



La sostenibilidad turística: el turismo de interior, Ourense  
Sustainable tourism: inland tourism in Ourense

Eladio Jardón Ferreiro

Instituto Internacional de Marketing y Comunicación

[xirdonbaltar@hotmail.com](mailto:xirdonbaltar@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-6183-360X>

Manuel Octavio del Campo Villares

Universidad de A Coruña

[moctadcv@udc.es](mailto:moctadcv@udc.es)

<https://orcid.org/0000-0002-0839-9154>

Vanessa Miguéns-Refojo

Universidad de Santiago de Compostela

[Vanessa.miguens@uam.es](mailto:Vanessa.miguens@uam.es)

<https://orcid.org/0000-0002-1467-8299>

Recibido/Received: 17-01-2021

Aceptado/Accepted: 11-02-2021

**RESUMEN:**

El desarrollo del turismo en los últimos años se caracteriza por una máxima diversidad en todas sus facetas. Las alternativas turísticas aumentan en perspectiva geográfica, temporal o modalidad turística adoptada. El objetivo de este trabajo es el estudio de un turismo alternativo, el turismo de interior visto en perspectiva de sostenibilidad endógena, donde aspectos como la oferta cultural, la gastronomía, el medioambiente, la naturaleza o la etnografía en general tienen un papel clave. Por ello se estudió el caso de Ourense, única provincia completamente de interior de Galicia. El estudio se inicia con el detalle de su oferta turística, en clave espacial y temporal lo que facilitó su caracterización. Sus rasgos definitorios son: diversidad espacial, reducida estacionalidad, flexibilidad en términos de edad, estructura familiar o precios. A continuación, se analizó su demanda turística: número de visitantes, pernoctaciones y estancia media, para lo que se efectuó un análisis de crecimiento, correlación y regresión temporal en términos comparados Galicia vs Ourense, al que se unió un estudio de estacionalidad del turismo extranjero. Ello permitió la puesta en relación de variables cuantitativas turísticas con la caracterización obtenida, dando como resultado la identificación de un efecto directo y positivo en clave de demanda turística derivado de la sostenibilidad explícita que ofrece el medio etnográfico, natural y social de Ourense y que, además, el futuro más próximo parece corroborar.

*Palabras clave:* estacionalidad, gastronomía, sostenibilidad, termalismo, turismo de interior

**ABSTRACT:**

Tourism development in recent years has been characterised by the diversification and expansion of the sector in all aspects of its activity. The aim of this study is to examine the inland tourism

phenomenon as an endogenously sustainable alternative, in which culture, gastronomy, environment, nature and ethnography represent key components of the tourist experience. The study focuses on the case of Ourense, the only Galician province without a coastline. The analysis begins by detailing the main features of inland tourism in Ourense: spatial diversity, reduced seasonality, flexibility in terms of age, family structure and price. Tourism demand is assessed in terms of the number of visitors, number of overnight stays and average length of stay, with comparative analysis of growth, correlation and temporal regression between Ourense and Galicia as a whole, and additional analysis of seasonality in relation to foreign tourism. The quantitative comparison of tourism variables reveals a direct, positive correlation between tourism demand and the explicit message and example of sustainability offered by the ethnographic, natural and social environment of Ourense.

*Keywords:* seasonality, gastronomy, sustainability, hydrotherapy, inland tourism

#### CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/ HOW TO CITE THIS ARTICLE

Jardón Ferreiro, Eladio, del Campo Villares, Manuel Octavio y Miguéns-Refojo, Vanessa (2022). La sostenibilidad turística: el turismo de interior, Ourense. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 16(1). 165-185 <https://doi.org/10.17979/rotur.2022.15.1.7411>

### I. INTRODUCCIÓN

La concepción del turismo como fenómeno económico y social experimentó un continuo crecimiento y transformación en los últimos años, donde poco tiene que ver con el concepto fordista o tradicional de los años 60-80. Si en décadas pasadas la oferta estaba estandarizada en destinos de sol y playa con un consumidor homogéneo cuya renta disponible crecía regularmente, el turismo moderno se vincula al desarrollo socioeconómico global, abarcando un número creciente de destinos y donde el turista interactúa con las empresas de forma totalmente nueva, mediante la tecnificación.

De hecho, el uso de las nuevas tecnologías es un elemento diferenciador en la concepción actual del turismo. La planificación y personalización de paquetes turísticos y el acceso a múltiples plataformas virtuales que permiten un conocimiento inmediato del consumidor acerca de múltiples destinos, son elementos clave a la hora de elaborar cualquier estrategia destinada a la captación de nuevos visitantes (Aranda y Combariza, 2007; Jiménez y San Eugenio, 2009).

### II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

La tendencia a la diversificación y especialización del turismo hace que la lista de recursos turísticos se multiplique. Los viajeros demandan además de ocio y el descanso tradicional, nuevas experiencias enriquecedoras y de calidad que se traducen en el aumento del interés por el turismo alternativo (Pérez, 2010; Moral et al, 2019; Cors, 2020). Todas sus variantes crecieron de forma exponencial en los últimos años: turismo cultural, rural, turismo activo, de proximidad o de salud. En ocasiones, esta oferta alternativa sirve de complemento a las vacaciones de ocio y playa, pero en otras son opciones autónomas donde el viajero tiene en cuenta nuevos factores a la hora de planificar su viaje. Ante esta situación, son muchos los territorios que optimizaron sus recursos para convertirlos en atractivos turísticos y mejorar su posicionamiento en el sector (Kotler, 2004; Hosany et al, 2006; Tello, 2014). Este es el ámbito donde se sitúa este trabajo: la potenciación de la capacidad turística alternativa mediante el uso adecuado del medio y los

recursos propios en territorios abiertos de la España interior, concretamente, el caso de la provincia de Ourense.

En el ámbito internacional, el turismo es uno de los actores principales del comercio (Kotler, 2004). Proporciona una vía de crecimiento sostenido para los países en desarrollo y su expansión en países industrializados y desarrollados repercute positivamente en otros sectores como el tecnológico, los transportes o la agricultura, tanto en términos económicos como de empleo (Aranda y Combariza, 2007; Cors, 2020) y los efectos de la multicolinealidad del turismo son incontables (Pérez, 2010).

El sector turístico es de capital importancia para la economía nacional, siendo hasta 2019 el que más crecía y más empleo generaba (IET, 2014-2019). Durante el año 2019 España registró cifras récord de turistas internacionales, con más de 83,7 millones de turistas, un 1,1% más que el año anterior (INE, 2020b). Además, se registraron 92.278 millones de euros de gasto (IET, 2014-2019), un 2,8% más que en 2018 (INE, 2019).

Los veranos de 2018 y 2019 se cerraron con un balance turístico excepcional, con un notable aumento en la facturación y la creación de empleo. Este aumento fue en parte motivado por la presencia de turistas prestados por otros destinos turísticos por su inestabilidad sociopolítica: Mediterráneo Oriental y determinados países centro y sudamericanos. Además, la aportación socio-laboral del sector turístico se situó en máximos por encima incluso de sectores clave como la construcción o el comercio (Jardón, 2020).

El principal destino turístico elegido por los visitantes que llegan a nuestro país es Cataluña, siendo Barcelona la principal ciudad receptora, seguida de las Islas Baleares, Canarias y Andalucía. Dentro del ámbito autonómico de Galicia, el turismo en 2019 creció en sus parámetros de demanda relevantes: viajeros y pernoctaciones (tablas 11, 13 y 16), situándose en 4,5 millones de visitantes y 9 millones de pernoctaciones (IGE, 2019). En cuanto a los datos absolutos, éstos muestran una mayor actividad en las zonas costeras, a excepción de fenómeno Jacobeo que posiciona a Santiago a la cabeza de la comunidad. Pese a ello, el análisis detallado de la tendencia turística a través de la serie temporal de visitantes en la última década recoge cambios en la demanda y un incipiente crecimiento de flujos turísticos en zonas del interior como Ourense y su provincia.

Ourense es la única provincia gallega completamente interior, considerada tradicionalmente como territorio de paso hacia zonas costeras y entrada principal a Galicia, vía terrestre, desde el resto de la península a través de Castilla y León y desde Portugal (Pérez-Alberti, 1986). Además, la finalización en los próximos años de las obras del AVE situará a la ciudad de Ourense en una posición privilegiada, siendo la primera ciudad gallega conectada con la meseta directamente. Esta infraestructura tiene un efecto positivo en cuanto a afluencia de personas respecto a las ciudades de su entorno próximo (H2O Magazine, 2019; Cors 2020).

