. Esta institución, que perdura en la actualidad, nace con el objetivo de recuperar el sector tras la larga crisis de gran parte del s. XX. Segunda, cabe destacar la creación del Programa del Termalismo Social⁵⁷ del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) en 1989. Este programa es “un servicio complementario de las prestaciones del Sistema de Seguridad Social”. Este proyecto se crea con un doble propósito⁵⁸: por un lado, destacar el carácter social de esta iniciativa, ya que permite que la población más entrada en edad acceda, a través de precios asequibles, a tratamientos recuperadores para la salud a través de las aguas mineromedicinales en los balnearios. De esta forma se promueve el envejecimiento activo⁵⁹, al mismo tiempo que contribuye a mejorar la calidad de vida de los participantes. Por otro lado, persigue una finalidad económica, ya que impulsa el desarrollo de los lugares donde se asientan los establecimientos balnearios. De esta forma se favorece a la creación y el mantenimiento de empleo, tanto directo como indirecto, e impulsa la mejora y rehabilitación de las infraestructuras termales.

⁵⁴ http://www.xunta.es/dog/Publicados/1996/19961119/AnuncioBFBA_es.html

⁵⁵ http://www.xunta.es/dog/Publicados/2001/20010528/Anuncio720E_es.html

⁵⁶ Recordemos, como bien apuntábamos en el anterior epígrafe, que en el año 1906 se creaba la primera Asociación balnearia y que esta al mismo tiempo ya contaba con algún que otro antecedente. Esto nos muestra el gran interés y lucha que se hizo ya desde el pasado para proteger a esta industria.

⁵⁷ Se regula mediante Orden de 15 de marzo de 1989.

⁵⁸ Este proyecto se puso en marcha por el Ministerio de Asuntos Sociales. Información extraída a partir de: Ministerio de política territorial y administración pública, 2011; p. 34-35.

⁵⁹ La OMS define el *envejecimiento activo* como “el proceso en que se optimizan las oportunidades de salud, participación y seguridad a fin de mejorar la calidad de vida de las personas a medida que envejecen”.

Desde el punto de vista económico se superan una serie de barreras que van a favorecer no sólo la mejora de las instalaciones de los centros termales, sino que también van a impulsar a un mayor consumo por parte de la demanda. A medida que se va superando la crisis del petróleo de los años setenta con graves efectos negativos en el ámbito internacional (siendo especialmente graves en el caso español dada su dependencia energética) y el final del régimen franquista español (emergiendo así en un proceso de democratización), van a sucederse una serie de hechos esenciales para el país: comienza un aumento paulatino de la renta per cápita, al tiempo que el país se ve favorecido por una mayor apertura a nivel global, beneficiándose así, de numerosas relaciones con el exterior y modernizando un país, que estaba totalmente atrasado. El hito que verificaría los grandes avances que está llevando a cabo España se produciría con su adhesión a la Unión Europea. De esta forma, se dotó de numerosas relaciones comerciales con los países vecinos y recibió numerosas ayudas de los fondos comunitarios, como fueron y son, los fondos regionales que tanto van a beneficiar a Galicia. Sumo a esto, va a reducirse de forma paulatina el paro gracias al *boom* inmobiliario que comienza a desarrollarse. Para finalizar, desde el punto de vista social comienza a establecerse, alrededor de los ochenta, nuevos estilos de vida de la población basados en el ámbito de la belleza, bienestar y anti-estrés. España va a importar este modelo. Esto, junto a otros factores ya citados, como el aumento de la renta per cápita, va a poner en alza el denominado turismo de salud.

Dentro de todo este marco, se van a dar las circunstancias que propician la recuperación del sector. Si partimos de la oferta del sector gallego en la década de los noventa (Cuadro 4), vemos que contábamos con 11 balnearios en activo, concentrándose casi la mitad en la provincia de Pontevedra.

Cuadro 4: Número de balnearios gallegos activos en 1990

A Coruña
Balneario de Arteixo
Balneario de Carballo
Pontevedra
Balneario de Acuña
Balneario de Dávila
Balneario de Cuntis
Balneario de Caldelas de Tui
Gran Hotel La Toja
Ourense
Baños de Molgas
Gran Balneario do Carballiño
Balneario de Caldas de Partovia
Lugo
Balneario de Lugo Termas Romanas

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por Benigno Amor, gerente de la Asociación de Balnearios de Galicia.

A partir de aquí, la oferta va aumentar a casi el doble gracias a la sucesión de los múltiples factores comentados previamente. Como se constata en el cuadro 5 la mayoría de establecimientos se fueron creando en el nuevo milenio, lo que consolida la idea de negocio rentable en el presente. La oferta balnearia ha pasado de contar con 11 establecimientos en 1990 a 20 en la actualidad, siendo las provincias de Pontevedra, Lugo y Ourense las que más han contribuido a ese aumento. Así Pontevedra, sigue siendo la provincia líder en esta industria con ocho de los veinte balnearios gallegos actuales acaparando el 40% de la oferta balnearia gallega, seguida muy cerca por Ourense con seis balnearios representando el 30% de la oferta balnearia total, contando esta con el balneario de más reciente inauguración, Cortegada en el 2015. Es destacable apuntar que Ourense, es un referente termal a nivel europeo ya que tiene un reconocimiento por parte del Consejo de Europa, formando parte del Itinerario Cultural Europeo de Ciudades y Patrimonio Termal. De esta forma se convierte en la única ciudad española que posee este reconocimiento⁶⁰. Esto se debe a la gran abundancia y riqueza de aguas mineromedicinales que posee este lugar y la multitud de proyectos que giran respecto a las mismas. Pues cuenta con las próximas aperturas de dos balnearios (Balneario de Berán⁶¹ y el Balneario de

⁶⁰ Información extraída de <http://termalismo.ourense.es/rutas-europeas/>

⁶¹ Información recogida en <http://www.depourense.es/index.php/ourense-provincia-termal>

Caldas de Partovia⁶²), lo que consolida la imagen de esta provincia como referente termal y lo que provocara el liderazgo, en un futuro próximo, de la misma junto a Pontevedra de la oferta balnearia gallega. En contraposición a las dos provincias anteriores, A Coruña ha mantenido su oferta invariable en la actualidad, ya que tras la apertura del Balneario de Compostela en el 2004, cierra las puertas el Balneario de Arteixo en el 2014. Otro caso distinto sería el de Lugo, pues ha logrado enriquecer su oferta termal con la apertura de tres establecimientos más, pasando de un único establecimiento en el año 1990 a cuatro en el presente y logrando el 20% de la oferta termal gallega.

Cuadro 5: Número de balnearios gallegos activos en 2015

Balnearios por provincias	Fecha de apertura
Coruña	
Balneario de Carballo	Activo en 1990
Hotel Balneario de Compostela	2004
Pontevedra	
Balneario de Mondariz	Reapertura en 1994
Gran Hotel La Toja	Activo en 1990
Hotel Hesperia Isla La Toja	2001
Balneario Hotel Dávila	Activo en 1990
Balneario Acuña	Activo en 1990
Termas de Cuntis	Activo en 1990
Balneario Baños da Brea	1991
Balneario de Caldelas de Tui	Activo en 1990
Ourense	
Arnoia Caldaria Hotel Balneario	1995
Laias Caldaria Hotel Balneario	2001
Lobios Caldaria Hotel Balneario	2002
Balneariode Baños de Molgas	Activo en 1990
Gran Balneario do Carballiño	Activo en 1990
Balneario de Cortegada	2015
Lugo	
Gran Hotel Balneario de Guitiriz	Reapertura en 2003
Balneario de Lugo- Termas Romanas	Activo en 1990
Balneario río Pambre	2003
Balneario de Aguas Santas	2006

Fuente: Elaboración propia a partir de la información facilitada por Benigno Amor.

Tomo I, p. 39.

⁶² Información extraída de <http://www.laregion.es/articulo/o-carballinho/balneario-caldas-partovia-abrira-ano-2015/20140411224741457337.html>

Si ahora analizamos datos conjuntos de la evolución del número de balnearios gallegos y españoles vemos que España, al igual que Galicia, aumentó considerablemente el número de establecimientos termales pasando de 83 en el 1999 ha alcanzar su punto más alto en el año 2006 con 130 (Cuadro 6). Obviamente la crisis, como a la mayoría de los sectores, le pasa factura viendo reducida su oferta a 114 en la actualidad. Sin embargo, Galicia ha sido capaz de mantener de una forma más estable su oferta, pues tras empezar con 11 balnearios en el año 1990 alcanza ya en el nuevo milenio los 21, cifra que mantendrá casi inalterable hasta nuestros días. Si ahora analizamos como se encuentra Galicia a nivel nacional tenemos que, esta comunidad, junto a Cataluña, son los líderes de la industria balnearia nacional representado cada una un 17,54 de la oferta total. Si vemos datos de años previos como el 2012, Galicia representaba el 20% del total de la oferta española, con 23 balnearios de los 115 nacionales. Después nuestra se situaría Cataluña, principal competidora de la comunidad gallega, representando el 16,5% del total de la oferta española con 19 balnearios⁶³.

Cuadro 6: Evolución del número de balnearios gallegos y españoles 1999-2015

Zona/Años	1999	2005	2006	2007	2012	2014	2015
España	83*	102	130	101*	115	116	114
Galicia	15*	21	21	21*	23	20	20
% de participación de los balnearios gallegos/total nacional	18,07	20,59	16,15	20,79	20,00	17,24	17,54

Fuente: Elaboración propia a través de múltiples fuentes: Los datos referentes a los años 2014 y 2015 son publicados en <http://www.observatoriotermales.org/mapas.php>. En cuanto el año 2015 establece que en Galicia hay 19 balnearios, este dato lo hemos corregido dada la inminente apertura del Balneario de Cortegada; Datos 2012 en Estudio DKV sector balneario 2012; Datos 2007 en Amor, 2009; p. 49. Sin embargo, otras publicaciones como Instituto de Turismo de España, 2008; p. 51, elevan estos datos a 119 balnearios españoles y 27 gallegos; Datos 2006 de ANBAL (Asociación nacional de balnearios) y Asociación gallega de Balnearios; Datos 2005 y 1999 en Instituto de Turismo de España, 2008; p. 51. Sin embargo, otras fuentes como Amor, 2009; p. 48, apuntan a que existían 21 balnearios en el 1999.

Al observar la participación de los de los balnearios gallegos sobre el total de centros termales españoles, podemos decir que ésta rondó de media el 18,5%, lo que revela la posición de liderazgo de la comunidad autónoma gallega en este tipo de negocios. Las distintas variaciones se deben a cambios en el número de centros termales españoles, pues como bien comentábamos anteriormente la oferta balnearia gallega se ha mantenido casi estable a lo largo del tiempo. Alcanzar esas cifras y

⁶³ Información extraída del estudio de DKV del sector balneario 2012.

mantener esa estabilidad provoca que Galicia sea un referente a nivel nacional en el ámbito termal.

