

PLAN DE TURISMO TERMAL DE GALICIA 2025-2028

CATÁLOGO DE ACCIÓNS PARA A REACTIVACIÓN DO
TURISMO TERMAL DE GALICIA

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. METODOLOXÍA	5
3. SITUACIÓN ACTUAL DO TERMALISMO EN GALICIA.....	8
4. OBXECTIVOS	26
5. ACCIÓNS ESTRATÉXICAS	27
BLOQUE 1: XERACIÓN E DIFUSIÓN DE COÑECEMENTO	29
BLOQUE 2: INVESTIMENTOS, MODERNIZACIÓN E INFRAESTRUTURAS	49
BLOQUE 3: GOBERNANZA	58
BLOQUE 4: DESENVOLVEMENTO DE PRODUTOS, COMUNICACIÓN E MERCADOTECNIA	64
6. CONCLUSIÓNS E RECOMENDACIÓNS	84
7. BIBLIOGRAFÍA	86

INTRODUCCIÓN

O termalismo é unha das grandes riquezas de Galicia, comunidade autónoma tamén rica en recursos naturais e culturais. Porén, nun contexto global onde as preferencias dos viaxeiros están en constante evolución e segmentación, resulta fundamental revalorizar a súa proposta de valor para situar a Galicia como destino de referencia no sector do turismo termal, tal e como merece pola variedade e calidade das súas augas termais e mineromedicinais.

Para iso, o estudo exploratorio que se presenta neste documento realízase co obxectivo de propor un conxunto de accións estratéxicas que lle permitan a Galicia posicionarse como destino termal de excelencia.

No **capítulo 2** descríbese a metodoloxía empregada para elaborar este catálogo, onde se detalla o proceso seguido na elaboración do diagnóstico da situación do termalismo en Galicia, na elaboración do DAFO correspondente (debilidades e ameazas; fortalezas e oportunidades) para Galicia como destino termal, así como na proposta, selección e desenvolvemento de accións estratéxicas que integran este catálogo con vistas á reactivación do turismo termal en Galicia.

O **capítulo 3** promove unha reflexión sobre o estado actual do termalismo en Galicia, ofrecendo unha visión sistematizada do estado actual do turismo na Comunidade Autónoma e, en particular, do sector termal.

Exploráronse os principais segmentos potenciais de mercado que poderían ser clave para o desenvolvemento de Galicia como destino termal. Estes segmentos inclúen turismo accesible, turismo médico, turismo sénior, turismo benestar ou turismo deportivo.

Así mesmo, detállanse as fortalezas, debilidades, oportunidades e ameazas ás que se enfrenta o sector, identificadas a partir da diagnose promovida, achegando a base e xustificación necesarias para a proposta das accións entendidas como estratéxicas que se propoñen neste catálogo.

No **capítulo 4** enuméranse os obxectivos que se pretenden acadar.

No **capítulo 5** salientan aquelas accións estratéxicas seleccionadas pola Axencia de Turismo de Galicia como prioritarias, tendo en conta a súa viabilidade, relevancia e, sobre todo, a posibilidade da súa posta en marcha inmediata. Estas accións están deseñadas para xerar o impacto máis significativo e duradeiro posible a favor do desenvolvemento do turismo termal en Galicia. Engádense en bloques de actuación para lles dar resposta á estratexia e á metodoloxía de comunicación establecida pola Axencia Turismo de Galicia para a difusión destes documentos.

Finalmente, no **capítulo 6** preséntanse as recomendacións que buscan orientar os actores implicados na execución destas accións, garantindo a sostibilidade e competitividade a longo prazo do sector. Este capítulo pecha o documento coa expectativa de ofrecer, na súa totalidade, unha folla de ruta clara para a reactivación e crecemento do turismo termal nesta comunidade autónoma.

METODOLOXÍA

A definición da metodoloxía para a elaboración do Catálogo de accións para a reactivación do turismo termal en Galicia estableceuse a partir dunha preselección das ferramentas e métodos que garantirían a obtención dunha información fiable e adecuada, á hora de establecer as accións en cuestión, derivados de coñecementos xa producidos e posteriormente actualizados e validados polos axentes do sector termal autonómico. Deste xeito, preténdense conseguir actuacións que respondan de forma eficaz e eficiente ás necesidades do territorio de intervención, das súas comunidades e das e dos actores que integran o ecosistema termal de Galicia, en particular.