Desde el punto de vista turístico, Ourense cuenta con una infraestructura en desarrollo si se compara con otras zonas consolidadas en clave turística. A pesar de ello, en los últimos años el sector evolucionó favorablemente viendo mejorar sus cifras ampliamente en el bienio 2018-2019 (IGE, 2019). Ante las nuevas tendencias en la demanda, Ourense y su provincia ofrecen una amplia y rica oferta de recursos turísticos y otros muchos con potencial para serlo (Pérez-Alberti, 1986; Cámara 2008-2019; Jardón, 2020).

En esta línea, el desarrollo de estrategias amparadas en la diferenciación, desestacionalización y proximidad contribuyeron al aumento del turismo nacional e internacional (Jiménez y San Eugenio, 2009; Cors, 2020). El turismo de salud, en concreto el turismo termal, así como toda la industria creada al amparo de las sugerencias termales, posiciona Ourense como un referente

en este ámbito (Crecentre Asociados, 2014). El turismo activo, cultural o de naturaleza ofrece también múltiples posibilidades a lo largo de su territorio. Además, se beneficia de la iniciativa social turística que encuentra en el turismo de interior unas condiciones mucho más favorables para su desarrollo respecto al urbano o tradicional de sol y playa (Tello, 2014; Moral et al, 2019)

Esta riqueza y variedad se traduce en reclamos histórico-artísticos y naturales, situados tanto en la capital de la provincia como en la pequeña aldea (lugares de interés paisajístico, villas históricas, excavaciones arqueológicas o monumentos declarados BIC). También la cultura popular, el folclore, las fiestas o la gastronomía son atractivos de gran tradición (Pérez, 2010; Di Clemente et al., 2014; Tello, 2014). El turismo enológico tiene en Ourense un gran aliado, pues su provincia concentra cuatro de las cinco denominaciones de origen (DO) gallegas.

### **III. METODOLOGÍA**

El objetivo es evaluar la capacidad turística alternativa mediante la explotación de todos los recursos endógenos disponibles en territorios abiertos del interior peninsular no urbano, a través del caso de la provincia de Ourense, identificándola como ejemplo de turismo de interior sostenible.

Tras la introducción y la revisión de la literatura, se incluye un apartado donde se describe y caracteriza la oferta turística ourensana, acompañado de un estudio de la distribución turística territorial mediante el uso de los geodestinos provinciales; análisis que respectivamente profundiza en la dispersión interanual y espacial de la oferta turística provincial.

A continuación, y mediante la aplicación de técnicas de estadística descriptiva, se analizan los datos cuantitativos dispuestos (visitantes, estancia y procedencia). Esto permite poner el énfasis tanto en el estudio de la estacionalidad que muestra el turismo ourensano (empleando para ello el análisis de series temporales con medias móviles), como en la capacidad de atracción intrínseca de la provincia de Ourense. Para ello se relaciona la demanda turística observada (nº de turistas) con la variable tiempo, a través del estudio de regresión y correlación entre ambas variables.

### **IV. ANTECEDENTES: CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE OURENSE**

#### **Termalismo**

El turismo de salud tiene en la provincia de Ourense su mayor representante (Crecentre Asociados, 2014; Jardón, 2020). Solo la ciudad de Ourense cuenta con más de 70 sugerencias termales con un caudal superior a 3 millones de litros diarios, cantidad en Europa solo superada por Budapest (H2O Magazine, 2019).

Las aguas termales de Ourense tienen un elevado potencial para su explotación, tanto por sus beneficios para la salud como a través de trabajos de investigación en colaboración con la Universidad o la celebración de ferias internacionales.

En 2009 Ourense pasó a ser una de las seis ciudades fundadoras de la EHTTA (European Historic Thermal Towns Association), órgano europeo que agrupa a las ciudades con patrimonio termal para salvaguardar y poner en valor este recurso. Uno de sus logros fue el reconocimiento en 2010 por el Consejo de Europa de un Itinerario Europeo de Ciudades y Patrimonio Termal, del cual Ourense es la única representante española (EHTTA, 2019).

La ciudad de Ourense cuenta con múltiples recursos de interés turístico ligados al termalismo entre los que destacan:

- El conjunto de “**Las Burgas**” (fuentes declaradas Conjunto Histórico-Artístico en 1975 y en 2007, Bienes de Interés Cultural).
- La **Estación termal** (piscina al aire libre con 200 m<sup>2</sup> de terraza para baños de sol).
- El **Centro de interpretación** (dedicado a la investigación y divulgación del patrimonio arqueológico-termal).

Además, Ourense cuenta con la Ruta termal del Miño a lado del centro urbano y cinco kilómetros de ruta peatonal bordeando el río (donde hay siete instalaciones termales: A Chavasqueira, Estación Termal A Chavasqueira, Fuente de O Tinteiro, Fuente de Reza, Termas de Muíño da Veiga, Estación Termal de Outariz - Termas de Outariz y Burga de Canedo).

Ourense cuenta con modernas instalaciones termo-lúdicas de inspiración japonesa, pozas e innovadoras piscinas, pero también con una amplia red de construcciones orientadas al termalismo (H2O Magazine, 2019): 4 Hoteles-balneario; 4 Balenarios; 4 Nuevos complejos termales; y 5 Fuentes en uso.

El turismo termal es una apuesta de futuro por su relación con los conceptos de salud, belleza y bienestar. En este sentido, la provincia de Ourense y su capital (Crecentre Asociados, 2014) cuentan con interés histórico, termalismo urbano y de naturaleza, destino no estacional, accesibilidad, precios asequibles y una amplia oferta ocio-turística.

El **interés histórico** viene determinado por la historia de Ourense, la cual está vinculada a sus aguas termales, pues muchos historiadores consideran Las Burgas el origen de la ciudad (Siente Galicia, 2019). Los restos arqueológicos encontrados en sus inmediaciones constatan una tradición termal de más de 2000 años y los primeros pobladores romanos la denominaron Aquis Auriensis, haciendo referencia al oro de la cuenca del río Miño. Durante siglos fue centro de ocio, curación y culto acudiendo gentes en peregrinación.

En el Imperio romano era habitual la construcción de salas a temperaturas diversas y progresivas (caldarium, frigidarium y natatio) y otras adyacentes con servicios para el cuidado e higiene personal (Hernández et al., 2010). La calefacción se obtenía a través del hipocausto, sistema típicamente romano que conducía el vapor y el agua caliente por túneles bajo suelo. El establecimiento se mantendría activo hasta el siglo III d.C. y tras una época de silencio, en el siglo XIII se constata nuevamente su actividad. Durante la Edad Media la iglesia protegió estos manantiales y la continuidad de su uso vinculado al Camino de Santiago.

Otro ejemplo del vínculo entre termalismo y Ourense son los baños de Bande, en el pantano de As Conchas. Su proximidad al yacimiento de Aquis Querquennis, campamento militar romano en la Vía XVIII, sugiere que fueron aprovechadas también en este caso (EHTTA, 2019).

El **termalismo urbano y de naturaleza** se centra en fuentes, especialmente Las Burgas, situadas en el casco viejo de la ciudad, donde los bañistas pueden disfrutar de la mayor piscina termal urbana. También existen otros muchos manantiales termales que se integran en entornos naturales adaptados al baño mediante pozas y piscinas. Las pozas termales de Bande, son un ejemplo de la simbiosis entre termalismo y naturaleza.

Por otro lado, Ourense termal representa un **destino no estacional**, el turismo termal le aporta atractivo turístico en cualquier época del año (H2O Magazine, 2019). Su disfrute no se ciñe a la época estival, como ocurre con otros destinos, su funcionamiento es continuo y no condicionado

por factores climáticos. El impulso de los recursos termales dio lugar a trabajos de adaptación y aparcamiento en muchos de sus puntos de referencia, mejorando su **accesibilidad**.

Otra ventaja de Ourense termal como foco de atracción turística son sus **precios asequibles** para todos los públicos, pues muchas de sus instalaciones son gratuitas (piscina de Las Burgas o las pozas ubicadas en las riberas del Miño) y otras (Outariz y A Chavasqueira) tienen precios reducidos. También existen balnearios y hoteles-balneario cuyos precios están condicionados a su carta de tratamientos y actividades. Actualmente, el termalismo ourense cuenta con una serie de descuentos y promociones enfocadas a diferentes públicos, como es el caso del IMSERSO o el termalismo social (Deputación de Ourense, 2020).