El cuadro 7 muestra como Galicia y Cataluña lideran, con gran diferencia, el sector termal español. Sin embargo, en los próximos meses se espera que Galicia se convierta de nuevo en líder principal, ya que en esta comunidad son inminentes las aperturas de los Balnearios de Berán y Caldas de Partovia, instalaciones históricas y en proceso de recuperación. Esto refuerza la idea de que la industria balnearia en Galicia es un sector estratégico en la actualidad, pues cada día cuenta con nuevos adeptos. A pesar de esto, Cataluña presenta otras características complementarias, atrayendo a un gran número consumidores de otras comunidades autónomas distintas a las gallegas. Esto se debe principalmente a la facilidad de conexión que tiene Cataluña con las ciudades españolas e incluso, internacionalmente. Además, cuenta con ser un lugar muy atractivo en cuanto número de monumentos culturales famosos para visitar. Sin embargo, Galicia debe exprimir sus puntos más fuertes y lograr un claro liderazgo: en primer lugar, cada vez más se están mejorando los puntos de acceso a la comunidad (no sólo por vía terrestre sino también aérea) permitiendo que se incluyan en la actualidad numerosos vuelos directos. Por último, podemos competir a través de nuestro característico paisaje, transportando la idea de curar las dolencias del cuerpo a través de las aguas mineromedicinales, pero también, lograr una atmósfera de tranquilidad gracias a la belleza de los lugares donde se asientan nuestros balnearios, escapando así de las masificaciones de las grandes ciudades.

Cuadro 7: Número de balnearios españoles activos en 2015

Lugar	2015		Futuro próximo	
	Nº de balnearios	% de participación de los balnearios de cada CC.AA/ total nacional	Nº de balnearios	% de participación de los balnearios de cada CC.AA/ total nacional
España	114	100	119	100
Galicia	20	17,54	22	18,49
Cataluña	20	17,54	20	16,81
Aragón	12	10,53	13	10,92
Andalucía	11	9,65	12	10,08
Castilla-La Mancha	10	8,77	10	8,40
Valencia	8	7,02	8	6,72
Castilla-León	7	6,14	7	5,88
Extremadura	7	6,14	8	6,72
Cantabria	6	5,26	6	5,04
Euskadi	4	3,51	4	3,36
Navarra	2	1,75	2	1,68
La Rioja	2	1,75	2	1,68
Región de Murcia	2	1,75	2	1,68
Asturias	1	0,88	1	0,84
Islas Baleares	1	0,88	1	0,84
Islas Canarias	1	0,88	1	0,84

Fuente: Elaboración propia a partir de <http://www.observatoriotermalismo.org/mapas.php>. En cuanto el año 2015 establece que en Galicia hay 19 balnearios, este dato lo hemos corregido dada la inminente apertura del Balneario de Cortegada.

Como se observa en el cuadro 7, en otras comunidades también se espera aumentar de forma inminente el número de balnearios, reforzando así, la idea de que el turismo de salud en España está en pleno auge. Así sería el caso de Andalucía donde se está en proceso la apertura del balneario de Frailes, al igual que en Aragón y Extremadura donde se espera también la inauguración respectiva de los balnearios de Segura de los Baños y Balneario de Valdefernando⁶⁴.

La estructura empresarial de este sector presenta una dualidad en cuanto a la propiedad de los establecimientos: por un lado, han entrado en los últimos años numerosas cadenas hoteleras y grupos empresariales que apuestan por un nuevo modelo de negocio: junto a los tratamientos curativos a través de las aguas prestan también una gran atención, a una amplia gama de actividades complementarias. Esto se debe a los cambios en los estilos de vida de las sociedades presentes, pues el ritmo de vida continuo y las preocupaciones por la estética llevan, cada vez más, a aumentar servicios de prevención y relajación frente a la curación (concepto más tradicional). Por otro lado, contamos con un grupo de balnearios más familiares que no han perdido su tradición a lo largo de los años y que también han sido capaces de adaptarse a las nuevas modas del momento pero, manteniendo siempre, un fuerte arraigo con la concepción histórica del poder curativo de las aguas.

El cuadro 8 intenta recoger de forma simplificada la propiedad actual, el capital social y el activo de los veinte balnearios vigentes. A priori, lo que más destaca, es el predominio casi absoluto de las sociedades limitadas. Podemos observar también la abundancia de cadenas hoteleras y empresarios que controlan el negocio termal, viéndose reducida la presencia de familias que regentan el negocio. Este tipo de cadenas son muy reacias a la publicación de los datos de ahí su escasez. Los grandes centros, como los históricos Mondariz y La Toja, diversifican su oferta e incluyen actividades tan variadas como golf, áreas para celebración de eventos, zona infantil... Así destaca la creación del Palacio del Agua en Mondariz, una gran zona de spa.

⁶⁴ Información extraída de <http://www.observatoriotermalismo.org/mapas.php>

Cuadro 8: Propiedad, capital y activo de los balnearios gallegos actuales (€)

Balnearios por provincia		Capital Social	Activo
A Coruña	Propiedad		
Balneario de Carballo S.A	Sociedad de Empresarios de Carballo	444.000	1.744.165
Balneario de Compostela S.L	Grupo Tesal Explotación S.L	120.000	544.534
Pontevedra			
Balneario de Mondariz S.L	Balneario de Mondariz S.L	16.181.429	28.154.014
Gran Hotel La Toja	Grupo Pastor		
Hotel Hesperia Isla La Toja	Cadena Hotelera Hesperia	1.470.481*	47.698.912*
Balneario Hotel Dávila S.L	Familia Legerén	3.150	140.696
Balneario Acuña	Cadena de balnearios Relais Termal**	-	-
Termas de Cuntis S.L	Familia Campos Fariña-Calvo Sotelo	3.081.299	11.767.668
Balneario Baños da Brea S.L	José Garaloces Paz (a)	638.084	2.259.095
Balneario de Caldelas de Tui S.L	Familia Oliver-Rubio	3.005	-
Orense			
Arnoia Caldaria Hotel Balneario		-	-
Laias Caldaria Hotel Balneario	Grupo Caldaria Termal S.L	-	-
Lobios Caldaria Hotel Balneario		-	-
Balneario Baños de Molgas S.L	Familia González	54.091	306.747
Gran Balneario do Carballiño	Hermanos Socorro y Jorge Vargas	-	-
Balneario de Cortegada	Grupo Tesal Explotación S.L	-	-
Lugo			
Gran Hotel Balneario de Guitiriz S.A	Empresario Andrés Conde Medín	5.475.140	12.955.029
Termas Romanas S.L	Antonio Garaloces Paz	6.000	2.076.626
Balneario río Pambre S.L	Manuel Victor Aizamburu Molet (a)	404.707	1.663.103
Balneario de Aguas Santas	Inversiones hoteleras de Galicia (a)	7.397.100	15.884.186

Fuente: Elaboración propia a partir de: SABI, ARDAN, páginas webs balnearios y Vilar, Alonso y Tato, 2011. Los datos del capital social y activo hacen referencia al año más reciente de publicación. *Datos referentes a La Toja S.A. **Relais Termal división de Hoteles y Balnearios de Grupo Castelar. Desde el 2004 este balneario pertenecía al Grupo Castelar. Relais Termal es la primera cadena de balnearios españoles. (a): Hacen referencia al director ejecutivo, datos obtenidos de SABI.

Desde el punto de vista del capital, podemos observar un grupo de balnearios de propiedad familiar como serían: Hotel Balneario Dávila, Balneario de Caldelas de

Tui, Baños de Molgas y Termas Romanas, los cuáles rondan un capital social que se sitúa entre los 3.000€ y 6.000€, y los 54.091 de los baños de Molgas. En conjunto, estos balnearios ofrecen un menor abanico de actividades lúdicas, ya que las reducidas instalaciones y la limitada capacidad de inversión no les permiten una mayor ampliación del negocio. Desde esta posición, se preocupan más por el concepto tradicional de la cura a través de las aguas, destacando por ejemplo el balneario de Carballiño, que ni siquiera cuenta con hotel, o el Balneario de Caldelas de Tui, que cuenta con un área especializada en termalismo infantil para asma y problemas de piel y vías respiratorias (sin necesidad de alojamiento). Esto nos hace recalcar la idea de que no sólo los mayores tratan sus dolencias en los balnearios sino que el rango de edades no tiene límite. Como excepciones a este esquema podemos destacar dos casos. Primero, As Termas de Lugo con balneario de reducidas dimensiones y de carácter familiar que inauguró una zona lúdica dedicada al bienestar en el 2003. Segundo, Termas de Cuntis, otro establecimiento de carácter familiar, pero con datos empresariales similares a los de las grandes empresas. Esto se debió en gran medida a la estrategia tomada a través de la apertura de Aquaforum en 2005, centro lúdico termal que permitió ampliar la cartera de clientes hacia edades más jóvenes. Como vemos el aspecto lúdico comienza a ganar importancia en el nuevo milenio como consecuencia de los nuevos estilos de vida de la sociedad presente.

Cuadro 9: Situación geográfica de los balnearios gallegos actuales (en porcentaje)

Situación del balneario	Nombre del balneario	%
Balnearios de ciudad	Balneario de Carballo	20,00
	Balneario de Lugo y Termas Romanas	
	Balneario de Acuña	
	Balneario de Dávila	
Balnearios próximos a la costa	Gran Hotel La Toja Hotel Hesperia Isla La Toja	10,00
Resto	14	70,00

Fuente: Elaboración propia a partir de Amor, 2009; pp. 46-47. Estos datos estaban atrasados pues consideraban al Balneario de Sousas y al de Caldas de Partovia. Por otro lado, no tenían en cuenta a los Balnearios de Cortegada, dada su reciente apertura, ni al Balneario de Compostela. Por lo que hemos actualizado los datos y calculado los porcentajes con los balnearios actuales. Estos datos actualizados los hemos extraído a partir de las distintas páginas webs de los balnearios.

En cuanto a la localización de los balnearios gallegos (Cuadro 9), la mayoría se encuentran en zonas de interior por lo que permiten el asentamiento de una gran parte

de la población en el territorio, así como, paliar los graves efectos que dejó el éxodo a las ciudades en Galicia. Como se contempla, de los veinte balnearios gallegos actuales, sólo seis, se encuentran fuera de una zona de interior, es decir, el 70% de balnearios gallegos se encuentran en estos lugares. Esto nos muestra que los efectos de los balnearios en estas zonas son de máxima importancia. Pues permite que llegue a estos territorios (de base agraria mayoritariamente) una terciarización de su economía, al mismo tiempo que aumenta su renta per cápita y enriquece la zona.

Si analizamos el empleo que genera este tipo de actividad (Figura 6), lo que más destaca es la temporalidad, produciéndose un crecimiento continuo en los últimos años pero sufriendo importantes caídas en el 2004 y como no, durante la crisis económica. En cuanto a la disminución del 2004, se puede deber en parte al auge que experimentaron los establecimientos con spa. A medida que los balnearios fueron mejorando y modernizando sus instalaciones junto al resto de factores analizados previamente, se atrajo de manera progresiva a un mayor número de demandantes. De ahí el despunte de forma acelerada del número de empleados para satisfacer de forma adecuada las necesidades de una demanda creciente. Otra explicación a este auge se debe a la reducción de la gran estacionalidad, gracias principalmente a la demanda del IMSERSO, permitiendo así la posibilidad de crear empleo de forma fija. En la figura 6 se observa las grandes cifras alcanzadas en 2010*, las cuáles se situarían en 1.700 empleos directos, sumo a los 5.000 de puestos indirectos que propicia este sector⁶⁵.