Con este obxectivo, o traballo asociado á elaboración do catálogo sinalado foi desenvolvido en **6 fases**:

● Fase 1 - Coñecementos previos

Fase que inclúe todos os traballos asociados á revisión bibliográfica e á estruturación do coñecemento e da investigación realizada antes do inicio deste entregable:

- Selección de fontes secundarias.
- Recollida de datos secundarios.
- Tratamento e análise de datos individualizados.
- Discusión dos resultados por parte do equipo redactor.
- *Benchmarking* nacional e internacional.

● Fase 2 - Traballo de campo

Fase dedicada á realización de entrevistas cos grupos de interese do destino, así como con profesionais do sector termal e expertos en termalismo con vistas a validar os resultados e conclusións xerados na fase anterior.

● Fase 3 - Diagnóstico da situación

Fase dedicada á sistematización dos resultados das fases anteriores mediante a aplicación da ferramenta DAFO co obxectivo de ofrecer un diagnóstico claro e fiable do estado do sector termal/turismo termal en Galicia.

● Fase 4 – Proposta de accións

Fase dedicada á definición dun inventario inicial de propostas de accións que respondan ás necesidades e conclusións derivadas da análise DAFO.

● Fase 5 - Finalización do catálogo

Fase dedicada á redacción do Catálogo de accións para a reactivación do turismo termal en Galicia no que se detallan as accións prioritarias seleccionadas na fase anterior.

● Fase 6 - Peche dos traballos

Fase que inclúe a aprobación do entregable final e a súa presentación formal.

O esquema metodolóxico anterior, deseñado para xerar sinerxías e economías de escala coa produción técnico-científica máis actualizada dispoñible, ten como obxectivo que cada actuación proposta responda aos retos específicos do territorio, sexa realista e implementable polo ecosistema termal galego. Polo tanto, empregáronse as seguintes ferramentas metodolóxicas, que se poden agrupar en dous grandes grupos:

● Fontes secundarias

Impulsouse a recollida e análise de fontes secundarias de diferentes tipos, entre elas:

- Fontes descritivas de desenvolvemento turístico e/ou desenvolvemento termal do territorio de intervención.
- Fontes descritivas do sector termal nos ámbitos internacional, nacional e particularmente no territorio de intervención.
- Fontes descritivas do diagnóstico de situación do territorio realizado para outros plans turísticos ou turístico-termiais, como inventarios de recursos, oferta termal e recursos complementarios.
- Fontes estadísticas.
- Fontes que permitan a identificación de boas prácticas que poidan ser adaptadas/adoptadas polo territorio de intervención.

● Fontes primarias

Impulsouse a recollida de datos primarios mediante entrevistas a profesionais e/ou expertos no ámbito do termalismo e do turismo termal no territorio de intervención que inclúen:

- Representantes das administracións locais do territorio de intervención.
- Representantes e/ou responsables dos balnearios do territorio de intervención.
- Expertos rexionais, nacionais e internacionais do sector turístico-termal.
- Representantes da academia.

Estas entrevistas permitiron validar a análise realizada sobre fontes secundarias, actualizar as súas conclusións e propoñer as actuacións consideradas no Catálogo de accións para a reactivación do turismo termal en Galicia.

Segundo se indicou, os servizos de elaboración do citado catálogo comezaron coa recollida e análise de información secundaria. A partir desta recompilación, levouse a cabo a caracterización do turismo termal en Galicia, así como a elaboración da lista de accións.

Pola súa banda, o exercicio de *benchmarking* realizado nesta fase co obxectivo de identificar aquelas boas prácticas susceptibles de ser replicadas na Comunidade Autónoma de Galicia (constitúen fontes de inspiración para as propostas de actuación que conforman o catálogo) polo que se presentan as súas achegas e conclusións asociadas a cada unha das actuacións propostas conforman o Catálogo de accións para a reactivación do turismo termal en Galicia.

En canto ás fontes primarias, as entrevistas realizadas con vistas á validación das conclusións obtidas recorrendo a fontes secundarias, concretáronse tanto en formato en liña como presencial.

Ambas as tarefas (revisión bibliográfica e entrevistas) nos permitiron identificar as principais oportunidades e lagoas que afronta o sector termal galego, así como orientar o *benchmarking* nacional e internacional realizado de cara a configurar esta primeira lista de posibles accións que cómpre implantar e/ou fomentar e promover desde a Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia, co fin de avanzar no seu obxectivo de reactivación do turismo termal en Galicia.

O coñecemento práctico e a experiencia real no sector do equipo de redacción tamén foron fundamentais para unha primeira validación da metodoloxía seguida. A batería de propostas de acción que se presenta no capítulo seguinte ten tamén asociada varias sesións de tormenta de ideas dos membros do equipo de redacción, realizadas no marco doutros traballos e proxectos relacionados co termalismo que permitiron completar a recollida de datos primarios inicialmente prevista para este traballo que se presenta no seguinte capítulo.