Además, Ourense cuenta con una amplia **oferta complementaria ocio-turística**. En el ámbito urbano existe una gran oferta de servicios de hostelería, museos, eventos culturales o visitas monumentales, pero también hay multitud de zonas rurales y espacios naturales con actividades o para disfrutar por cuenta propia (Jardón, 2020).

### **La Ribeira Sacra candidata a Patrimonio de la Humanidad**

Actualmente, se intenta impulsar la candidatura para reconocer la Ribeira Sacra como Patrimonio de la Humanidad, distinción que en Galicia poseen la Torre de Hércules (2009), la Muralla de Lugo (2000), los Caminos de Santiago (1993) y el casco histórico de Santiago de Compostela (1985). La Ribeira Sacra comprende la zona norte de la provincia de Ourense y el sur de Lugo y abarca una veintena de municipios. Su angosta y complicada orografía, acumulando grandes desniveles en torno a los ríos Sil y Miño, hacen de su entorno natural un paisaje único. El río Sil discurre encajonado entre montañas formando los conocidos “Cañones de Sil” antes de su desembocadura. Además, el paisaje fue transformado por el hombre mediante el cultivo de viñedos en bancales empinados y la construcción de embalses como el de Santo Estevo o San Pedro.

La Ribeira Sacra tiene una gran biodiversidad con clima atlántico-continental en las provincias de Lugo y Ourense que propicia la abundancia de castaños, robles y brezos. La influencia del microclima de los Cañones del Sil permite variedades propias del clima mediterráneo (alcornoques, naranjos u olivos).

El sector turístico de la zona se expandió en la última década gracias a la recuperación del patrimonio histórico-artístico y al turismo rural atraído por la tranquilidad y el valor paisajístico (Siente Galicia, 2019; Jardón 2020). Su oferta turística gira en torno al turismo activo, rural, cultural y enológico. Las rutas fluviales se combinan con rutas terrestres de senderismo y bicicleta. Existen además casi 50 miradores con vistas panorámicas sobre los cañones. El románico es otro de sus reclamos, pues alberga la mayor concentración de arquitectura románica de Europa.

Por último, el sector vitivinícola es otro elemento clave en el panorama turístico de la Ribeira Sacra. Hablar de sus vinos es hablar de una denominación de origen consolidada formada por multitud de bodegas, muchas de ellas de renombre.

### **El Camino de Santiago**

El Camino de Santiago está formado por todas las rutas reconocidas documentalmente de las que se puede atestiguar su uso como rutas de peregrinación. La ley del patrimonio cultural de Galicia recoge las principales rutas de los Caminos de Santiago: el Camino Francés o del Norte, Camino Primitivo, Camino Inglés, Camino de Finisterre y Muxía, Camino Portugués, Vía de La

Plata o Camino Mozárabe y el Camino de Invierno (Ley 5/2016, de 4 de mayo, del patrimonio cultural de Galicia). El Camino Francés cuenta con la declaración de Patrimonio de la Humanidad desde 1993 y es un BIC. El resto de rutas tienen la consideración de bienes catalogados como territorios históricos, sin perjuicio de que por acuerdo unánime de los ayuntamientos por donde transcurren, soliciten su declaración como BIC.

La provincia de Ourense también es testigo de la continua afluencia de peregrinos a Compostela, pues su territorio es surcado por dos itinerarios Jacobeos: el Camino Sanabrés o Mozárabe y el llamado Camino de Invierno.

El **Camino Sanabrés** parte de la Vía de la Plata (Sevilla-Astorga). El peregrino, a la altura de Zamora (Granja Moreruela), puede continuar por la Vía de la Plata hasta Astorga para luego tomar el Camino Francés, o desviarse hacia Ourense. Este Camino discurre por tierras de Zamora, entra en Galicia por A Gudiña y llega a Ourense ciudad, luego se adentra en la provincia de Pontevedra y por último en la de A Coruña para llegar a Santiago de Compostela. A lo largo de su recorrido, como muestra la tabla 1, cuenta con 9 albergues públicos a disposición del peregrino durante la ruta.

Tabla 1. Red Pública de Albergues del Camino de Santiago en Ourense

Municipio	Albergue_Peregrinos	Nº_Plazas
<b>A Gudiña</b>	Albergue de A Gudiña	36
<b>Laza</b>	Albergue de Laza	36
<b>Vilar de Barrio</b>	Albergue de Vilar de Barrio	24
<b>Xunqueira de Ambía</b>	Albergue de Xunqueira-Ambía	24
<b>Ourense</b>	Albergue de Ourense	46
<b>Verín</b>	Albergue “Casa do Asistente”	18
<b>Trasmirás</b>	Albergue de Vilarderrei	30
<b>Sandiás</b>	Albergue de Sandiás	24
<b>San Cristovo de Cea</b>	Albergue “Casa das Netas”	42

Fuente: elaboración propia.

El **Camino de Invierno** es una ruta alternativa al Camino Francés para entrar en Galicia evitando ascender las cumbres nevadas de O Cebreiro en invierno. Esta ruta sigue las cotas bajas de la cuenca del Río Sil y comienza en la ciudad de Ponferrada (León) dirección Galicia (provincia de Ourense). Su trazado se remonta a una Vía romana que unía la explotación aurífera de Las Médulas (Patrimonio de la Humanidad, 1997) con la Vía XVIII del Itinerario Antonino. El Camino entra en Galicia siguiendo la cuenca del Río Sil, dejando atrás la Serra da Enciña da Lastra (Itinerario Cultura-2000) hasta Valdeorras. A continuación, se adentra en la Ribeira Sacra (IC-2004) para contemplar los Cañones de Sil desde sus miradores. La ruta asciende hacia la sierra de O Faro y tras cruzar las tierras del Deza, se une al Camino del Sudeste. Esta ruta cuenta con 3 albergues (tabla 2).

Tabla 2. Albergues del Camino Francés, provincia de Ourense

Municipio	Albergue_Peregrinos	Nº_Plazas
<b>O Barco</b>	Albergue Municipal de Xagoaza	20
<b>Villamartín</b>	Albergue Municipal de Villamartín	30
<b>A Rúa</b>	Albergue privado “Casa da Solaina”	10

Fuente: elaboración propia.

### Patrimonio cultural

El patrimonio cultural de Galicia está integrado por bienes muebles, inmuebles o inmateriales que, por su valor (artístico, histórico, arquitectónico, arqueológico, paleontológico, etnológico, antropológico, científico o bibliográfico) se consideran de interés para su identidad, permanencia, y reconocimiento de la cultura gallega en el tiempo (Ley 5/2016, del patrimonio cultural de Galicia). Estos bienes podrán declararse Bienes de Interés Cultural (BIC) o bienes catalogados.

- Los **BIC** son bienes y/o manifestaciones inmateriales que, por su carácter singular y dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma, sean declarados como tales por ley o decreto del Consello da Xunta de Galicia.
- Son **Bienes Catalogados** aquellos bienes y manifestaciones inmateriales no declarados BIC que, por su notable valor cultural, son incluidos en el Catálogo del Patrimonio Cultural de Galicia.

Se entiende por turismo cultural al conjunto de actividades que se realizan en contacto directo con el patrimonio, material o inmaterial de un territorio. En los últimos años este tipo de turismo creció notablemente debido al aumento de la demanda turística hacia la visita de monumentos, museos y espacios culturales; y el surgimiento de iniciativas sociales dirigidas a recuperar, poner en valor y utilizar el patrimonio como recurso económico (Pérez, 2010; Tello, 2014).

En este sentido, Ourense cuenta con un amplio patrimonio cultural de gran riqueza (tabla 3). Además, recientemente se acondicionaron multitud de infraestructuras para facilitar la difusión y promoción del patrimonio a las personas que lo visitan (Jardón, 2020). Muchos de estos equipamientos son pequeños museos y algunas localidades aglutinan varios como es el caso de Allariz que con cuatro museos se sitúa a la cabeza dentro del turismo cultural rural.

Tabla 3. Museos, provincia de Ourense

Museo	Localidad
<b>Casa-museo Otero Pedrayo</b>	Amoeiro
<b>Museo Iconográfico de Arte Sacro (MIAS)</b>	Allariz
<b>Museo Arqueológico provincial de Ourense</b>	Ourense
<b>Museo Catedralicio de Ourense</b>	Ourense
<b>Museo de Arte Sacro de Santa Clara</b>	Allariz
<b>Museo Etnográfico “Olimpio Liste”</b>	San Cristovo de Cea
<b>Museo Etnográfico de A Limia</b>	Vilar de Santos
<b>Museo gallego del juguete</b>	Allariz
<b>Museo Municipal de Ourense</b>	Ourense
<b>Parque Etnográfico Río Arnoia</b>	Allariz

Fuente: elaboración propia.