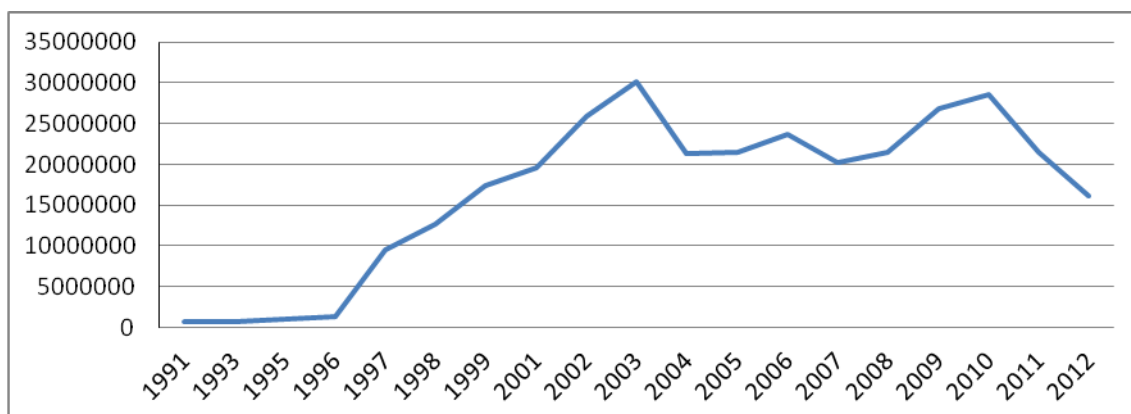
Figura 6: Evolución del empleo en los balnearios gallegos 1993-2012 (en número)



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos SABI y publicaciones periódicas de ARDAN.
*Nota: en la mayoría de los años se está analizando menos del total de establecimientos con los que cuenta este sector, por lo que para una desagregación más profunda consúltese ANEXO (Cuadro A-1).

Los datos de facturación nos permiten concluir dos cosas, por un lado el escaso número de sociedades que había a inicio de los años noventa, progresivamente vemos como este número aumenta considerablemente a lo largo del tiempo. Por otro lado, podemos observar como ambas variables empleo y facturación evolucionan al mismo ritmo, como es lógico pensar, pues si los ingresos son escasos significa que el nivel de ocupación disminuye y por lo tanto no es necesario un elevado número de empleo. De otra forma cabe destacar, que según los datos más actuales las actividades turísticas ligadas al agua generan en Galicia 126 millones de euros por lo tanto, el 22,8% de la facturación total del sector termal en España⁶⁵.

Figura 7: Evolución de la facturación en los balnearios gallegos 1991-2013 (en €)

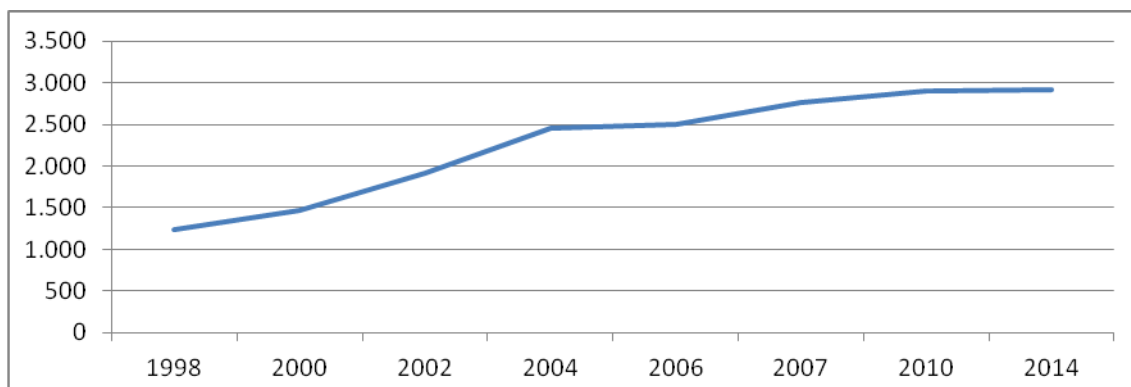


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Ardan. Nota: en la mayoría de los años se está analizando menos del total de establecimientos con los que cuenta este sector, por lo que para una desagregación más profunda consúltese ANEXO (Cuadro A-2).

Además, la mayoría de balnearios existentes en la actualidad cuentan con hospedaje propio por lo que, también es muy importante, saber cómo han evolucionado el número de plazas a lo largo del período de estudio. Esto nos va indicar la gran riqueza que gira en torno a estos establecimientos, pues generan una nueva forma de obtener más beneficios. Al mismo tiempo que crea nuevos puestos de trabajo indirectos y da una mayor comodidad a los usuarios, pues después de un día de tratamientos siguen el descanso en un lugar cómodo y tranquilo, próximo a las instalaciones. Aquí tenemos que hacer un apunte, pues el Balneario de O Carballiño y el de Cortegada no cuentan con hospedaje propio⁶⁶.

⁶⁶ Consultado a través de las distintas páginas webs de los balnearios, donde indican si cuentan o no con establecimiento propio.

Figura 8: Evolución de la oferta de plazas hoteleras en los balnearios de Galicia 1998-2014 (en número)



Fuente: Asociación de Balnearios de Galicia. Para una desagregación más profunda ANEXO (Cuadro A-3).

El gráfico anterior resulta muy representativo, ya que permite observar con gran claridad el aumento continuo en el número de plazas ofrecidas. Esto también se debe en parte, a que la mayoría de hoteles próximos a los balnearios están incluyendo una zona de spa, además de estar próximo a las instalaciones termales, por lo que atrae a muchas personas dada la inminente moda de los mismos. Además es fundamental un alojamiento cercano, pues para que el tratamiento sea efectivo, es necesario que se prolongue varios días los baños. Siendo también recomendable combinarlo con un descanso y alimentación óptima, de ahí el aumento de las plazas hoteleras. Según datos del 2010, en Galicia se encontrarían el 18,6% de las instalaciones con hotel y el 16,3% de las plazas de hotel del sector termal español⁶⁵.

Visto lo anterior, es importante resaltar datos actuales que nos muestren el peso del sector termal sobre la economía gallega y nacional. Los economistas Pedro Figueroa y Luis Alonso Álvarez afirman en una entrevista a la Voz de Galicia⁶⁵ que: “tanto en número de empleos, como en facturación o visitantes, en todos los parámetros, el turismo termal supera el peso medio de las actividades gallegas en el conjunto del Estado. Además, Galicia aporta apenas el 10% del PIB de España, mientras que el turismo de agua mueve entre el 15 y el 22%”.

A pesar de las grandes cifras que alcanza este sector, aparece en los últimos años una gran competencia desleal que le está perjudicando considerablemente. Aquí hacemos referencia a los denominados “spas”, que en los últimos años están viviendo un crecimiento brutal gracias, principalmente, a dos causas. La primera se debe a la escasa cultura que tiene la sociedad sobre las aguas mineromedicinales y sus

beneficios para la salud. En general, las aguas que utilizan estos establecimientos se les pueden denominar vulgarmente como “aguas del grifo”, dado que es la misma agua que se utiliza en el suministro de los hogares. La única particularidad es el ambiente creado y el disfrute de las aguas a través de diferentes formas de suministro como, por ejemplo, los chorros. Entonces ¿por qué el éxito? El éxito se encuentra en que estos lugares recogen una emulación de los tratamientos a través de las aguas de los balnearios y además, conjugan perfectamente los elementos que triunfan en el momento a un precio mucho más atractivo, ya que, estos lugares agrupan perfectamente numerosas actividades complementarias más relacionadas con las modas presentes, como son, los tratamientos estéticos y la búsqueda de descanso. Además, como bien dice Ramón Villares en el libro *O Lecer das Augas* “estamos en una sociedad, la cual, está menos precisa de encontrar remedios para el cuerpo y más urgida de encontrar remedios para el cultivo y el descanso.”

¿Por qué unos precios más bajos? Aquí encontraríamos el segundo factor de explicación a este repentino auge. Las aguas mineromedicinales, como su propio nombre indica, son aguas que por sus características minerales naturales tienen unos efectos de desgaste progresivos, por lo que las instalaciones se deterioran muy rápidamente. A estos problemas no tienen que hacer frente estos nuevos establecimientos, por lo que la inversión y los costes de mantenimiento son menores, compitiendo así a través de los precios. Además, los balnearios cuentan con unas barreras de entrada que dificultan todavía más la apertura del negocio. Son múltiples los controles de calidad que deben pasar las aguas, ya que estas son subterráneas y también deben de cumplir, junto a las Leyes vistas previamente, la Ley de minas. Junto a esto, está la obligatoriedad de contar con un médico en cada establecimiento, factores que, por lo tanto, incrementan los costes notablemente.

Cuadro 10: Número de establecimientos y volumen de negocio en España en 2011.

2011	Nº de centros	Nº de plazas con alojamiento propio	Volumen de negocio (millones de €)	Crecimiento del volumen de negocio 2010-2011
Estaciones termales	115	18.487	250	-2%
Otros establecimientos	740	188.000	3.250	10.9%

Fuente: Elaboración propia a partir del informe de DKV de año 2011.

Los datos que se ofrecen anteriormente hacen referencia al conjunto del territorio español, hemos escogido estas cifras dada la imposibilidad de encontrarlos en una esfera menor. A pesar de esto, son muy representativos, ya que a partir de los mismos podemos afirmar la gran tendencia que existe hacia estos nuevos establecimientos a nivel nacional. Al mismo tiempo, hay que recordar, que la mayoría de consumidores de los balnearios gallegos proceden de España, lo que justifica en parte la validez de estos datos. Por otro lado, hemos creído que el análisis de las cifras del año 2011 eran más representativas ya que se comenzaba a superar la gran crisis económica y ambas industrias volvían a estabilizarse. Respecto al cuadro 10, hay que especificar también que el número de establecimientos hace referencia a los famosos hoteles con spa, centros de talasoterapia⁶⁷ y centros especializados en salud y bienestar. De ahí que la diferencia con los establecimientos termales no deba ser alarmante. Por lo que es lógico también que el número de plazas hoteleras ofertadas en este ámbito sea superior.

Lo que sí que es muy significativo son las cifras de volumen de negocio pues nos hace percatarnos de que los ingresos relacionados con las actividades de descanso y relajación, son mucho más elevados que a los propios de un balneario. Además, en relación al año anterior observamos como los centros termales van perdiendo volumen mientras que el resto crecen a unas tasas agigantadas.

3.2.2. Demanda

El renacer de la industria balnearia comenzó a partir de la década de los ochenta gracias al desencadenamiento paulatino de distintos factores que previamente comentábamos. A continuación, vamos a detallar dichos factores de una forma más profunda para el ámbito de la demanda. En primer lugar, el aumento de la demanda se vio favorecido por el Programa del Termalismo Social del IMSERSO⁶⁸. Este provocó la recuperación del esplendor del sector balneario, ya que comenzó a aumentar la

⁶⁷ *Talasoterapia* consiste en la utilización simultánea, en un entorno marino y bajo supervisión médica especializada, de los beneficios de los elementos marinos con un fin preventivo o curativo. (Definición extraída de la página web de la Asociación española de talasoterapia: <http://www.set.com.es/>). Nos ha parecido interesante incluir los centros de talasoterapia pues utilizan técnicas similares a las de los balnearios, ya que las aguas marinas tienen también propiedades curativas. Por lo tanto, estos centros pueden ejercer una gran competencia. Además, están situados en zonas costeras y los usuarios pueden verse atraídos por el disfrute simultáneo de la talasoterapia y el turismo de sol y playa.