- Os obxectivos e a relevancia da súa implementación.
- A urxencia e a necesidade da súa implementación.
- O grao de complexidade que se lle asocia.
- A capacidade existente/masa crítica/implementación necesaria.

Segundo os datos preliminares presentados pola Área de Estudos e Investigacións Turísticas de Galicia (obtidos das enquisas de demanda do INE-ETR, de turismo nacional; e FRONTUR/EGATUR, de turismo internacional), conclúese que, no ano 2023, un total de 7,02 millóns de turistas visitaron Galicia, xerando máis de 13,38 millóns de noites no conxunto da comunidade.

DATOS GLOBAIS DA DEMANDA TURÍSTICA NOS ALOXAMIENTOS DE GALICIA ANO 2023

	T. INTERNO	T. RECEPTOR NACIONAL	T. INTERNACIONAL	TOTAL GALICIA
VIAXEIROS	1.527.081	3.030.953	2.463.200	7.021.235
NOITES	3.208.624	6.305.032	3.863.937	13.377.594
ESTADÍA MEDIA	2,06	2,08	1,57	1,91

Figura 1: Datos globais da demanda turística en aloxamentos en Galicia 2023
Fonte: Balance de Turismo de Galicia, 2023

Segundo estes datos, do total de turistas que visitaron Galicia en 2023, o 71 % corresponde ao mercado nacional distribuído entre o 24 % de residentes en Galicia e o 47 % do resto de España. O 29 % restante está formado por turistas internacional.