Los museos y demás espacios culturales se encuentran tanto en centros urbanos como esparcidos por la geografía rural (tablas 3 y 4). Un recorrido por ellos permite el conocimiento directo de la historia de estas tierras desde la antigüedad hasta nuestros días. El arte sacro tiene un gran protagonismo y puede contemplarse en la infinidad de iglesias y demás edificios

religiosos de la provincia. También la vida cotidiana y los oficios forman parte de las colecciones que albergan muchos pequeños núcleos ligadas a la tradición.

Tabla 4. Centros Arqueológicos y de Interpretación, provincia de Ourense

<b>Centro</b>	<b>Localidad</b>
<b>Parque Arqueológico de la Cultura Castreña (PACC)</b>	San Cibrao de Las
<b>Centro Arqueológico de Aquis Querquennis</b>	Bande
<b>Centro de Interpretación de As Burgas</b>	Ourense
<b>Centro de Interpretación de la Ribeira Sacra</b>	San Pedro de Rocas, Esgos

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Xunta de Galicia (2020).

### **Montaña y naturaleza**

El turismo de montaña, con sus variantes de naturaleza y turismo activo, se ha convertido en aliado perfecto de la oferta turística de interior (Moral et al, 2019) al permitir compatibilizar cualquier tipo de visita con vacaciones de ocio y desconexión.

Ourense ofrece una ruda orografía debido a la sucesión de elevaciones de baja y media altura entre las que discurren los cauces fluviales del Miño, el Sil y sus afluentes. En este ámbito, cabe destacar que Ourense cuenta con la única estación invernal de esquí de Galicia (Cabeza de Manzaneda) y el punto más alto de la comunidad (Peña Trevinca), con 2.000 metros de altitud.

Además, A Veiga y Trevinca representan destinos astronómicos únicos que cuentan con la certificación de Startlight junto a otros trece puntos en todo el planeta. Esta declaración, apoyada por la UNESCO, la Unión Astronómica Mundial y la Organización mundial del turismo, acredita a los espacios que la poseen una buena calidad del firmamento como parte de su patrimonio natural, paisajístico, cultural o científico.

### **Tierra de vinos**

La cultura del vino cuenta con una larga tradición en Ourense que se remonta a la llegada de los romanos y la posterior expansión con el asentamiento de instituciones monásticas en el medievo. Conscientes de la importancia que está adquiriendo el enoturismo, las comarcas rurales vinícolas apuestan por esta actividad entre sus estrategias de desarrollo socioeconómico (Pérez, 2010). Esta nueva fuente de ingresos generada desde el turismo alternativo no sólo complementa las rentas tradicionales, también facilita el desarrollo de un sector paralelo hacia otras actividades productivas locales como la hostelería, comercio o artesanía; sus ventajas competitivas en el marco del desarrollo territorial son considerables (Cors, 2020).

El mundo del vino, muy relacionado con la gastronomía, incrementa el número de seguidores año tras año. La experiencia enoturista, aunque ofrece múltiples variantes, se centra en la visita a la bodega donde se ofrece una explicación acompañada de una cata o degustación de vinos con posibilidad de maridaje gastronómico. La visita a los viñedos y demás espacios relacionados con la producción o cultura del vino es otro componente de esa oferta.

Ourense concentra una gran riqueza vitivinícola en todo su territorio. El auge del sector, con una clara repercusión en el turismo, propició la apertura de nuevas y modernas instalaciones, así como el incremento de la inversión extranjera y las exportaciones hacia nuevos mercados. De las cinco DO de vino gallegas, cuatro se encuentran en Ourense, con sus respectivas rutas del vino:

- **Ribeiro:** DO desde 1932, la más antigua de las DO gallegas. Comprende la comarca del mismo nombre a lo largo de las riberas del Miño y sus afluentes (Avia, Arnoia y Barbantiño), próxima a la ciudad de Ourense. Ocupa 2.800 hectáreas y suelo de origen granítico, donde la uva más característica es la treixadura.
- **Ribeira sacra:** DO desde 1997, su producción ocupa unas 2.500 hectáreas. Muy conocida por sus viñedos en bancales, ocupando las empinadas terrazas de los Ríos Sil y Miño en el sur de la provincia de Lugo y norte de Ourense. Esta complicada orografía obliga a recolectar la uva de forma artesanal, la denominada viticultura heroica. Su producción se orienta a los tintos, en especial al Mencía.
- **Valdeorras:** nacida en 1945, ocupa 1.300 hectáreas en las tierras más al este de la comunidad, en las cuencas de los ríos Xares, Sil y Bibei. Se caracteriza por un clima más seco que el resto de Galicia. Los suelos son variados, pizarrosos, pasando por los graníticos, hasta los que se asientan sobre sedimentos y terrazas. Su vino más emblemático es el blanco de Godello.
- **Monterrei:** DO desde 1996, con una extensión de 470 hectáreas. Geográficamente situada al sureste de la provincia, cerca de la frontera con Portugal, su producción se extiende por el valle del Támega. Con un clima mediterráneo templado con tendencia continental, presenta suelos arcillosos, granítico-arenosos y pizarrosos. Elabora vinos blancos (mediante la uva godello y treixadura) como tintos (Mencía).

### Gastronomía

Si algo caracteriza a Galicia, en lo que a gastronomía se refiere, es el buen comer unido a la abundancia, más precios asequibles. La buena relación calidad-precio-cantidad, así como la variedad de productos, es de sobra conocida por la mayoría de turistas que la visitan.

Un elemento estrella dentro de la oferta turística ourensana es su riqueza gastronómica, conformando el complemento ideal de cualquier visita a la provincia. La gastronomía ourensana se basa en los productos de la huerta, la ganadería, la caza (perdices, conejos o jabalí) y los pescados de río (trucha, anguila, salmones y lamprea). Algunos platos típicos son el lacón con grelos, el cocido gallego, las empanadas, el cabrito asado, anguila frita, la lamprea en salsa... A pesar de ser una provincia interior, el pulpo á feira es plato típico en la zona de O Carballiño, cuya introducción se vincula a los monjes del Monasterio de Oseira.

Para acompañar cualquier plato en Ourense cuenta con el pan de Cea, con DO desde el año 2004, que agrupa 18 hornos del ayuntamiento de San Cristovo de Cea. Los orígenes de esta tradición panadera están unidos al monasterio de Oseira y al paso de peregrinos hacia Santiago, que durante la Edad Media encontraban aquí hospitalidad.

También destacan los pimientos de Arnoia, originarios de la localidad del mismo nombre en el valle do Ribeiro, con indicación geográfica protegida desde 2009. También son indicación geográfica protegida las patatas de A Limia y la miel (de castaño, brezo, silva, milflores...).

En cuanto a los postres, cada pueblo tiene su joya repostera (la torta de Allariz, las cañas fritas de Cerviño, las roscas de yema de Ribadavia o las bicas de Trives y Castro Caldelas). Cabe una mención aparte para la castaña que, aunque su indicación geográfica engloba toda Galicia, en la cocina ourensana ocupa un lugar de honor en el capítulo de postres, la ciudad es principal productor y exportador del delicado marron glacé. El aguardiente, preparado a partir de la destilación de orujos y lías de la vendimia, es una receta ancestral mundialmente reconocida; e imprescindibles son sus elaborados: el licor de hierbas o el licor café, un clásico de Ourense.

Dada su relevancia, la gastronomía es la gran protagonista en muchas de las festividades que durante el año recorren Galicia (tablas 5 y 6).

Tabla 5. Principales Eventos Gastronómicos Ourensanos de Interés Turístico

<b>Denominación</b>	<b>Municipio</b>	<b>Geodestino</b>	<b>Fecha</b>
<b>Festa do Botelo</b>	O Barco	Manzaneda-Trevinca	Enero
<b>Festa da Androlla</b>	Viana do Bolo	Verín-Viana	Febrero
<b>Festa do Peixe</b>	Bande	Celanova-Limia	Mayo
<b>Festa exaltación Pan de Cea</b>	San Cristovo de Cea	O Ribeiro	Julio
<b>Festa do Pemento</b>	Arnoia	O Ribeiro	Agosto
<b>Festa do Pemento</b>	Oimbra	Verín-Viana	Agosto
<b>Festa do Polbo</b>	O Carballiño	O Ribeiro	Agosto
<b>Festa da Castaña e do Cogumelo</b>	Riós	Verín-Viana	Noviembre
<b>Festa do Magosto</b>	Ourense	Ourense-Allariz	Noviembre

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Xunta de Galicia (2020).