⁶⁸ A continuación, para abreviar, nos vamos a referir a este programa a través de las siglas PTS.

demanda por parte de la población más longeva, gracias a que parte del coste fue financiado por el Estado. Esta población se vio atraída por unos precios muy asequibles que permitían disfrutar de tratamientos que aliviaban sus dolencias. A medida que la población más entrada en edad participa en los programas y quedaba satisfecha, surgió un efecto arrastre: mayor público comenzó a interesarse, aumentando el número de plazas y consagrando el éxito del programa. Además, permite la supervivencia de numerosos balnearios en la actualidad, sobre todo en temporada baja. Pues hay que tener en cuenta que este Programa tiene dos turnos para poder participar⁶⁹: el primero iría de febrero a agosto mientras que el segundo, abarcaría el período de septiembre a diciembre. Sin duda alguna, el segundo turno permite que los balnearios puedan sobrevivir y permanecer abiertos gracias a la demanda que llega a través de este tipo de usuarios, eliminando así los graves problemas que provoca la estacionalidad.

Todo lo anterior desencadenó en un mayor número de ingresos para los centros termales, lo que permitió la adaptación de los mismos para satisfacer un nuevo perfil de demandante que comenzaba a emerger: jóvenes con poder adquisitivo. Este tipo de usuario se vio favorecido por el aumento de la renta, al tiempo que el turismo de sol y playa comenzaba una etapa de madurez, pues no aportaba nada nuevo. Este rango de población buscaba nuevas formas de ocio para poder salir de la rutina del día a día, al tiempo que podían mejorar su aspecto físico con algún tratamiento de belleza complementario, influido esto último por los altos cánones de belleza que nos incita a alcanzar la publicidad y sociedad actual. Por lo tanto, este tipo de usuario exige, aparte de la concepción tradicional de la cura a través de las aguas, tratamientos complementarios más relacionados con el ocio y la estética.

En un primer análisis de la evolución del volumen de demanda tenemos que destacar la escasez de datos con los que cuentan las distintas asociaciones, así como, las distintas bases de datos consultadas. Por otro lado, a través de los distintos datos que hemos conseguido observamos que contamos con cifras referentes a la etapa histórica (Cuadro 11), las cuales hemos estudiado en el primer epígrafe. Lo primero, véase como alrededor del 1890 comenzaba a mostrarse ya síntomas del gran auge de esta industria, llegando a alcanzar un volumen importante de visitantes que se situaba en 9.000 personas al año y sobre todo se certifica en el 1910, con la gran época dorada del termalismo, donde se dobla la cifra nombrada anteriormente.

⁶⁹ Información extraída de http://imserso.es/imserso_01/envejecimiento_activo/termalismo/plazos_solicitud/index.htm

Posteriormente esta cifra va disminuyendo hasta alcanzar de nuevo la recuperación a partir de los años noventa.

Tras esta breve situación, entraríamos en lo que realmente es nuestro tema a tratar. Aquí lo importante es subrayar dos aspectos fundamentales. Lo primero es despuntar el crecimiento progresivo del volumen de demandantes hasta el 2006, gracias a los factores que previamente se comentaron. Lo segundo, es hacer énfasis en las cotas conseguidas por el número de termalistas, llegando alcanzar cifras tan espectaculares que rondarían, en los años de los que tenemos datos más actualizados, los 150.000 consumidores. Esto nos hace afirmar, sin miedo alguno, que sin duda estamos viviendo en el presente la segunda etapa dorada del sector balneario, como muchos autores se atreven a apuntar y como comentamos en el anterior epígrafe. Pues, en comparación con la etapa dorada, es brutal la diferencia que se produce en torno a 130.000 clientes a mayores.

Cuadro 11: Evolución de la demanda en los balnearios gallegos 1890-2013

Años	Número de termalistas	Años	Número de termalistas
1890	9.000	1999	39.000
1910	20.000	2000	43.000
1923	11.255	2001	50.000
1931	13.218	2002	60.000
1960	16.000	2003	75.000
1996	30.000	2004	87.000
1997	32.000	2005	100.000
1998	35.000	2006	110.000
		2013	150.000

Fuente: Elaboración propia a partir de diversas fuentes: Los datos referentes a los años 1890,1910 y el período comprendido entre 1960-2005 son extraídos de Instituto de turismo de España, 2008; p. 64. Las cifras de los años 1923 y 1931 se recogen en Alonso, Vilar y Lindoso, 2011, p. 45. Los referentes al año 2006 son facilitados por la Asociación gallega de balnearios y ANBAL. El dato referente al 2013: <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/130920-balnearios-termatalia.pdf>

Antes de adentrarnos en el estudio de los perfiles de demandantes de este sector, es interesante seguir analizando datos comunes a ambos tipos. Así, es significativo conocer la procedencia de la multitud de consumidores de esta industria.

Cuadro 12: Procedencia de los clientes de los balnearios gallegos 2003-2013 (en porcentaje)

Lugar/Años	2003	2013
Nacional	99%	94,50%
Extranjero	1%	5,50%
Galicia	52%	40%
Madrid	11%	19%
Castilla-León	9,40%	12%
Asturias	6,50%	10,50%
Cataluña	-	8%
Resto CC.AA	20,10%	5%

Fuente: Elaboración propia a partir de múltiples fuentes: Datos 2003 publicados en Amor, 2009; p. 52. Los más actuales son proporcionados por Benigno Amor en su participación en II Foro de turismo La Razón "El turismo como motor económico", Madrid, 28/03/2014 con la ponencia Galicia destino termal.

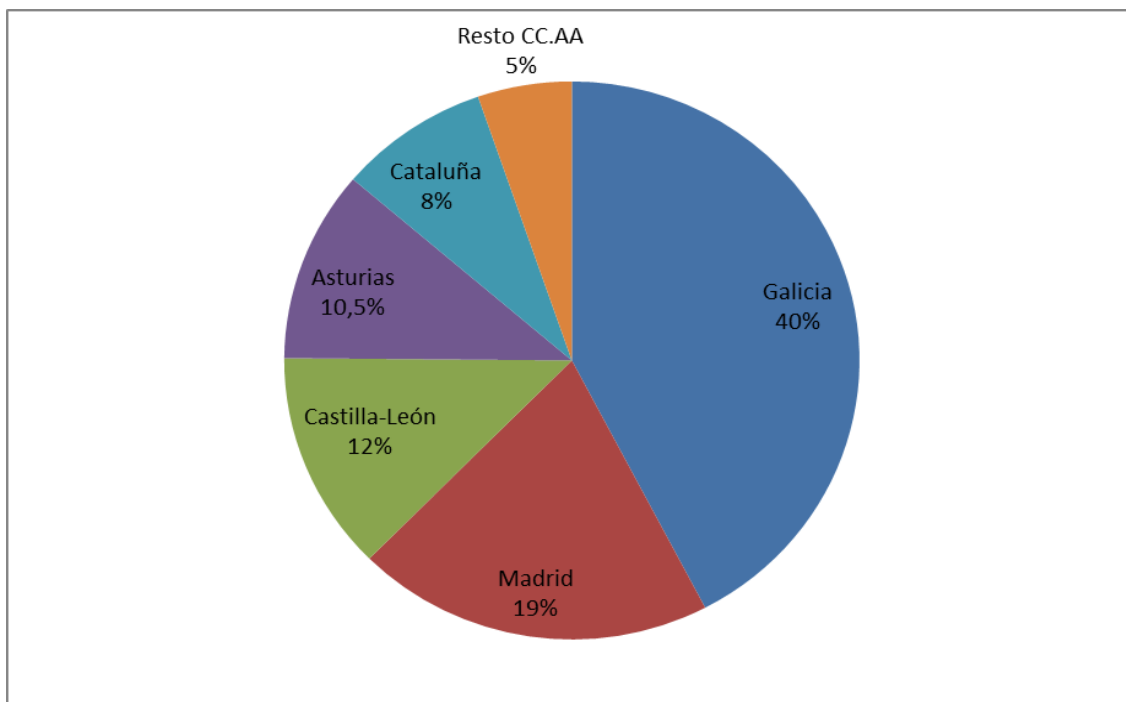
Como observamos en el cuadro 12 adjunto, la mayor parte consumidores son de tipo nacional, siendo muy característica la presencia de gallegos. También es representativo señalar que a medida que han pasado los años ha aumentado, aunque mínimamente, la presencia de clientes de fuera de nuestras fronteras pasando de representar únicamente un 1% a un 5,5% en la actualidad. Del porcentaje actual extranjero, podemos decir que un 3%⁷⁰ corresponde a nuestros vecinos portugueses, por lo que no tenemos gran variedad de visitantes internacionales. Por otro lado, viendo la evolución del origen de los usuarios de los balnearios gallegos a partir de los escasos datos disponibles, podemos apuntar que ha ido disminuyendo la presencia de demandantes gallegos. Sin embargo, ha ido aumentando con gran representatividad la presencia de clientes de otras comunidades autónomas. Centrándonos en los datos más actuales, y vista la gran diferencia entre una procedencia y otra respecto los clientes de carácter nacional, vamos especificar ese porcentaje nacional del 94,5% para tener una desagregación más completa:

Como vemos en la figura 9, es muy representativo el porcentaje de participación que tienen los gallegos sobre la elección de los balnearios de su zona, llegando a alcanzar casi la mitad del total. Bastante cerca le sigue Madrid con un 19%, y con una considerable diferencia continúan Castilla-León y Asturias, con un 12% y 10,5% respectivamente. Uno de los rasgos que comparten estas tres comunidades autónomas es la cercanía con la comunidad gallega. Sin embargo, es relevante que

⁷⁰ Datos proporcionados por Benigno Amor, gerente de la Asociación de Balnearios de Galicia.

aparezca Cataluña en esta clasificación pues, es uno de los principales competidores de Galicia a nivel nacional en cuanto a la oferta de este tipo de establecimientos.

Figura 9: Procedencia de los usuarios de los balnearios gallegos en 2013 (en porcentaje)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del cuadro 12 adjunto.

A continuación, vamos a desagregar de una forma más profunda las características de los dos perfiles típicos de clientes de la industria balnearia. Antes de nada creemos necesaria una pequeña aclaración: el cliente prototipo de la industria balnearia es aquel que acude por motivos de tratar ciertas dolencias corporales a través de las aguas mineromedicinales. La evolución de la medicina y la sanidad, han provocado que los establecimientos termales se hayan tenido que adaptar a las nuevas modas del momento para poder sobrevivir: pues además de seguir tratando las dolencias corporales de distintos pacientes, han tenido también que crear una atmósfera óptima de tranquilidad para poder tratar las enfermedades características del siglo XXI, como es el estrés. Además, la preocupación por un buen aspecto físico junto a la necesidad de actividades complementarias relacionadas con el ocio, han hecho que contemos con un perfil de demandante muy distinto al característico del siglo XIX.