SITUACIÓN ACTUAL DO TERMALISMO EN GALICIA



DISTRIBUCIÓN DA DEMANDA POR ORIXE ANO 2023

ESPAÑOIS

ESTRANXEIROS

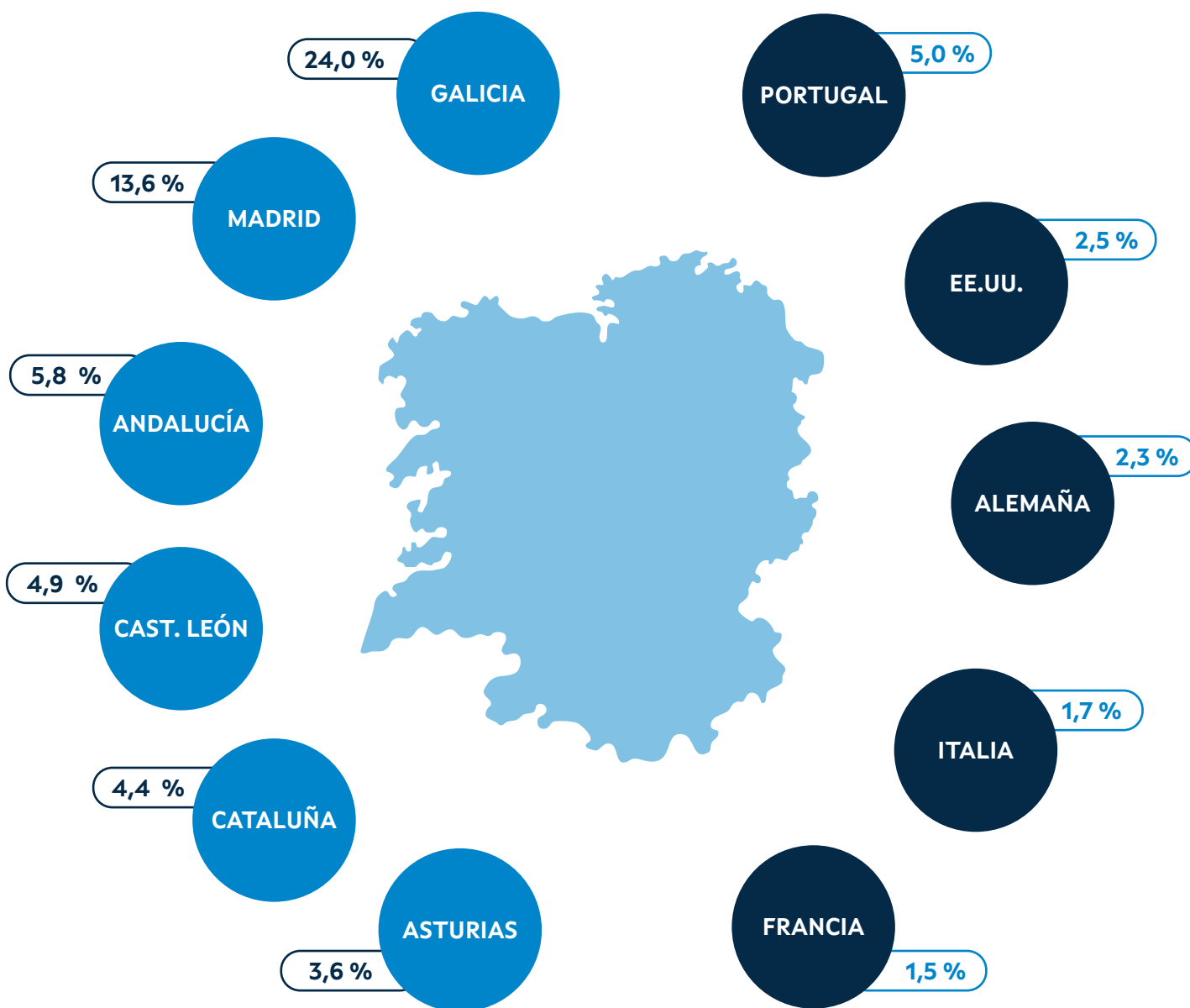


Figura 2: Distribución da demanda por orixe
Fonte: Balance de Turismo de Galicia, 2023

No ámbito nacional, Madrid é o principal mercado emisor e no internacional, Portugal lidera, cun 5 %, o total de visitantes e unha variación do 11,8 % con respecto a 2022 (o que non é de estrañar dada a súa localización adxacente ao territorio e ao mesmo tempo podería esperarse unha cifra superior polo mesmo motivo). Cabe destacar que, agás Portugal, a participación do resto de países é menor que calquera das comunidades autónomas que forman parte dos mercados emisores.

EVOLUCIÓN DA DEMANDA TURÍSTICA EN ESTABLECEMENTOS REGRADOS 2022/2023 Y 2019/2023

	VIAXEIROS	NOITES	ESTADÍA MEDIA	PRAZAS
2022/2023	6,6 %	5,8 %	-0,7 %	3,1 %
2019/2023	13,7 %	9,9 %	-3,3 %	5,6 %

Figura 3: Evolución da demanda turística nos establecementos regulados 2022/2023 e 2019/2023

Fonte: Balance de Turismo de Galicia, 2023

Segundo os datos presentados, obsérvase un incremento no número de viaxeiros acollidos con respecto a 2022 (6,6 %). Este comportamento positivo tamén se constata no número de noites, cun crecemento total do 5,8 %, tendo en conta os establecementos colectivos de Galicia: hoteis, pensións, apartamentos turísticos, cámpings, albergues e turismo rural. Estes datos son relevantes xa que tamén nos amosan un incremento con respecto ao 2019, é dicir, anterior á pandemia. Neste sentido, obsérvase un crecemento do 13,7 % en canto a turistas e do 9,9 % nas noites. Non obstante, a estadía media non presenta a mesma tendencia, xa que se mantivo practicamente no mesmo nivel que o ano anterior, rexistrando unha media de 1,9 noites.