Además de promocionar los productos de la tierra, estas muestras suelen ir acompañadas de degustaciones y comidas populares donde se mezcla el ambiente festivo, la buena comida y la cultura popular, atractivos que permiten una mayor integración del turista (Pérez, 2010; Jardón, 2020). Ello convierte el turismo de proximidad en un ingrediente clave de la oferta turística ourensana.

Tabla 6. Otras Ferias Gastronómicas y Enoturísticas ourensanas

<b>Denominación</b>	<b>Municipio</b>	<b>Geodestino</b>	<b>Fecha</b>
<b>Festa do Codillo</b>	A Rúa	Manzaneda-Trevinca	Enero
<b>Feria del vino de O Ribeiro</b>	Ribadavia	O Ribeiro	Abril
<b>Festa da Bica</b>	Trives	Manzaneda-Trevinca	Junio
<b>Feria del vino de Valdeorras</b>	O Barco	Manzaneda-Trevinca	Julio
<b>Festa da carne o caldeiro</b>	A Peroxa	Ribeira Sacra	Agosto
<b>Feria del vino de Monterrei</b>	Verín	Verín-Viana	Agosto
<b>Feria doce amendrado de Melindre</b>	Allariz	Ourense-Allariz	Septiembre
<b>Feira da carne</b>	Montederramo	Ribeira Sacra	Octubre
<b>Festa da pataca da Limia</b>	Vilar de Barrio	Celanova-Límia	Octubre
<b>Feira do Outono</b>	Allariz	Ourense-Allariz	Noviembre
<b>Festa do vino novo de Cabanelas</b>	O Carballiño	O Ribeiro	Noviembre
<b>Festa do pan Baixa-Límia</b>	Bande	Celanova-Límia	Diciembre

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Xunta de Galicia (2020).

### Agenda cultural

La popularidad de las fiestas gallegas trasciende sus fronteras. Originalidad, tradición y cultura son conceptos que definen sus celebraciones de carácter eminentemente local. Ourense ofrece durante todo el año un amplio calendario de festividades (tabla 7). Junto a estas fiestas gastronómicas y aunque la comida es siempre un componente básico de cualquier fiesta en Galicia, coexisten festividades religiosas, las relacionadas con las estaciones del año y labores agrícolas, las inspiradas en hechos históricos y el Carnaval o Entroido (el evento más popular

del invierno ourensano, siendo los terceros más reconocidos de España). La riqueza cultural y su valor etnográfico hicieron posible su catalogación como fiesta de interés turístico, donde el visitante disfruta de uno de los carnavales más auténticos y tradicional de la península.

Tabla 7. Fiestas declaradas de Interés Turístico de Ourense

<b>Denominación</b>	<b>Municipio</b>	<b>Geodestino</b>	<b>Fecha</b>
<b>Entroido de Laza</b>	Laza	Verín-Viana	Enero-Feb.
<b>Entroido de Verín</b>	Verín	Verín-Viana	Enero-Feb.
<b>Entroido de Vilariño de Conso</b>	Vilariño de Conso	Verín-Viana	Enero-Feb.
<b>Folión tradicional Entroido de Manzaneda</b>	Manzaneda	Manzaneda-Trevisca	Enero-Feb.
<b>Entroido de Xinzo de Límia</b>	Xinzo de Límia	Celanova-Límia	Enero-Feb.
<b>Entroido dos Felos de Maceda</b>	Maceda	Ourense-Allaríz	Enero-Feb.
<b>Entroido de Viana do Bolo</b>	Viana do Bolo	Verín-Viana	Enero-Feb.
<b>Romaría Etnográfica Reigame de Vilanova</b>	Celanova	Celanova-Límia	Mayo
<b>Festa dos Maios</b>	Ourense	Ourense-Allaríz	Mayo
<b>Festa do Boi</b>	Allaríz	Ourense-Allaríz	Mayo
<b>Xuntanza Internacional de Gaiteiros</b>	Monterrei	Verín-Viana	Junio
<b>Festa da “Istoria”</b>	Ribadavia	O Ribeiro	Agosto
<b>Romaria da Saínza</b>	Rairíz de Veiga	Celanova-Límia	Septiembre

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Xunta de Galicia (2020).

Junto a estas festividades locales, coexisten una serie de ferias y muestras especializadas de alcance provincial, autonómico y hasta repercusión internacional (tabla 8). La mayoría en la capital, quien recibe multitud de visitantes, especialmente profesionales del sector de la muestra.

Tabla 8. Muestras y Ferias sectoriales o especializadas en Ourense

<b>Denominación</b>	<b>Municipio</b>	<b>Fecha</b>	<b>Descriptor</b>
<b>Funeral</b>	Ourense	Enero	Servicios y productos funerarios
<b>Muestra Oportunidad</b>	Ourense	Febrero	Mayor muestra comercial de Galicia
<b>Xantar</b>	Ourense	Marzo	Salón de agronomía y turismo
<b>Vinis Terrae</b>	Ourense	Abril	Salón de vinos y licores gallegos
<b>Muestra Internacional de Teatro</b>	Ribadavia	Julio	Mayor muestra de teatro de Galicia
<b>Trevinatio</b>	A Veiga	Julio	Ocio, conservación y naturaleza
<b>Termalia</b>	Ourense	Octubre	Única feria termal en la península
<b>IMAXE – Salón de Peluquería y Estética</b>	Ourense	Noviembre	Muestra de productos y equipamiento de peluquería y estética

<b>Feira Forestal e Agroalimentaria provincial Galisenior</b>	A Gudiña	Noviembre	Exposición y venta de maquinaria agroforestal y productos autóctonos
	Ourense	Noviembre	Salón gallego de personas mayores

Fuente: elaboración propia.

Tras enumerar los principales eventos, ferias, fiestas y muestras que recorre la geografía ourensena (tablas 5 a la 8), se introduce como novedad el estudio sobre la estacionalidad mostrada por estos en el transcurso del año (tabla 9). Para ello, cada acontecimiento es situado en el trimestre del año en que se celebra, siendo el coeficiente de dispersión temporal obtenido para la distribución alcanzada del 0,46 con una desviación temporal del 1,15. Estas cifras confirman la regular distribución anual de estos eventos (bajo efecto calendario), permitiendo un flujo regular de visitantes durante todo el año.

Tabla 9. Distribución anual de eventos de interés turístico en Ourense

<b>Trimestre</b>	<b>Gastronomía</b>	<b>Fiestas</b>	<b>Ferias</b>	<b>Total</b>
<b>Trim-1º</b>	3	7	3	13
<b>Trim-2º</b>	3	4	1	8
<b>Trim-3º</b>	8	2	2	12
<b>Trim-4º</b>	7	0	4	11

Fuente: elaboración propia.

Tras mostrar la panorámica de la oferta turística de Ourense como ejemplo de turismo de interior alternativo, flexible y sostenible, cabe decir que ésta presenta las siguientes características:

- Adaptabilidad y complementariedad en términos de elección personal.
- Desestacionalidad, tanto la distribución de actuaciones durante el año como su tipología hacen que el efecto calendario sea reducido.
- Adaptabilidad y diversidad en términos de rentas y estancia de la visita.
- Amplitud y variedad en cuanto a: edad, condiciones individuales o estructura familiar.
- Dispersión territorial, la concentración de eventos en la capital provincial no va más allá del peso demográfico e infraestructuras de ésta.

Así pues, la caracterización del turismo en Ourense lo dota de una estimable capacidad de supervivencia en base a su distribución y diversidad, lo cual reduce parte del efecto negativo derivado de cuestiones como el déficit en comunicaciones o la carencia de servicios consolidados y desarrollados.

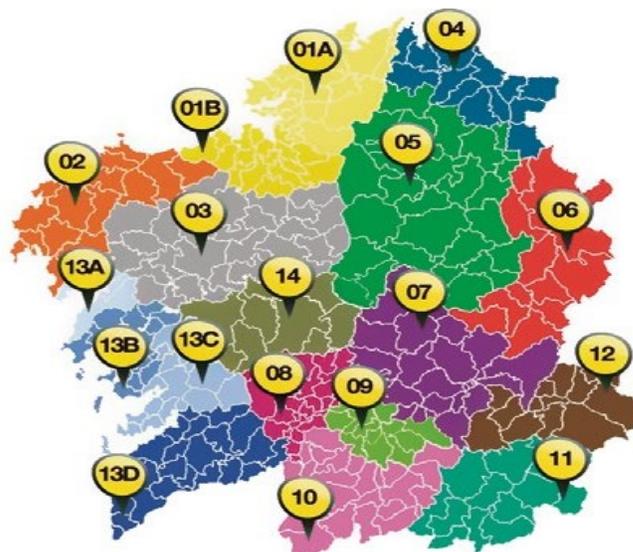
### **Geodestinos turísticos**

Son geodestinos turísticos: “las áreas geográficas limítrofes que comparten una homogeneidad territorial basada en sus recursos naturales, patrimoniales y culturales con capacidad para

generar flujos turísticos, y que, junto a su población, conforman una identidad turística diferenciada y singular” (Ley 7/2011, del Turismo de Galicia, p. 16).