3.2.2.1. Seniors

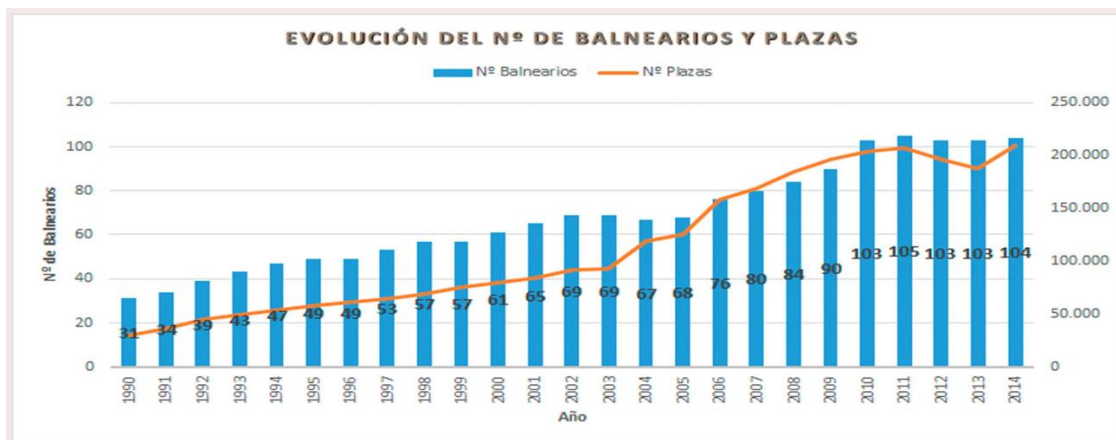
El perfil de demandante *seniors* depende, en su gran mayoría, de las subvenciones del Programa de Termalismo Social del IMSERSO. El programa está ligado a políticas estatales, por lo que va verse afectado por la coyuntura económica en la que se encuentre el país. El PTS ha aumentado considerablemente el número de plazas desde su creación, gracias al estímulo de unos precios atractivos para curar dolencias y la satisfacción de los participantes, junto a una coyuntura económica positiva. Sin embargo, durante la crisis económica el número de plazas ofertadas sufre un retroceso debido a los recortes sociales, como bien se observa en la figura 10. Además, la demanda de este colectivo también disminuye, ya que los pensionistas sufrieron el deterioro de sus pensiones de jubilación debido a la congelación de sus rentas y eliminación de sus pagas extraordinarias. A este respecto hay que tener en cuenta también, que los “abuelos” han ejercido en España como colchón amortiguador de los efectos de la grave recesión sufrida por muchas familias. A pesar de estas adversidades, la tendencia mejoró en 2014 y parece que se mantiene en 2015, año en el que se espera ofrecer 209.222 plazas, convirtiéndose en la cifra más alta desde que se ejecuta el programa⁷¹.

El PTS es también fundamental ya que motiva a participar a un colectivo que aumentará notablemente su proporción en la población futura, como consecuencia de la evolución de las principales variables demográficas. Como bien se sabe, en la actualidad se acusa de un gran envejecimiento, fenómeno que se agravará en un futuro no muy lejano. A sumo, Galicia acusa de un envejecimiento superior al resto de CC.AA esto, junto a que la mayoría de clientes de los balnearios gallegos son de la propia comunidad, provocara un aumento de la proporción de personas mayores de sesenta y cinco años que demanden tratamientos en los centros termales gallegos⁷². Por lo tanto, viendo la importancia que tiene este programa, vamos analizar su funcionamiento.

⁷¹ Información extraída de http://www.sendasenior.com/El-programa-de-Termalismo-Social-del-Imserso-genero-mas-de-15-000-empleos-en-2013_a2611.html.

⁷² Para más información sobre la evolución de la estructura poblacional de Galicia consúltese <http://www.elcorreogallego.es/galicia/ecg/accelera-envejecimiento-poblacion-gallega-mientras-disminuye-natalidad-fecundidad-es-1-1-hijos-mujer/idEdicion-2015-04-28/idNoticia-928872/>

Figura 10: Número de plazas ofertadas por el PTS del IMSERSO 1990-2014 (en número)



Fuente: http://www.observatoriotermalismo.org/datos_imserso.php

España ha avanzado considerablemente en la inclusión de los balnearios en dicho Programa, pues si bien en 1990 contaba tan sólo con 31 balnearios adscritos (de los cuales sólo 4 pertenecían a la comunidad autónoma gallega), en la actualidad logra 103 balnearios, de los que 17 son gallegos (Cuadro 13). Lo anterior nos permite concluir que la presencia de centros termales gallegos en ese Programa pasó de alcanzar el 12,90% en sus inicios, al 16,50% de la oferta nacional en 2013. Si nos fijamos en datos que hacen referencia al número de plazas, el crecimiento es más representativo, ya que de las 29.965 plazas con las que comenzó este programa a desarrollar su gran función (2.325 gallegas), cuenta a día de hoy con 206.000, de las que 24.514 son gallegas. Pasando por lo tanto dicha comunidad de tener un porcentaje del total de plazas nacionales que se aproximaba al 7,80%, a un 11,90% en el 2013 (Cuadro 14). Estos datos nos convierten en el líder termal a nivel nacional del Programa, aunque la diferencia con respecto al resto de CC.AA es mínima, principalmente con Castilla-La Mancha y La Comunidad Valenciana.

Cuadro 13: Plazas ofertadas y balnearios adscritos al PTS del IMSERSO en Galicia y España 1990-2013.

	Inicios 1990	Actualidad 2013	Inicios 1990	Actualidad 2013
	Balnearios		Nº de plazas adscritas	
España	31	103	29.965	206.000
Galicia	4	17	2.325	24.514

Fuente: Elaboración propia a partir de: <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imserso.pdf>

Cuadro 14: Plazas ofertadas en cada CC.AA para el PTS del IMSERSO en 2013

2013	Nº de plazas	Porcentaje sobre Total
España	206.000	100%
Galicia	24.514	11,90%
Castilla-La Mancha	23.257,40	11,29%
C.Valenciana	23.175	11,25%
Andalucía	21.341,60	10,36%
Resto	113.712	55,20%

Fuente: Elaboración propia a partir de: <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imserso.pdf>

Si esta desagregación la llevamos a cabo a nivel gallego nos encontramos con este panorama.

Cuadro 15: Plazas ofertadas en Galicia para el PTS del IMSERSO en 2013

2013	Porcentaje	Nº de Plazas
Pontevedra	4,92%	10.135,20
Ourense	3,20%	6.592,00
Lugo	2,14%	4.408,40
A Coruña	1,64%	3.378,40

Fuente: Elaboración propia a partir de: <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imserso.pdf>

Sin duda alguna, Pontevedra y Ourense siguen siendo las provincias líderes del sector termal gallego. Ya lo demostraban al principio siendo las que mayor número de establecimientos balnearios recogían respecto al resto de provincias de la comunidad y ahora de nuevo, cuando obtienen el mayor número de plazas del PTS. Centrándonos en estas dos provincias, es asombrosa la gran diferencia que existe entre estos líderes, pues estamos hablando de en torno a 3.500 demandantes que a mayores contempla Pontevedra frente a Ourense.

Si ahora nos concentramos en los establecimientos gallegos que prefieren los visitantes procedentes de este programa, es lógico encontrarnos que la mayoría de los mismos elijan a los de Pontevedra y Ourense, aunque en segundo y cuarto lugar nos encontramos con los centros históricos característicos de esta industria. Sería el caso del Balneario de Carballo en A Coruña y Las Termas Romanas de Lugo. Tenemos que apuntar que, en 2012, el número de personas participantes en el PTS que utilizaron las instalaciones gallegas ascendió a 27.362, lo que representa el 14% del total de

participantes del Programa a nivel nacional en ese año.⁷³.

Cuadro 16: Balneario gallegos más solicitados por los participantes en el PTS del IMSERSO según número de visitantes en 2012

Balneario	Nº de visitantes	% de participación de los visitantes de cada balneario sobre el total de visitantes en Galicia
Termas de Cuntis	5.425	19,83%
Balnearios de Carballo	2.447	8,94%
Hesperia Isla de la Toja	2.206	8,06%
Termas Romanas de Lugo	1.769	6,47%
Balneario O Carballiño	1.614	5,90%
Baños de Molgas	1.392	5,09%
Resto	12.509	45,71%

Fuente Elaboración propia a partir de: <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imserso.pdf>

Según los datos, el líder indiscutible sería Las Termas de Cuntis. Pero sin duda alguna, lo que nos reflejan estos datos es la gran preferencia que tienen los demandantes más entrados en edad en elegir balnearios mucho más tradicionales y alejarse, por lo tanto, de los dirigidos por las grandes cadenas hoteleras. Aquí exceptuaríamos el caso del gran centro histórico de La Toja, que sin duda, es un referente a nivel mundial y por lo tanto centro de elección por numerosos termalistas. ¿A qué se debe entonces la preferencia por los centros más tradicionales? Pensemos que los participantes en estos programas buscan principalmente una serie de beneficios para la salud y no tanto un componente lúdico, por lo que prefieren alejarse de los grandes establecimientos dirigidos por las grandes cadenas hoteleras que en los últimos años han redirigido su oferta a este tipo de actividades. Por otro lado, son centros de gran tradición histórica que conocen a la perfección los numerosos beneficios de las aguas mineromedicinales y saben perfectamente aconsejar sobre el tipo de tratamientos a tomar y su forma de llevarlo a cabo. Además, estos centros están en manos de familias pasando de generación a generación, siendo esto un lazo muy importante ya que los usuarios de estos programas suelen repetir año tras año,

⁷³ Datos extraídos de <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imserso.pdf>

gracias a la confianza que esto les genera. En contraposición, estaría la dirección de los grandes centros balnearios que varía con frecuencia y no es una cara conocida al público.

Si ahora nos fijamos de donde proceden los usuarios del Programa que visitan las instalaciones gallegas (Cuadro 17), volvemos a encontrar con que la mayoría son de la propia comunidad. Siendo importante de nuevo la presencia de personas más cercanas a nuestra zona como los leoneses y asturianos, y destacando los procedentes de Cataluña, a pesar de los grandes centros que tienen adjuntos en su comunidad al Programa.