DISTRIBUCIÓN DA DEMANDA TURÍSTICA SEGUNDO OS DISTINTOS TIPOS DE ALOXAMENTO TURÍSTICO NOITES 2023

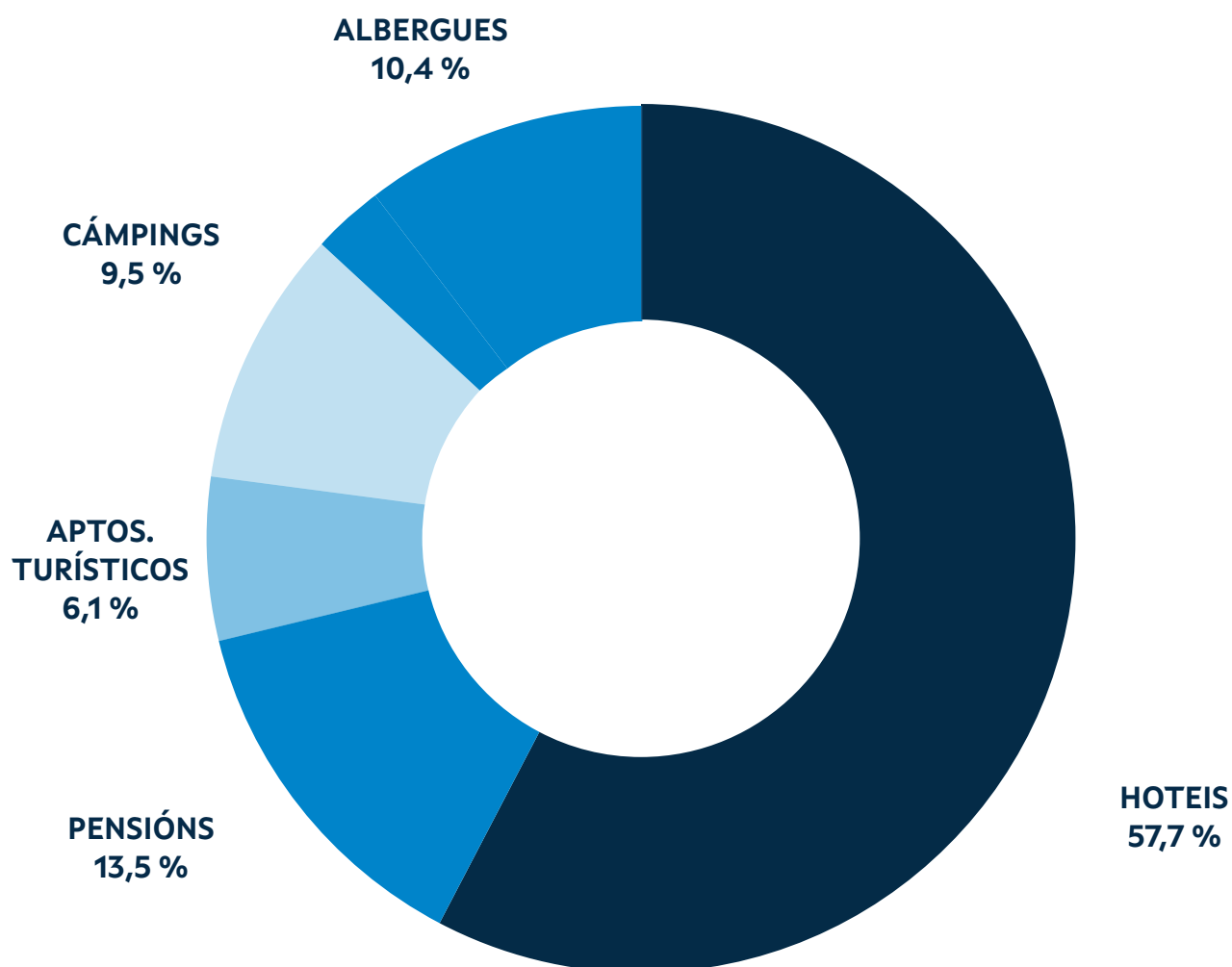


Figura 4: Distribución da demanda turística segundo os distintos tipos de aloxamento turístico. Noites 2023
Fonte: Balance de Turismo de Galicia, 2023

Destaca a preferencia polos establecementos hoteleiros en Galicia, sexan hoteis ou pensións, a súa participación total é do 71 %, e é a máis alta de toda a oferta. Nesta análise, é importante destacar que a categoría de albergue foi incorporada recentemente polo INE en 2021, incrementando o volume final de demanda turística con respecto a anos anteriores.