Son una herramienta de promoción turística que incorporan varias comarcas y da impulso al turismo especializado y de calidad, así como la puesta en valor del territorio y sus recursos. El mapa de geodestinos turísticos de Galicia tiene 14 áreas (imagen 1), de las cuales 5 pertenecen por completo a la provincia de Ourense: Terras de Ourense-Allariz; Ribeiro; Celanova-Limia; Verín-Viana; Manzaneda-Trevinca; y una compartida con la provincia de Lugo: Ribeira Sacra.

Imagen 1. Geodestinos de Galicia



Fuente: Xunta de Galicia (2020).

La distribución de la demanda turística no es homogénea en toda Galicia. Tal y como reflejan los datos publicados por el IGE (2019), los geodestinos con más pernoctaciones en la provincia de Ourense son: Ribeira Sacra (3,1%), Ourense y Allariz (3%), o Ribeiro (1,1%), Manzaneda-Trevinca (0,7%) y Celanova-Limia y Viana-Verín (0,6%). Así pues, Ourense acogió el 9,1% de las pernoctas turísticas en 2019.

A nivel autonómico la demanda turística gira en torno a cuatro focos de atracción con más de la mitad de las pernoctaciones: Ría de Arousa (20,5%), Terras de Santiago (17,8%), Ría de Vigo y Baixo Miño (14,1%) y A Coruña-As Mariñas (12,5%); de nuevo el efecto mar y la atracción urbana relegan en valor absoluto los geodestinos ourensanos.

Como en el punto anterior se analizó la dispersión temporal de los principales eventos desarrollados en Ourense, a continuación, procede estudiar su distribución geo-provincial, tabla 10. Atendiendo a los geodestinos ourensanos, los acontecimientos antes enumerados se expanden espacialmente, siendo el coeficiente de dispersión espacial obtenido del 0,44 con una desviación territorial del 1,6, valores que confirman una baja concentración territorial. Ello, dota al turismo provincial de un atractivo más allá de una escapada de fin de semana, mediante la creación de itinerarios turísticos reconocidos, ampliando la estancia turística.

Tabla 10. Distribución geográfica de eventos de interés turístico en Ourense

Geodestino	Gastronomía	Fiestas	Ferías	Total
<b>Celanova-Límia</b>	3	3	0	6
<b>Manzaneda-Trevinca</b>	4	1	0	5
<b>O Ribeiro</b>	5	1	1	7
<b>Ourense-Allaríz</b>	3	3	7	13
<b>Ribeira Sacra</b>	2	0	0	2
<b>Verín-Viana</b>	4	5	2	11

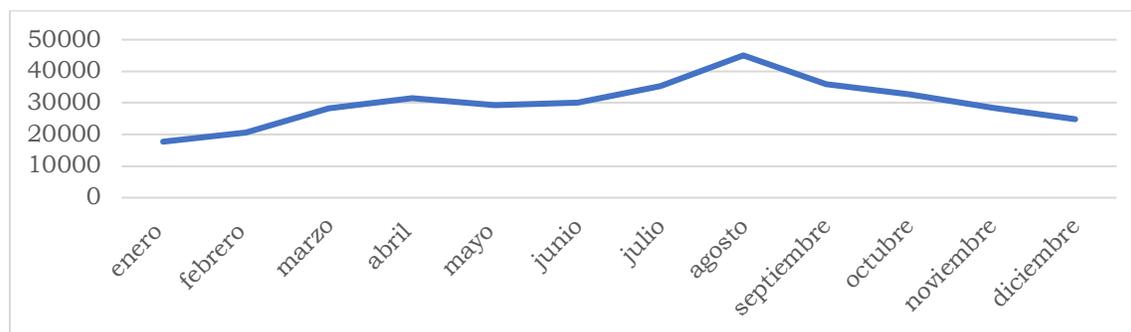
Fuente: elaboración propia.

## V. ANÁLISIS: DIAGNÓSTICO DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE OURENSE

### Demanda turística

Según los últimos datos publicados por el INE (2020b), el turismo ourensano creció de forma regular en número de visitantes en el quinquenio 2015-2019, especialmente en los dos últimos años. Como recoge el gráfico 1, en agosto de 2019 llegaron a tierras ourensanas 45.036 visitantes y un total de 359.906 en el año. Es la cifra más alta desde que hay registros y supone un aumento de 18.000 turistas respecto al 2018, un 5,4% más. Desde 2014 no se registra ningún retroceso.

Gráfico 1. N° total de visitantes en Ourense, 2019



Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE (2020b).

A pesar de este ascenso, la provincia de Ourense sigue a la cola autonómica en cuanto a recepción de visitantes: A Coruña, 1.937.475; Pontevedra, 1.508.104 y Lugo, 648.479 (2019).

### Viajeros alojados en establecimientos hoteleros

En los años previos a la crisis económica, Ourense registro sus cifras más altas de visitantes alojados en establecimientos hoteleros (323.008 en 2008), como muestra la tabla 11. En los siguientes años la evolución fue decreciente e irregular, con un mínimo en 2014. En 2015, la tendencia cambia (To. (viaj.t)) aumentando, y cerrando Ourense 2019 con 359.906 viajeros. Además, 2018 recuperó los valores previos a la crisis (Io. (viaj.t08)), cuatro años más tarde que Galicia, pero con una tendencia positiva desde 2015.

Tabla 11. Viajeros en establecimientos hoteleros, 2008-2019, tasa de crecimiento interanual e índices de crecimiento s/2008

<b>Año</b>	<b>Galicia</b>	<b>Tg.(viaj.t)</b>	<b>Ig.(viaj.t08)</b>	<b>Ourense</b>	<b>To.(viaj.t)</b>	<b>Io.(viaj.t08)</b>
<b>2019</b>	4.453.964	5,88%	26,08%	359.906	5,28%	11,42%
<b>2018</b>	4.206.679	-6,43%	19,08%	341.840	7,83%	5,83%
<b>2017</b>	4.495.652	3,91%	27,26%	317.020	1,43%	-1,85%
<b>2016</b>	4.326.400	5,88%	22,47%	312.542	8,04%	-3,24%
<b>2015</b>	4.086.190	12,02%	15,67%	289.278	10,09%	-10,44%
<b>2014</b>	3.647.571	8,10%	3,25%	262.772	-1,62%	-18,65%
<b>2013</b>	3.374.160	4,91%	-4,49%	267.088	-1,59%	-17,31%
<b>2012</b>	3.216.346	-4,11%	-8,96%	271.398	-8,37%	-15,98%
<b>2011</b>	3.354.068	-11,71%	-5,06%	296.192	0,73%	-8,30%
<b>2010</b>	3.798.994	11,75%	7,54%	294.055	2,85%	-8,96%
<b>2009</b>	3.399.456	-3,77%	-3,77%	285.900	-11,49%	-11,49%
<b>2008</b>	3.532.737		0,00%	323.008		0,00%

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE (2020a).

Para caracterizar la demanda turística (nº\_turistas) de la provincia de Ourense, se comenzó identificando la estacionalidad (índice de variación estacional, IVE) que se derivan de la misma, atendiendo a los datos por trimestre de la tabla 11. El análisis de la serie 2008-2019 fue temporizado distinguiendo entre: período de crisis (2008-2013) y de recuperación (2014-2019), además del total de la serie. Los resultados figuran, en la tabla 12.

Tabla 12. Estacionalidad del flujo de turistas de la provincial de Ourense, 2008-2019

	<b>2008-2013</b>	<b>2014-2019</b>	<b>2008-2019</b>	<b>Desv.Máxima</b>
<b>IVE-1Trim.</b>	58,97	61,59	60,13	+1,46
<b>IVE-2Trim.</b>	96,90	104,97	100,84	+4,13
<b>IVE-3Trim.</b>	142,00	144,03	143,13	-1,13
<b>IVE-4Trim.</b>	102,13	89,41	95,90	-6,49
<b>IVResidual/Medio</b>	-0,15	-0,17	-0,25	

Fuente: elaboración propia.