Cuadro 17: Origen de los participantes del PTS del IMSERSO que eligen los balnearios gallegos (en porcentaje)

Provincia	Porcentaje de visitantes
Galicia	63,84%
Madrid	10,76%
León	6,64%
Asturias	5,35%
Barcelona	2,36%
Resto	11,05%

Fuente: Elaboración propia a partir de <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imserso.pdf>

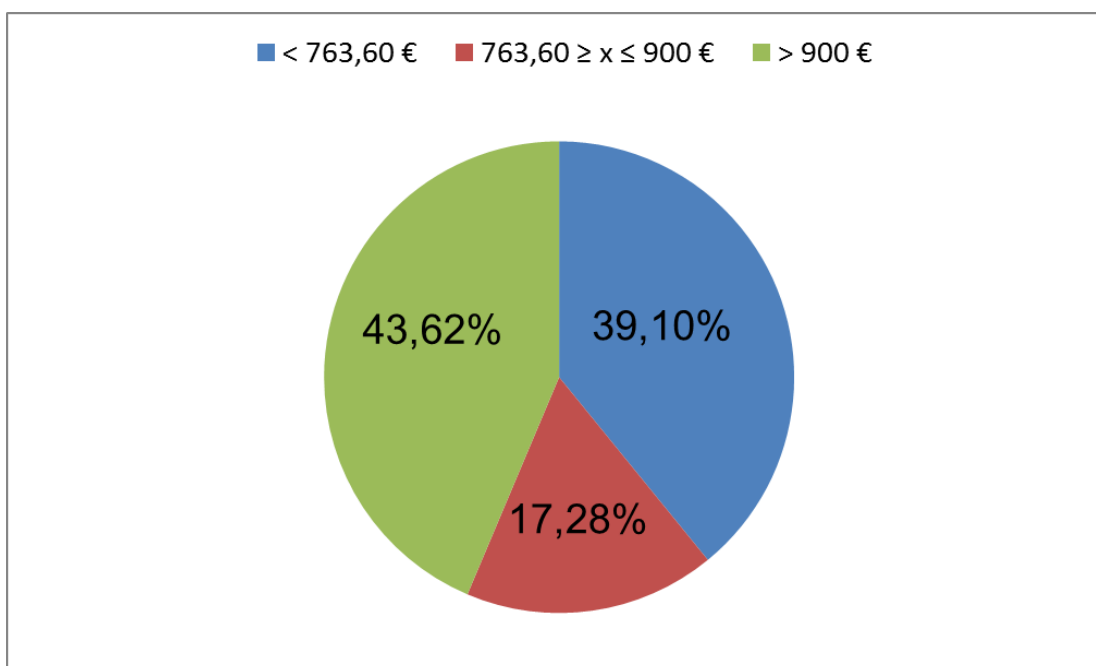
En cuanto al perfil de los participantes en las instalaciones gallegas destaca que: de los 27.362 usuarios que disfrutaron de las instalaciones gallegas en el 2012 a través de este Programa, 17.363 de esa cifra la componían mujeres quedando el resto para el sexo contrario. Esto nos permite ver el predominio de las mujeres entre los visitantes de los balnearios gallegos, que alcanzaron el 63% de la clientela en 2012⁷⁴. Esto tiene una obvia explicación, como veíamos principalmente el origen de los participantes en las instalaciones gallegas son de Galicia. Aquí, como bien sabemos, tenemos una población muy envejecida que se caracteriza por una gran esperanza de vida, sobre todo en el ámbito femenino, de ahí esa abundancia. Además, otro factor que hay que sumar a esta incidencia, es la tendencia de las mujeres a padecer en su vejez enfermedades de carácter reumatológico. Las aguas que tratan este tipo de dolencia predominan en Galicia, pues de los veinte balnearios actuales sólo el

⁷⁴ Información extraída de <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imserso.pdf>

balneario de Mondariz y Cortegada no presentan aguas para tratar esta enfermedad⁷⁵.

Analizando términos más detallados, los termalistas gallegos del PTS se caracterizan por tener unos ingresos muy bajos (Figura 11), lo que pone en evidencia la grandiosidad de esta iniciativa que permite que personas con pocos recursos puedan disfrutar de sus beneficios y mejorar su calidad de vida.

Figura 11: Nivel medio de ingresos de los participantes gallegos en el PTS del IMSERSO (en €)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imsero.pdf>

Entre las patologías más tratadas destacan las adjuntas en el cuadro 18. Este cuadro nos permite reflejar varios puntos importantes: por un lado la variedad aguas mineromedicinales para tratar distintas dolencias. Hay que comentar que Galicia es muy rica en aguas que tratan problemas de reuma y respiratorios. El resto de aguas no son tan comunes pero también poseemos de su riqueza en distintos centros. Este tipo de dolencias, no sólo son características en los *seniors* (exceptuando el reuma), pues los jóvenes y niños también acusan de problemas de piel o digestivos. Por último, es muy relevante que entre las dolencias más tratadas se combinan las características de todos los tiempos con las más actuales, como es el estrés.

⁷⁵ Información extraída de <http://www.balneariosdegalicia.gal/balnearios-g.html> y páginas webs de balnearios.

Cuadro 18: Patologías más tratadas en el marco del PTS del IMSERSO

Reumatismos crónicos degenerativos	Dolencias de la piel
Dolencias broncopulmonares	Patologías renales y de las vías urinarias
Enfermedades digestivas	Depresiones crónicas, ansiedad y estrés

Fuente: Elaboración propia a partir <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/131004-4-acto-homenaje-imserso.pdf>

Siguiendo con el perfil característico de los participantes en el programa, predomina la asistencia de personas de entre 70-79 años, destacando principalmente la presencia de mujeres debido a la menor esperanza de vida de los hombres. Este tipo de usuario suele acudir en solitario y en matrimonio. Además, suelen ser pensionistas con estudios básicos que acuden por razones de salud, aunque en los últimos años aumenta la asistencia por motivos relacionados con otros aspectos (descanso, ocio...). Esto se debe a que este tipo de usuarios tienen una calidad de vida muy superior a lo que podían llegar a tener sus antepasados. Estas personas, pertenecientes al *boom* del sesenta, tienen ganas de disfrutar de la vida y tiempo libre para ello. Por otro lado, la estancia media en los balnearios se sitúa entorno a los 12 días. Esto se debe a que uno de los objetivos del Programa es el tratamiento de diversas dolencias, por lo que para que los tratamientos tengan efectos considerables en el organismo, se debe permanecer un determinado período. Este tipo de usuario se caracteriza por tener un gasto muy reducido en servicios complementarios. Algo lógico, pues como veíamos en la figura 11, las rentas de la que disponen son principalmente de muy baja cuantía. Para finalizar, este tipo de demanda suele participar en el programa gracias a la recomendación de numerosos familiares y amigos y se caracteriza por repetir año tras año, lo que muestra la satisfacción de los participantes en el mismo⁷⁶.

3.2.2.2. Jóvenes con poder adquisitivo

En los últimos años, gracias al aumento de ingresos provocado por los usuarios anteriores, se fueron modernizando la mayoría de instalaciones. Al mismo tiempo comenzaban a aparecer numerosas cadenas hoteleras asociados a los mismos, como bien vimos en apartados anteriores. Además, empezaron a surgir balnearios de nueva creación como sería el caso del Hotel Balneario de Aguas Santas en el año 2005. Por

⁷⁶ Ideas recogidas en Martínez, 2011; pp.223-243.

otro lado, entrado en el nuevo milenio aparecen una serie de enfermedades no tan ligadas a dolores corporales y más vinculados a la mente. Estas se deben al ritmo de vida de las sociedades actuales, donde el estrés juega un papel habitual, predominando los cuadros de ansiedad y depresión. Hay que recordar que vivimos en una sociedad muy preocupada y condicionada por la estética, principalmente las mujeres, pero cada vez más encontramos a un mayor porcentaje de hombres. Sumo a esto, el aumento progresivo de la renta per cápita a partir de la década de los setenta y principalmente con el *boom* inmobiliario del nuevo milenio, hizo que muchos jóvenes tuvieran un trabajo fijo y un elevado salario. Como consecuencia de lo anterior, se fue encontrando en los balnearios una atmósfera de tranquilidad que permite pasar unos días de desconexión y lograr un descanso del ajetreo del día a día. Además de pasar unos agradables días de calma y despreocupaciones, puedes combinar distintos tratamientos de belleza para mejorar y cuidar la presencia física.

Sin embargo, durante la crisis económica este colectivo sufre importantes problemas que aún persisten en la actualidad. Así es fácil encontrarnos con noticias que nos muestran lo terrible de este fenómeno: por un lado, se afirma que la tasa de paro juvenil se ha triplicado durante la crisis. Fuentes como Aempleo, establecen que la tasa de desempleo de los jóvenes españoles a finales de 2014 se situó en el 51,8%, cuando el mismo índice en el tercer trimestre de 2007 era del 17,9 %⁷⁷. Además, los salarios se han deteriorado enormemente, estimándose la caída de los salarios reales durante la crisis económica en un 4,5%⁷⁸.

Si analizamos las características de este colectivo nos encontramos con lo siguiente: El rango de edad de este tipo usuarios se encuentra entre los 35 y 55 años. Se caracterizan por acudir en parejas y familias. Por un lado, encontraríamos a aquellas personas jóvenes que dados los nuevos estilos de vida, retrasan la edad de formar una familia y disfrutan de la vida. Principalmente la contratación de estos servicios se hace a través de internet, predominando la búsqueda de paquetes promocionales. Por otro lado, encontraríamos a aquellas familias que acuden con sus hijos ya que existen numerosas actividades para los niños en el agua, al tiempo que sus padres pueden descansar y disfrutar de diversos tratamientos. Este perfil de clientes suele pasar muy pocos días, predominando la estancia de los fines de semanas. Esto se debe al elevado coste que tienen que sufragar, ya que este colectivo no cuenta con ayudas estatales.

⁷⁷ <http://www.20minutos.es/noticia/2413974/0/tasa-paro-juvenil/triplicado/durante-crisis/#xtor=AD-15&xts=467263>

⁷⁸ <http://www.abc.es/economia/20141121/abci-salarios-caida-libre-201411202115.html>

Una de las épocas con afluencia de este sector es el período vacacional de la Semana Santa, ya que, por un lado, no existe un tiempo aún todavía favorable para acudir a la playa en Galicia (ya que recordemos que nuestros principales consumidores proceden de este lugar) y por otro, es un periodo breve de vacaciones propicio para el descanso de la vida cotidiana.

Cuadro 19: Ocupación de los balnearios gallegos en Semana Santa 2013-2015 (en porcentaje)

Balneario/Años	2013-2014	Balnearios/Años	2015
Arnoia	>90%	Arnoia	≈ 100 %
Laias	>90%	Laias	≈ 100 %
Lobios	>90%	Lobios	≈ 100 %
Mondariz	>90%	Mondariz	≈ 100 %
Cuntis	>90%	Isla La Toja	≈ 100 %
Carballo	>90%	Carballo	≈ 100 %
Lugo	>90%	Compostela	≈ 100 %
Resto	≈ 75%	Resto	≈ 85%

Fuente: Elaboración propia a partir múltiples fuentes: <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/140411-semana-santa.pdf> y <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/150401-semana-santa.pdf>

*Las cifras son estimaciones realizadas por la Asociación de Balnearios de Galicia.

En primer lugar, estos datos son muy representativos ya que observamos cómo la ocupación de todos los balnearios durante Semana Santa ha aumentado respecto a años anteriores hasta lograr la ocupación completa en la mayoría de los casos. Por último, nos permite saber cuáles son los balnearios que tiene un mayor atractivo. Encontraríamos como favoritas tras varios años sucesivos a los pertenecientes al grupo Caldaria Termal (Arnoia, Laias y Lobios) y a Mondariz. Aquí se reflejaría la idea de la preferencia por aquellos usuarios, que están fuera del Programa de Termalismo Social del IMSERSO, por establecimientos dirigidos por las cadenas hoteleras y empresas.

Cuadro 20: Ocupación de los balnearios gallegos en el verano del 2013 (en porcentaje)

Mes	Porcentaje de Ocupación
Julio	70%
Agosto	75%
Septiembre	80%

Fuente: Elaboración propia a partir de <http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias/130920-balnearios-termatalia.pdf>

Si ahora analizamos los datos referentes a la ocupación de nuestros balnearios en verano del 2013 (Cuadro 20), observamos que tuvo una media de ocupación de alrededor del 75%. Estas cifras son muy relevantes pues sabiendo que principalmente el origen de la demanda de nuestros balnearios es nacional y que en esta época del año tenemos una fuerte competencia por el turismo de sol y playa, es significativo que las tasas de ocupación se sitúen por encima del 70%. Por lo que el aumento del porcentaje en septiembre, se puede explicar por la misma causa, deterioro de las condiciones climatológicas para disfrutar del característico turismo de sol y playa.