ESTRUTURA DA DEMANDA TURÍSTICA POR ORIXE E TIPOLOXÍAS NOITES 2023

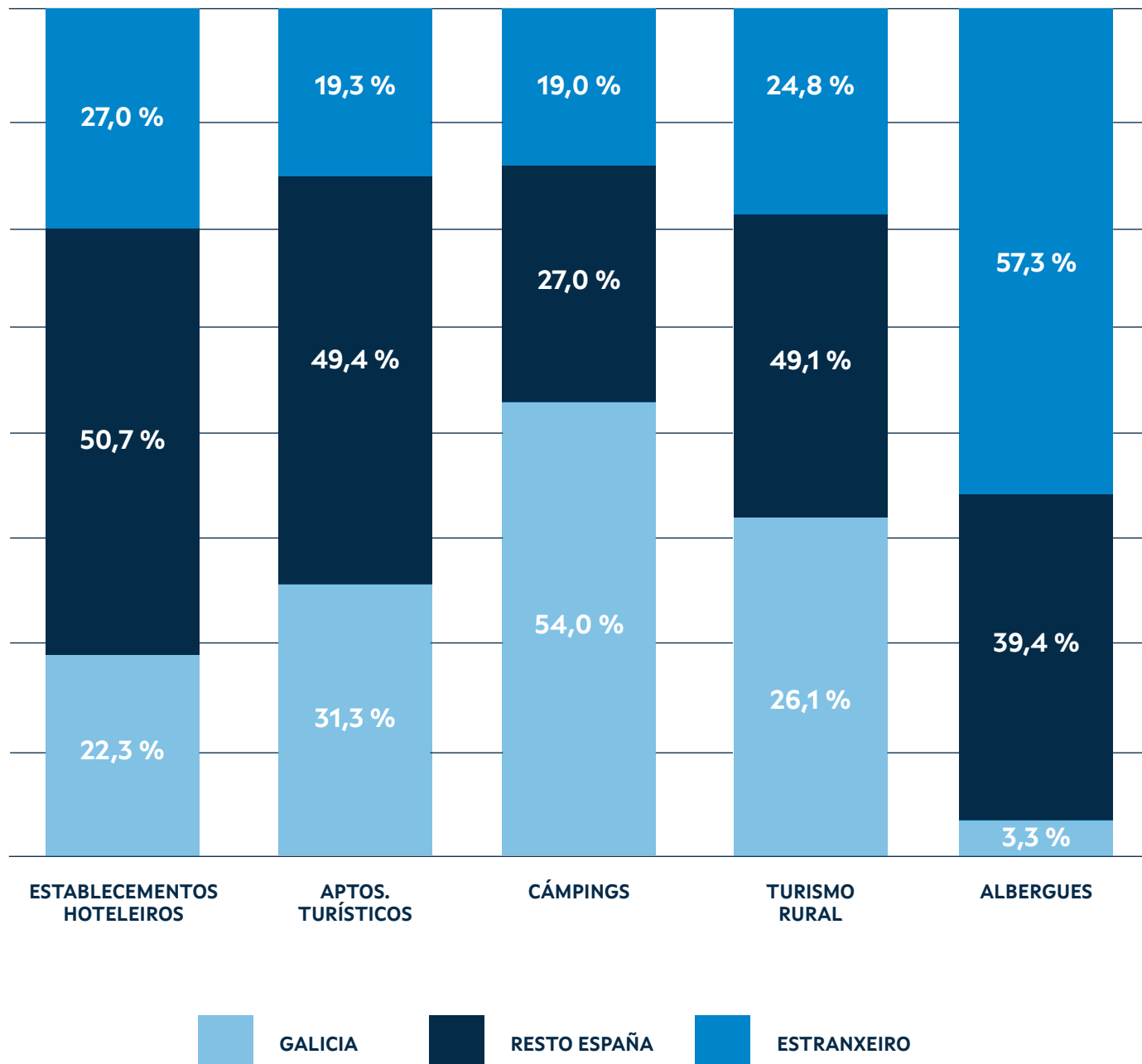
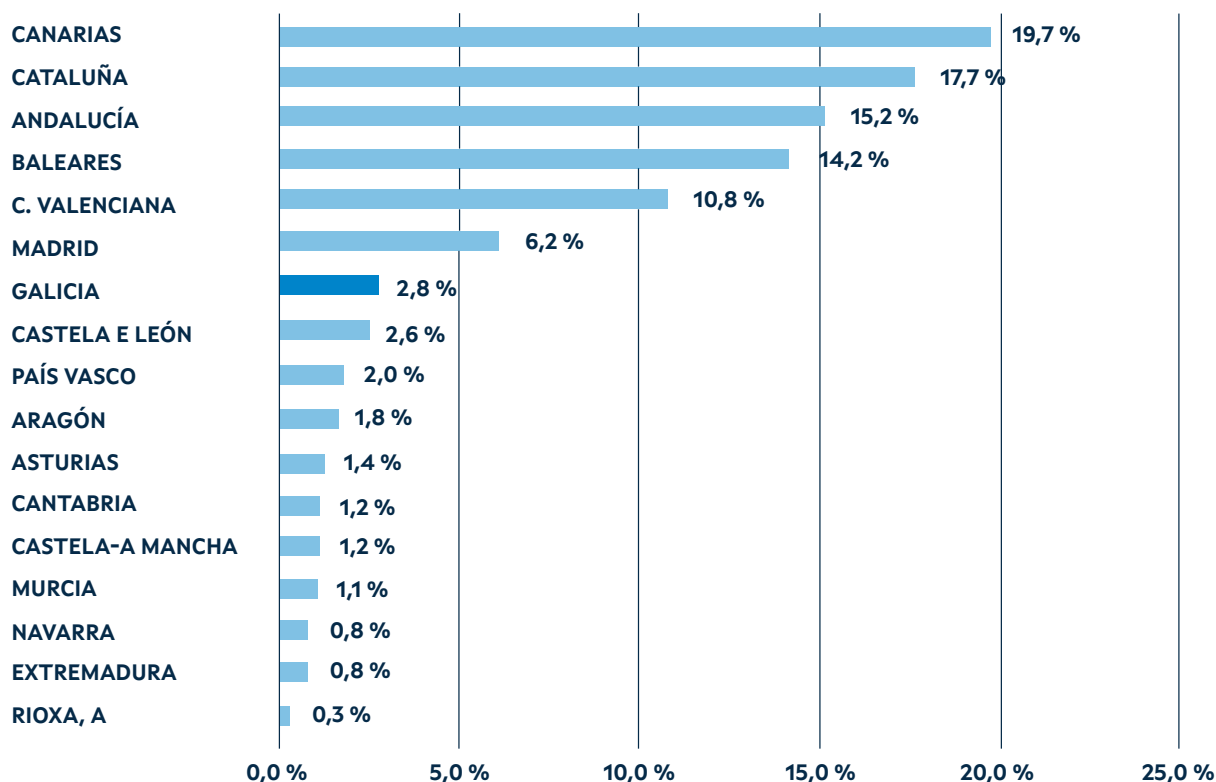