El análisis de los IVE muestra una reducida estacionalidad, así y aunque el trimestre estival julio-septiembre maximiza el número de visitantes, los trimestres 2º y 4º presentan una atracción turística altamente significativa, en ambos casos próxima a la media anual (base = 100). El 1º trimestre es el de menos visitas, si bien su flujo de entrada no es despreciable, superando el 60% de visitas medias, no olvidarnos de las negativas condiciones climáticas propias del calendario. Además la variación residual de la serie es inapreciable, la regularidad en la afluencia turística es un ejemplo de la variedad que presenta la oferta turística provincial en su caracterización.

La tabla 13 recoge, los resultados del estudio de regresión y correlación comparado Galicia vs Ourense en el período 2008-2019, obtenido a partir de las series temporales de la tabla 11.

Tabla 13. Análisis de correlación flujo de viajeros Galicia\_Ourense, 2008-2019

Galicia	Ourense
<b>Regresión lineal, <math>y = a+bt</math></b>	
<b>a = 3.177.506, visitas mínimas aseguradas</b>	<b>a = 257.770, visitas mínimas aseguradas</b>
<b>b = 130.635, incremento anual</b>	<b>b = 7.898, incremento anual</b>
<b>Coef. correlación lineal = 0,82</b>	<b>Coef. Correlación lineal = 0,75</b>

Fuente: elaboración propia.

A la luz de los datos, estos muestran una inferior correlación lineal en Ourense, 7 puntos por debajo de la media regional, diferencia significativamente reducida dada la amplitud del período. El 75% de la evolución del turismo ourensano en el período se explica desde sus condiciones estructurales y el empleo dado a su neto patrimonial: medio natural, cultural, etnográfico y socioeconómico, sirviendo como medida a tal objeto la capacidad para incrementar en casi 8.000 nuevos turistas cada año y un stock turístico superior a los 250.000 visitantes/año.

Los datos nos dicen, que el turismo ourensano cuenta con un sustento propio derivado del reconocimiento y consolidación de su oferta turística, la cual va más allá de la intervención (promoción) pública o de la dependencia de factores exógenos como el ciclo económico, la climatología o el estado de otros destinos turísticos.

Atendiendo a la procedencia, la cifra de visitantes no residentes el bienio 2018-2019 superó las expectativas. De un total de 1.253.835 visitantes extranjeros que llegaron a Galicia en 2019, 42.073 lo hicieron a la provincia de Ourense. Ahora bien, pese a ser la provincia que menos turista extranjero recibe, su crecimiento es gradual y sostenido, aumentó un 80,5% respecto a los 23.663 turistas extranjeros de 2014, dato más bajo de la década, tabla 14.

Tabla 14. Evolución trimestral de viajeros no residentes a Ourense, 2012-2019

Trimestre	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>1º-Trim.</b>	4.366	3.970	3.348	3.539	5.498	5.078	6.457	5.996
<b>2º-Trim.</b>	6.483	7.749	7.061	8.040	9.296	10.431	10.863	12.202
<b>3º-Trim.</b>	9.589	8.920	8.886	11.304	12.202	12.700	17.174	14.953
<b>4º-Trim.</b>	4.988	4.412	4.368	5.193	6.241	6.560	9.479	8.922
<b>Anual</b>	25.426	25.051	23.663	28.076	33.237	34.769	43.973	42.073

Fuente: elaboración propia a partir de datos del IGE (2019).

A continuación, y para conocer la evolución temporal de la demanda turística extranjera, se repitió el estudio de regresión y correlación con la serie temporal de la tabla 14, así como la identificación de la estacionalidad (índices de variación estacional, IVE) derivada de la afluencia de visitantes no residentes por trimestres en el período 2012-2019. La tabla 15, muestra los resultados obtenidos.

Tabla 15. Análisis del flujo de viajeros no residentes en Ourense, 2012-2019

	2012-2015	2016-2019	2012-2019	Desv.Máxima
<b>IVE-1Trim.</b>	60,39	60,27	61,48	-1,21
<b>IVE-2Trim.</b>	96,41	112,71	105,64	-9,23
<b>IVE-3Trim.</b>	142,15	149,41	146,86	-4,71

<b>IVE-4Trim.</b>	101,05	77,61	86,02	+15,03
<b>IVResidual/Medio</b>	0,41	0,03	-0,04	
<b>Regresión lineal, <math>y = a+bt</math></b>				
<b>a = 18.861, visitantes extranjeros consolidados</b>				
<b>b = 2.971, incremento anual</b>				
<b>Coef. correlación lineal = 0,93</b>				

Fuente: elaboración propia.

El análisis de los IVE confirma la baja estacionalidad derivada de la caracterización turística ourensana. Aunque lógicamente, el trimestre estival julio-septiembre maximiza el número de visitantes extranjeros, el 2º trimestre genera una atracción turística significativa, por encima de la media anual (base = 100). El 1º y 4º trimestre, aunque menos visitados, en ningún de ambos, el flujo de entrada es despreciable, superando el 60% de visitas medias el trimestre 1º lo que, atendiendo a la climatología propia del calendario, es un valor muy respetable, y más en el 4º trimestre donde, aunque con una alta variabilidad, el porcentaje es del 86%.

Un dato relevante sobre la capacidad y estabilidad del destino turístico Ourense es, el alto coeficiente de correlación lineal obtenido  $r=0,93$ . El flujo turístico exterior se relaciona directa y positivamente con la variable tiempo (la estructura turística crea nuevas visitas), estando la capacidad de crecimiento anual próxima a las 3.000 visitas. Dato que pone en valor la sostenibilidad del medio turístico ourensano: diversidad espacial y temporal, proximidad y variedad en edad y rentas.

La evolución temporal explica con éxito el flujo turístico exterior, donde la baja estacionalidad y la diversidad geográfica de la oferta se manifiestan a través de la alta correlación observada y la base turística que se deduce de la regresión obtenida, próxima a los 19.000 visitantes externos.

### **Pernoctaciones y estancia media**

La tabla 16 muestra como hasta 2017 (Io. (per.t08)) Ourense no recuperó los valores previos a la crisis económica (un año después que Galicia). 2008 fue el primer año donde Ourense superó las 600.000 pernoctas/año. En los años siguientes la cifra cayó gradualmente hasta bordear las 500.000 pernoctas durante el trienio 2012-2014. De nuevo se observa la presencia de una capacidad turística provincial, que garantiza la sostenibilidad del sector.

Tabla 16. Pernoctaciones(estancia) en establecimientos hoteleros, 2008-2019

<b>Año</b>	<b>Galicia</b>	<b>Ig.(per.t 08)</b>	<b>Ourense</b>	<b>Io.(per.t 08)</b>	<b>Est. Med. G</b>	<b>Est.Med. O</b>	<b>Dif.E.MedG_ O</b>
<b>2019</b>	8.993.653	15,45%	678.445	10,04%	2,02	1,89	0,13
<b>2018</b>	8.493.951	9,03%	638.257	3,52%	2,02	1,87	0,15
<b>2017</b>	8.807.925	13,06%	620.506	0,64%	1,96	1,96	0,00
<b>2016</b>	8.241.692	5,79%	610.239	-1,02%	1,90	1,95	-0,05
<b>2015</b>	7.684.702	-1,36%	544.797	-11,64%	1,88	1,88	0,00
<b>2014</b>	7.096.619	-8,91%	500.052	-18,89%	1,95	1,90	0,05
<b>2013</b>	6.761.685	-13,20%	493.741	-19,92%	2,00	1,85	0,15
<b>2012</b>	6.643.326	-14,72%	490.949	-20,37%	2,07	1,81	0,26
<b>2011</b>	7.158.335	-8,11%	535.181	-13,20%	2,13	1,81	0,32

<b>2010</b>	8.174.139	4,93%	550.677	-10,68%	2,15	1,87	0,28
<b>2009</b>	7.444.455	-4,44%	560.041	-9,16%	2,19	1,96	0,23
<b>2008</b>	7.790.366	0,00%	616.535	0,00%	2,21	1,91	0,30

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta de ocupación hotelera INE (2020a).

La evolución de la estancia media (tabla 16), tanto autonómica como provincial, muestra los efectos de la crisis, consolidando un turismo de estancias cada vez más cortas, no se recuperaron los valores previos a la crisis.