Visto el predominio de los clientes nacionales cabe hacer una mención especial al tipo de demandante extranjero, pues como veíamos sus porcentajes de participación rondan el 5%. Sin embargo en otros países, sobre todo en el sur de Europa, hay una demanda muy elevada en el ámbito de las aguas termales. Ya que después de la líder indiscutible de demandantes termales, Alemania con un 11,5% de la demanda termal en porcentaje de población, España se situaría de segunda con un 2,5% seguida muy de cerca de Italia con un 2,3%. Más alejado encontraríamos a Grecia con un 1,6% y posteriormente a nuestros vecinos portugueses con un 1%⁷⁹.

Viendo esto, ¿tendría que apostar el sector por intentar atraer en el futuro a este tipo de usuarios? A la vista de los datos, la respuesta es claramente afirmativa. Porque así eliminaríamos la gran dependencia que existe con los consumidores nacionales y se lograría atraer a un turismo de más calidad que el turismo promedio "low cost" predominante en modelo de sol y playa. ¿Es una tarea fácil? No, para nada, ya que en otros países del sur de Europa el negocio se entiende de otra manera, pues es financiado por la Seguridad Social en su totalidad como un tratamiento más para curar dolencias, contando con una excelente oferta balnearia. Además el turismo extranjero suele estar interesado en nuestro país por un turismo más relacionado con el sol y playa, donde existen ya muchos intereses creados en el ámbito geográfico y empresarial. Dada esta nueva visión del concepto termal a nivel europeo, atraer a consumidores extranjeros implicaría una negociación a nivel internacional para poder formar parte de ese tipo de programas. Además, supondría la necesidad de adaptar nuestras instalaciones actuales a este tipo de perfil: horarios, comidas, idiomas...pero, sin duda alguna, conseguirlo supondría reconocer a Galicia como la capital termal de España, logrando no sólo una gran riqueza para nuestra tierra sino un lugar de encuentro para diversidad de cultura.

⁷⁹ Datos proporcionados por Benigno Amor, en su participación en II Foro de turismo La Razón "El turismo como motor económico", Madrid, 28/03/2014 con la ponencia Galicia destino termal.

Conclusiones

El turismo de salud ha alcanzado una gran importancia en nuestra sociedad actual dentro de los nuevos parámetros de moda de búsqueda de salud, bienestar, belleza y tratamientos anti-estrés. Bajo este nuevo paradigma, algunos territorios sin ventajas competitivas para el turismo de sol y playa encontraron nuevas vías de desarrollo turístico. Este fue el caso de Galicia, una comunidad que cuenta con grandes ventajas competitivas para convertirse en un referente nacional del turismo de salud en torno al disfrute de manantiales de agua mineromedicinal, emplazados en entornos naturales de gran belleza. Este trabajo ha puesto de manifiesto la creciente importancia del turismo en la economía gallega, tanto en términos de PIB como de empleo, al margen del tradicional modelo de sol y playa que ha caracterizado al sector turístico español. En particular, el trabajo destaca tres especialidades gallegas:

En primer lugar, un turismo cultural entorno a la catedral de Santiago de Compostela. Este reclamo turístico atrae a un gran volumen de visitantes, de los cuáles destaca el elevado porcentaje de extranjeros lo que contrasta con el resto de especialidades turísticas. Sin embargo, genera una elevada estacionalidad en los años Xacobeo y período estival. Además, no se ha logrado alcanzar una ocupación plena en las épocas de máximo auge, siendo muy reducida la estancia media debido a la escasa capacidad de atracción fuera del ámbito de los principales recursos. Sumo a lo anterior, genera un escaso impacto económico debido a que es un tipo de turismo que no conlleva un elevado consumismo. Todo lo anterior desencadena en la disminución del número de establecimientos hoteleros.

En segundo lugar, Galicia se especializaría en un turismo rural, el cual ha logrado en un tiempo relativamente corto una magnífica evolución alcanzando en la

actualidad, un número de visitantes similar al de la industria termal. Sin embargo, presenta una fuerte estacionalidad en el período estival y parece verse influenciada por la celebración de los años Santos. Además, las subvenciones proporcionadas por las administraciones parecen haber producido una sobrecapacidad del sector, lo que conlleva a una reducción considerable de la estancia media en los establecimientos. Esto junto al escaso gasto económico de este tipo de turistas, nos dibuja un panorama poco alentador para este tipo de especialidad.

Por último, el trabajo se centra en analizar el turismo de salud, al ser el de mayor proyección en los últimos años. Ese análisis se hace a partir de los factores de oferta y demanda que han convertido al sector balneario gallego en una de las actividades turísticas más importantes de Galicia. Se ha comprobado como el turismo termal representa una industria con gran tradición histórica, tal es así, que se ha considerado como antecesora del turismo. Además, es un sector que ha sabido reciclarse, pues si en un primer momento se basaba en el tratamiento de diversas dolencias a través de las aguas mineromedicinales, supo posteriormente evolucionar y aprovechar el marco de oportunidades del mercado actual. El cuidado de la salud, la belleza y la búsqueda del bienestar en entornos conectados con la naturaleza representan hoy en día una parte importante de las demandas de ocio de la población. Junto a otra serie de factores, entre los cuales destaca el magnífico impacto del PTS, comenzó otra época de gran esplendor para esta industria. En cuanto al lado de la oferta, el número de establecimientos comenzó a crecer destacando aquellos dirigidos por las grandes cadenas hoteleras y grupos empresariales, los cuáles han sabido diversificar su oferta a términos más relacionados con el ámbito lúdico y estético. Esto ha permitido alcanzar grandes cifras en el ámbito nacional, esperando convertirse en un futuro próximo en el líder la oferta termal española, gracias a la inminente apertura de establecimientos balnearios lo que indica la rentabilidad de este negocio en el presente. Además, propician un positivo impacto en los lugares donde se asientan ya que, la mayoría de balnearios, se encuentran en zonas de interior. Esto contribuye a la creación de empleo así como, al desarrollo de actividades complementarias como el disfrute de la gastronomía típica o la visita de reclamos turísticos de estos pueblos. Sin embargo, Galicia tiene que hacer frente a la competencia que le genera Cataluña (comunidad rica en aguas minero-medicinales) así como el auge repentino de los spas (debido a la escasa cultura balnearia, menor inversión y costes de mantenimiento).

Por el lado de la demanda, el número de termalistas no ha cesado de crecer gracias en un primer momento, al PTS. Este programa permitió por un lado, atraer a

una gran clientela gracias a las subvenciones y por otro, eliminar la gran estacionalidad que acusaba a este sector. Los ingresos provenientes de este programa permitieron una reforma y modernización de los establecimientos, lo que hizo que un nuevo grupo de demandantes formase parte de esta clientela: jóvenes con poder adquisitivo. Tal es el éxito del programa que el número de plazas no ha dejado de crecer, siendo Galicia la que mayor número abarca. Este grupo *seniors* se ve atraído por esta actividad para curar dolencias características de la edad, por lo que acude a los centros más tradicionales dado a que centran su atención en este ámbito. Sin embargo, este grupo de edad reclama cada vez más actividades relacionadas con el ámbito del ocio y la estética por lo que el tipo de establecimiento tradicional comienza a aumentar su oferta pero sin llegar a la gran diversificación que encuentran los grandes centros, los cuáles ven cubiertas todas sus plazas en épocas claves del año como Semana Santa. Sin embargo, se ha comprobado que es un sector que ha sufrido con gran intensidad la crisis económica debido a: las consecuencias tan devastadoras para sus clientes típicos (recortes sociales, desempleo...) y la dificultad a la hora de atraer a un turista extranjero que fuese capaz de paliar el descenso de la demanda nacional.

Como conclusión final, cabe destacar cómo Galicia ha sido capaz de poner en valor sus recursos naturales y generar un competitivo sector turístico al margen del modelo de sol y playa. Entre las distintas especialidades, la industria balnearia encaja perfectamente con la demanda creciente de turismo de salud por parte de la sociedad actual. Los balnearios generan una actividad sostenible con el medio ambiente, respetuoso con la naturaleza y con efectos de arrastre sobre las economías locales de su entorno. Al tiempo la actividad balnearia suaviza los problemas que generan otras especialidades turísticas, como la elevada estacionalidad o el bajo gasto por visitante, ya que este turismo exige un determinado poder adquisitivo. No obstante, la diversificada oferta de balnearios permite llegar a un elevado abanico de clientes, de diferentes niveles de renta. El elevado número de visitantes, la apertura inminente de más establecimientos y la posición relativa de Galicia en el sector ponen en evidencia que los balnearios gallegos cuentan con excelentes perspectivas de futuro. Si la industria balnearia es capaz de mantener la trayectoria dibujada en las últimas décadas puede convertirse en un sector clave no solo para el sector turístico gallego sino para su economía en general.

Bibliografía

- Monografías

Alonso, L., Lindoso, E., y Vilar, M. (2011). *O Lecer das Augas*. Vigo: Galaxia.

Alonso, L., Lindoso E., y Vilar, M. (2012). *El Aguabienhechora*. Granada, España: Observatorio Nacional del Termalismo.

Instituto de Turismo de España. (2008). *Estudios de productos turísticos: Turismo de salud*. Madrid, España.

Ministerio de política territorial y administración pública. (2011). *Evaluación de los programas de vacaciones para personas mayores y termalismo social*. Madrid, España: http://www.aeval.es/comun/pdf/evaluaciones/E29-Vacaciones_y_Termalismo.pdf

Secretaría de Estado de Turismo. (2013). *Informe de turismo de salud en España*. Madrid, España: http://www.minetur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo_salud_espana.pdf

- Parte de una monografía

Amor, B. (2009). Balnearios de Galicia: un modelo de empresa sostenible. En *Libro de Actas de la I Conferencia Internacional de Minería Sostenible CIMS* (pp. 45 - 54). A Coruña, España: Cámara Oficial Minera de Galicia.

http://camaraminera.org/uploads/COMG/actividades_eventos/formacion/_cims2009/03_comunidades.pdf

- Costa, A. (1999). Turismo de salud. En Bayón, F. (Dir.), *50 años de turismo español: un análisis histórico y estructural*. (pp. 737 - 747). Madrid, España: Centro de estudios Ramón Areces, S.A.
- Lois, R. (2008). Turismo y territorio a principios del siglo XXI. Una reflexión geográfica desde el ámbito de la gestión pública. En Troitiño, M., García, J., y García, M. (Coords.), *Destinos turísticos: viejos problemas, ¿nuevas soluciones?* (pp. 23 - 47). Cuenca, España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Martínez, O. (2009). Turismo de salud y desarrollo sostenible: la contribución de la actividad turística de los balnearios. En Latiesa, M., García, M., y Álvarez, A. (Coords.), *Sociología del ocio y del turismo: tipos, planificación y desarrollo* (pp. 245 - 255). Granada, España: Eug.
- Pazos, M., y Alonso, M. (2011). Cambios recientes en la imagen turística de Galicia: un análisis de los principales factores explicativos. En grupo TERAP, *Espacios y destinos turísticos en tiempos de globalización y crisis, I* (pp. 341 - 357). Madrid, España: Universidad Carlos III de Madrid.