Figura 5: Estrutura da demanda turística por orixe e tipoloxías. Noites 2023
Fonte: Balance de Turismo de Galicia, 2023

A figura 5 mostra como os establecementos hoteleiros son definitivamente a tipoloxía preferida polos visitantes do resto de España. En canto aos cámpings, son os propios veciños de Galicia os que predominan, con máis do 50 % da participación e, finalmente, vemos unha preferencia tamén marcada no caso dos albergues para o mercado exterior, que unido ao 39,4 % do receptor do mercado sae só un 3 % para o residente en Galicia.

DISTRIBUCIÓN DA DEMANDA POR COMUNIDADE AUTÓNOMA ANO 2023



VARIACIÓN DA DEMANDA NOS ESTALECEMENTOS TURÍSTICOS 2022-2023

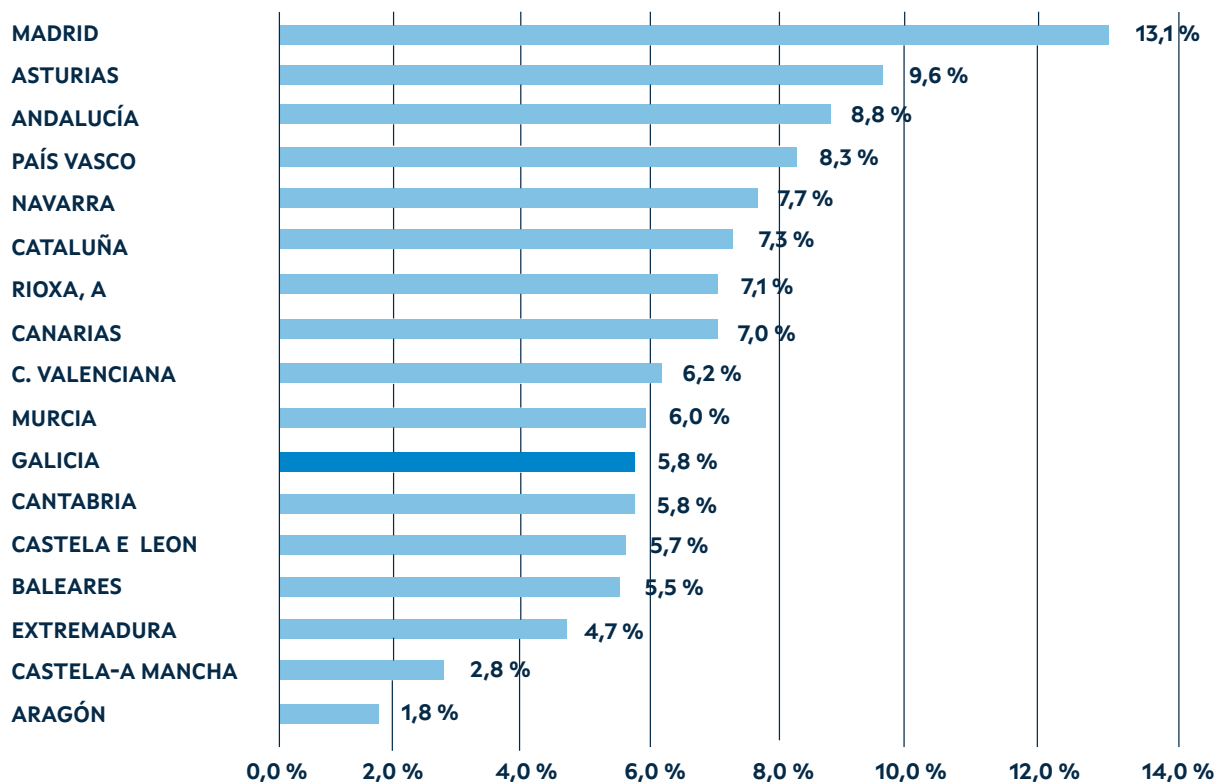


Figura 6: Distribución e variación da demanda nos establecementos turísticos por CA 2022/2023