Si bien Galicia muestra en los últimos años una tendencia creciente, aún está 0,2 puntos por debajo de 2008. En Ourense, sin embargo, esta variable parece que sintió menos la crisis (reducida variabilidad 0,1 puntos). De hecho, aunque la estancia media es inferior a la media regional en todo el período, la crisis redujo ese diferencial a la mitad, tabla 16 última columna. Muestra de que, el turismo ourensano tiene identidad propia. Sus características estructurales tales como la diversidad geográfica, por edad o renta, su complementariedad o una inferior estacionalidad respecto a otros modelos turísticos, son tenidas en cuenta por el turista sea nacional o extranjero.

Se puede afirmar que los valores obtenidos suponen para Ourense un refuerzo como destino turístico más allá del tránsito hacia otros destinos turísticos definitivos. En Galicia, la única provincia que le supera en términos de estancia media es Pontevedra.

## VI. CONCLUSIONES

Los cambios en la demanda turística hacia un turismo alternativo al de sol y playa sitúan a Ourense en un punto clave para el desarrollo de estrategias que favorezcan la competitividad de su destino, poniéndolo en valor a partir de la diversidad y complementariedad de sus recursos.

El termalismo, como elemento clave de diferenciación dentro de la oferta turística ourensana, cuenta con una amplia gama de posibilidades de ocio complementarias según la época del año, los gustos y segmentos de edades.

Además, la gastronomía, el enoturismo y la naturaleza son en Ourense los mejores aliados al respecto. Uniéndose a estos, el rico y valioso mosaico de subzonas: comarcas y/o geodestinos que componen la provincia, con la ciudad de Ourense como centro neurálgico, dibujando un escenario perfecto para la creación de múltiples itinerarios turísticos dirigidos a la dinamización de zonas deprimidas.

Por otra parte, el efecto positivo derivado de la extensividad geográfica y temporal de la oferta turística provincial se confirma mediante el análisis de estacionalidad, el cual muestra un regular flujo de visitantes durante todo el año, pero sobre todo con la positiva correlación observada entre la demanda turística y el tiempo, empleado este último como variable de referencia en la regresión efectuada. La cual no sólo revela una capacidad de crecimiento sostenida sino también una base de visitantes que va más allá del impulso institucional, la coyuntura socioeconómica o la evolución del estado de otros destinos turísticos. Diversidad geográfica y baja estacionalidad se unen para garantizar la capacidad y sostenibilidad turística de Ourense.

Para concluir, el desarrollo sostenible, la planificación inteligente y la conservación de los recursos son algunos de los factores decisivos para garantizar la buena salud tanto del territorio como del sector turístico, así como de su correcta proyección hacia el futuro.

### **Autoría del trabajo**

Conceptualización, (EJF y MOCV); metodología, (EJF y MOCV); adquisición de datos, (EJF y VMR); análisis e interpretación, (EJF y MOCV); redacción, revisión y edición, (MOCV y VMR). Todos los autores han leído y están de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

## **VII. BIBLIOGRAFÍA**

Aranda, Yesid y Combariza, Juliana (2007). Las marcas territoriales como alternativa para la diferenciación de productos rurales. *Agronomía Colombiana*, 25(2), 367-376. <https://www.redalyc.org/pdf/1803/180320296021.pdf>

Cámara Oficial de Comercio de Ourense (2008-2019). *Estudio socioeconómico anual de la Provincia de Ourense 2008 y siguientes*. Ourense, España: Cámara Ourense. <https://docplayer.es/91152152-Estudio-socioeconomico-provincia-de-ourense-2008.html>

Crecente Asociados (2014). *Plan Estratégico Ourense Provincia Termal*. Ourense, España: Diputación Provincial de Ourense - Agencia Turismo de Galicia. <https://www.crecenteasociados.com/plan-estrategico-ourense-provincia-termal>

Cors Iglesias, Martí (2020). Una aproximación geográfico-jurídica al agroturismo en España desde el punto de vista de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, (46), 25-46. <https://doi.org/10.6018/turismo.451481>

Deputación Ourense (2020). *La Diputación de Ourense reabre el primer programa social en España*. Deputación Ourense. <https://www.depourense.es/index.php/actualidade/5067-la-diputacion-de-ourense-reabre-el-primer-programa-social-en-espana>

Di Clemente, Elide, Mogollón, José Manuel, & López-Guzmán, Tomás (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura, *Educación*, (9), 817-833. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5385975.pdf>

EHTTA (2019). *Destinos Termales*. Ehtta.eu - European Historic Thermal Towns Association. <https://ehtta.eu/portal/es/home-3/>

H2O Magazine (2019). Turismo termal: oportunidades. *H2O Magazine*. <https://www.caldaria.es/turismo-termal/>

Flores Hernández, Fernando, Consuegra Gómez, Sergio y García Pérez, Jacobo (2010). *La Alberca de Trujillo*. Madrid, España: Museo del Juego.

Hosany, Sameer, Ekinci, Yuksel y Uysal, Muzzaffer (2006). Destination image and destination personality. An application of branding theories to tourism places. *Journal of business research*, 59(5), 638-642. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.01.001>

IGE, Instituto Galego de Estatística (2019). *Estadísticas de ocupación en establecimientos turísticos e infraestructura turística*. IGE. [http://www.ige.eu/web/mostrar\\_actividade\\_estadistica.jsp?codigo=0305002&idioma=es](http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?codigo=0305002&idioma=es)

INE, Instituto Nacional de Estadística (2020a). *Encuesta de ocupación hotelera*. INE. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177015&menu=resultados&idp=1254735576863#!tabs-1254736195431](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177015&menu=resultados&idp=1254735576863#!tabs-1254736195431)

INE, Instituto Nacional de Estadística (2020b). *Movimientos turísticos en fronteras, FRONTUR*. INE. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176996&menu=ultiDatos&idp=1254735576863#:~:text=%C3%9Altima%20Nota%20de%20prensa&text=En%20los%20primeros%2011%20meses,79%2C2%20millones%20de%202019](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176996&menu=ultiDatos&idp=1254735576863#:~:text=%C3%9Altima%20Nota%20de%20prensa&text=En%20los%20primeros%2011%20meses,79%2C2%20millones%20de%202019).

IET, Instituto de Estudios Turísticos (2014-2019). *Encuesta de Gasto Turístico (Egatur)*. IET. <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/egatur/paginas/default.aspx>

Jardón Ferreiro, Eladio (2020). *El posicionamiento estratégico: una identidad competitiva Glocal. La Ourensanía* (Tesis doctoral), Universidad de Valencia, España. <https://roderic.uv.es/handle/10550/75927>

Jiménez Morales, Mònika y San Eugenio Vela, Jordi de (2009). Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación y difusión de la imagen de marca del territorio. *ZER: Revista de estudios de comunicación*, 14(26), 277-297. <https://doi.org/10.1387/zer.2776>

Kotler, Phill, Bowen, John y Makens, James (2004). *Marketing turístico*. Madrid, España: Pearson Educación.

Ley 7/2011, de 27 de octubre, del Turismo de Galicia. *BOE, Núm. 291*, de 3 de diciembre de 2011, pp. 1-49. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2011/BOE-A-2011-19058-consolidado.pdf>

Ley 5/2016, de 4 de mayo, del patrimonio cultural de Galicia. *DOG, Núm. 92*, 16 de mayo de 2016, p. 18576. [https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2016/20160516/AnuncioC3B0-110516-0001\\_es.html](https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2016/20160516/AnuncioC3B0-110516-0001_es.html)

Moral Moral, María, Fernández Alles, María Teresa y Sánchez Franco, Manuel Jesús (2019). Análisis del turismo rural y la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista Espacios*, 40(1), 3-18. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/a19v40n01p03.pdf>

Pérez Alberti, Augusto (1986). *A Xeografía*. Vigo, España: Editorial Galaxia.

Pérez, Samuel (2010). El valor estratégico del turismo rural como alternativa sostenible de desarrollo territorial rural. *Revista Agronomía Colombiana*, 28(3), 507-513. <https://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n3/v28n3a18.pdf>

Siente Galicia (2019). *Burgas de Ourense, termalismo e historia de Galicia*. Siente Galicia. <https://www.sientegalicia.com/blog/burgas-ourense-termalismo-galicia/>

Tello Rozas, Sonia (2014). Turismo sostenible a través de innovaciones de economía social. *Turismo y Patrimonio* (8), 93-100. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2014.n8.07>

Xunta de Galicia (2020). *Centros de interpretación en Galicia*. Turismo.gal. [https://www.turismo.gal/localizador-de-recursos/-/sit/patrimonio-cultural/centros-de-interpretacion/galicia?langId=es\\_ES](https://www.turismo.gal/localizador-de-recursos/-/sit/patrimonio-cultural/centros-de-interpretacion/galicia?langId=es_ES)