- *Contribución a una publicación seriada*

- Alonso, L. (2013). De enfermo a bañista. Formación y desarrollo de la demanda en el turismo español de salud y bienestar, 1750-1935. *Transportes, servicios y telecomunicaciones*, 24, 30-56.
- Besteiro, B. (2002). Análisis estructural de los problemas del turismo en Galicia: balance de una década (1991-2001). *Documentos de Trabajo Economía Aplicada*, 14, 2-44.
- Besteiro, B. (2006). El turismo rural en Galicia. Análisis de su evolución en la última década. *Cuadernos de turismo*, 17, 25-49.
- Camino, M., Ferreiro, F., y Vaquero, A. (2012). Análisis turístico de Galicia a través de sus comarcas. *Ponencia presentada en el Congreso Quorum*: http://www.equipoquorum.com/publicaciones/congresos/p02_comarcas.pdf
- Carrera, P., y Bridges, J. (2006). Health and medical tourism: What they mean and imply for health care systems. *Health and Ageing*, 15: <https://www.genevaassociation.org/media/75240/qa2006-health15-carrerabridges.pdf>
- Crecente, J. (2001). Los retos del turismo en Galicia. Estrategias básicas. *Papeles de trabajo*, 46, 27-34.

- Gómez, J. (2001). El turismo: pasado, presente y futuro. La primera década de los 2000. *Papeles de trabajo*, 46, 13-18.
- Jarrassé, D. (2002). La importancia del termalismo en el nacimiento y desarrollo del turismo en Europa en el siglo XIX. *Historia Contemporánea*, 25, 33-49.
- Larrinaga, C. (2002). El turismo en la España del siglo XIX. *Historia Contemporánea*, 25, 157-179.
- Lopes, P., Henn, M., Alén, M., y Gonçalves, J. (2011). El turismo de salud y el uso terapéutico del agua. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20, 462-477.
- Martínez, O. (2011). Perfil del beneficiario del programa de termalismo social del IMSERSO en Galicia. *Humanismo y Trabajo Social*, 10, 223-243.
- Pardellas, X., y Padín, C. (2014). El camino de Santiago portugués en Galicia y las estrategias turísticas locales. *Análisis turístico*, 17, 51-59.
- Pellejero, C. (2002). La política turística en la España del siglo xx: una visión general. *Historia Contemporánea*, 25, 233-265.
- Vallejo, R. (2014). De país turístico rezagado a potencia turística. El turismo en la España de Franco. *Historia Económica*, 1408, 1-58.
- Vallejo, R. (2014). Salud y recreo: los establecimientos balnearios de Galicia y el descubrimiento de una periferia turística en el primer tercio del siglo XX. Ponencia presentada en XI Congreso Internacional de la AEHE, Madrid: http://www.aehe.net/xicongreso/pdfs/s1_vallejo.pdf
- Vilar, M. (2011). Balnearios, intereses políticos y desarrollo turístico en el noroeste de España: el caso de A Toxa y Mondariz (1874-1935). *Cuadernos de historia Contemporánea*, 33, 163-185.
- Vilar, M., y Lindoso, E. (2010). El sector balneario gallego desde una perspectiva histórica (1780-1935). *Transportes, servicios y telecomunicaciones*, 19, 138-164.
- Vilar, M., y Lindoso, E. (2014). La industria del agua embotellada en Europa, siglos XIX-XX. *En agua y territorio*, 4, 108-124.
- Vilar, M., y Lindoso, E. (2015). La explotación empresarial de las aguas mineromedicinales: la industria del agua embotellada en España (1875-2013). *En Agua y territorio* (en prensa).

- *Textos electrónicos y bases de datos*

ARDAN:

http://www.ardan.es/ardan/index.php?option=com_content&task=view&id=59&Itemid=158

Hemeroteca ABC: <http://www.abc.es/>

Hemeroteca Asociación de balnearios de Galicia:
<http://www.balneariosdegalicia.gal/noticias.html>

Hemeroteca El Comercio: <http://www.elcomercio.es/>

Hemeroteca El Confidencial: <http://www.elconfidencial.com/>

Hemeroteca El Correo gallego: <http://www.elcorreogallego.es/>

Hemeroteca Hosteltur: <http://www.hosteltur.com/>

Hemeroteca La Región: <http://www.laregion.es/>

Hemeroteca 20 minutos: <http://www.20minutos.es/>

Hemeroteca 50 senior: <http://www.sendasenior.com/>

Instituto nacional de estadística: <http://www.ine.es/>

INE: Encuesta de ocupación hotelera
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoh&file=inebase>

INE: Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eotr&file=inebase>

SABI: <http://www.bugalicia.org/recursos/informa/sabi/>

ANEXO

Cuadro A-1: Evolución del empleo en los balnearios gallegos a partir de los datos disponibles 1993-2013.

Balnearios/Años	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Balneario de Lugo	-	-	-	-	-	-	-	17	23	20	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Balneario de Mondariz	-	45	42	37	37	62	-	-	99	104	104	135	163	173	157	142	130	129	128	120
Baños Viejos de Carballo	-	-	8	12	14	-	16	13	19	24	24	24	28	31	34	37	43	41	42	39
La Toja	71	114	128	140	154	185	215	219	247	337	292	-	-	-	-	-	124	125	116	108
Hotel Balneario Aguas Santas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	61	59	55	56	70	61
Hotel Balneario Compostela	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	32	31	32	26	31	31	29	27
Balneario y Termas de Lugo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	34	35	36	36	54	52	34	31
Balneario de Caldelas de Tuy	-	-	-	-	-	-	-	-	17	18	15	15	16	16	15	15	15	15	19	19
Balneario de Molgas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	16	14	14	13
Balneario del Atlántico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	91	78	-	77	1	1	1	3	3
Balneario do Tremo	-	-	-	-	-	19	9	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gran B. de Aguas Minero Medicinales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	87	105	89	79	74	65	67	72	70
Proindocar Balneario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-
Balneario de Arteixo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	7	5
Balneario río Pambre	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	16	19	20	-	-	-	-	-	-
Balneario Hotel Acuna	-	-	11	11	-	11	11	11	11	10	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Balneario Hotel Dávila	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11	11	9	10	11	10
Baños de Brea	-	-	-	-	-	13	8	9	13	12	18	19	19	21	20	22	20	22	19	17
Termas de Cuntis	-	-	-	34	41	45	46	46	55	55	55	-	-	-	61	-	-	85	75	69
TOTAL	71	159	189	234	246	335	305	324	484	580	656	443	498	470	583	439	563	658	639	592

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos de la base de datos SABI y publicaciones periódicas ARDAN.

Cuadro A-2: Evolución de la facturación en los balnearios gallegos a partir de los datos disponibles 1991-2012.

Balnearios/Años	1991	1993	1995	1996	1997	1998	1999	2001	2002	2003
Balneario de Lugo	-	-	-	-	-	469.763	527.929	482.210	578.871	677.468
Balneario de Mondariz	-	-	236.324	219.315	1.613.405	-	-	5.238.506	6.040.779	6.040.779
Baños Viejos de Carballo	-	-	59.474	99.148	698.100	-	990.059	1.034.534	1.072.344	1.102.059
La Toja	662.925	712.469	949.646	1.003.438	6.387.527	8.657.062	11.136.538	12.814.966	16.702.529	17.004.233
Hotel Balneario Aguas Santas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hotel Balneario Compostela	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Balnearios y Termas de Lugo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Balneario de Arnoya	-	-	-	-	747.545	1.189.054	-	-	1.501.340	1.581.192
Balneario Caldelas de Tuy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	393.067
Balneario de Molgas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Balneario del Atlántico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.145.475
Balneario do Tremo	-	-	-	-	-	2.421.195	4.705.168	-	-	-
Gran B. de Aguas Minero Mededicinales	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.156.027
Proindocar Balneario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	662.925	712.469	949.646	1.321.901	9.446.577	12.737.074	17.359.694	19.570.216	25.895.863	30.100.300
Balnearios/Años	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Balneario de Lugo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Balneario de Mondariz	6.205.786	7.034.518	7.745.307	7.710.017	6.354.094	6.092.406	6.132.209	5.951.985	5.248.667	
Baños Viejos de Carballo	1.379.461	1.383.651	1.364.292	1.468.605	1.533.073	1.566.892	1.553.120	-	1.404.147	
La Toja	4.691.183	3.046.890	3.791.523	4.098.228	4.278.103	7.829.666	8.051.436	7.486.514	5.307.632	
Hotel Balneario Aguas Santas	-	-	1.025.913	2.943.008	2.367.708	1.551.263	2.278.454	-	-	
Hotel Balneario Compostela	-	1.293.429	1.445.543	1.465.258	1.423.705	1.833.294	2.026.686	1.779.249	1.655.474	
Balnearios y Termas de Lugo	-	1.404.517	1.294.268	1.383.669	1.484.018	1.499.117	1.470.103	1.366.195	1.202.955	
Balneario de Arnoya	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Balneario Caldelas de Tuy	396.618	-	-	-	506.318	588.127	604.277	607.912	581.894	
Balneario de Molgas	-	-	-	-	-	-	1.054.873	904.707	803.322	
Balneario del Atlántico	3.634.093	3.816.869	3.951.195	1.221.939	830.471	782.438	657.977	569.151	-	
Balneario do Tremo	2.438.776	-	-	-	-	331.299	332.285	-	-	
Gran B. de Aguas Minero Mededicinales	2.584.169	3.081.926	3.020.096	-	2.717.837	3.376.462	3.769.683	2.783.071	-	
Proindocar Balneario	-	496.604	-	-	-	1.404.715	661.265	-	-	
TOTAL	21.330.086	21.558.404	23.638.137	20.290.724	21.495.327	26.855.679	28.592.368	21.448.784	16.204.091	

Fuente: Elaboración propia a partir de las publicaciones periódicas de ARDAN.

Cuadro A-3: Evolución detallada de la oferta de plazas hoteleras en los Balnearios de Galicia (1998-2014).

Balneario/Año	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2010	2014
Acuña	108	108	108	108	108	Cerrado	124	124
Arnoia	50	100	100	100	100	100	100	100
Brea	40	68	68	68	68	68	68	86
Carballo	76	114	114	114	114	114	114	114
Compostela	-	-	-	-	118	118	118	118
Cuntis	154	160	160	196	36	196	196	196
Dávila	47	47	47	47	47	47	47	47
Guitiriz	-	-	-	206	206	206	206	206
La Toja	404	404	404	404	404	404	404	404
Isla de la Toja	-	-	200	208	208	208	208	208
Laias	-	-	200	200	200	200	200	200
Lobios	-	-	-	188	188	188	188	188
Lugo	81	81	126	126	126	126	126	126
Molgas	50	50	50	50	50	50	50	50
Mondariz	130	292	292	292	388	388	388	388
Caldelas de Tui	51	51	51	51	51	51	51	51
Resto	50	-	-	96	96	306	306	306
TOTAL	1.241	1.475	1.920	2.454	2.508	2.770	2.894	2.912

Fuente: Asociación de Balnearios de Galicia