Fonte: Balance de Turismo de Galicia, 2023

Como se aprecia na figura anterior, todos os destinos tiveron un comportamento positivo con respecto ao ano 2022, incrementando notablemente os niveis de demanda. No caso de Galicia, a súa posición é intermedia con respecto ao resto, cun crecemento do 5,8 %. Aínda que non aparecen nestas gráficas, segundo a Área de Estudos e Investigacións Galegas (AEITG), tamén hai un incremento con respecto a 2019 no que tres das catro comunidades da "España Verde", incluída Galicia, lideran a recuperación da demanda en comparación coas cifras anteriores á crise, isto con polo menos un 10 % máis. Tamén podemos destacar que Galicia se sitúa no 7º posto entre as comunidades autónomas, cun 2,8 % da cota de demanda.

O termalismo en Galicia ocupa unha posición destacada dentro de España, grazas á abundancia de fontes naturais da nosa Comunidade Autónoma. Con máis de 300 mananciais, Galicia é unha das autonomías de España con maior tradición no aproveitamento de augas termais con propiedades terapéuticas e conta cunha ampla oferta de tratamentos para diferentes enfermidades e afeccións. Ademais, alberga unha industria activa vinculada á explotación de augas minerais que inclúe 10 embotelladoras de augas minerais naturais e 20 balnearios, o que supón unha parte importante do total de España, onde hai máis de 2.000 mananciais, 100 plantas de envasado e 115 balnearios (Augas de Galicia).

Unha característica distintiva destas industrias é a súa localización en zonas rurais do interior de Galicia, zonas que se enfrontan a retos como o despoboamento, a baixa renda per cápita e unha estrutura produtiva dominada polo sector primario. Pola natureza do recurso, estas industrias non poden ser deslocalizadas e deben situarse preto dos mananciais, contribuíndo así á creación de riqueza e emprego nestas zonas rurais.

Segundo se especifica no Plan estratéxico termal Ourense provincia, un dos documentos de planificación máis recentes de Galicia, o "turismo termal Galicia é dos produtos turísticos cun maior grao de especialización e singularidade, con capacidade para desestacionalizar a demanda con poder de atracción e de máis segmentos de audiencia". En efecto, o termalismo é unha aposta clara pola especialización intelixente, na que insiste a Unión Europea desde finais da primeira década deste século, no sentido de apostar non só polo turismo, senón tamén por outros sectores da actividade económica importantes como a agricultura e a gandería no desenvolvemento da planificación sobre os recursos máis auténticos, exclusivos e típicos de cada territorio, o que proporciona diferenciación (clave para a competitividade). Non cabe dúbida de que o termalismo o é, pero debe ser planificado e desenvolvido estratéxicamente, xa que a súa simple existencia non asegura o seu éxito.

Dada a relevancia do sector termal en Galicia, recóllense a continuación algunhas entidades, proxectos e iniciativas que comparten o obxectivo de promover o desenvolvemento termal na Comunidade Autónoma.

ÁREA DE TURISMO TERMAL

A creación da Área de Turismo Termal, a través do Decreto 16/2023, do 16 de febreiro (DOG do 24 de febreiro do 2023), polo que se modificaron os estatutos da Axencia Galega de Turismo, xurdiu como resposta á necesidade de potenciar os recursos naturais e os vínculos culturais do termalismo na Comunidade Autónoma de Galicia, especialmente na provincia de Ourense.

Este paso baseouse nas competencias autonómicas de autoorganización e promoción turística, de acordo co Estatuto de autonomía e os principios e disposicións constitucionais de acción administrativa.

Neste contexto, estableceuse a creación da Área de Turismo Termal como paso estratéxico para aproveitar o potencial do turismo termal en Galicia, recoñecido como un dos produtos turísticos máis especializados e con capacidade para desestacionalizar a demanda. Con sede en Ourense, esta nova estrutura tiña como obxectivo principal a promoción e desenvolvemento de Galicia como destino termal, aliñando os principios de optimización dos recursos públicos, eficiencia na xestión e mellora continua da Administración autonómica.

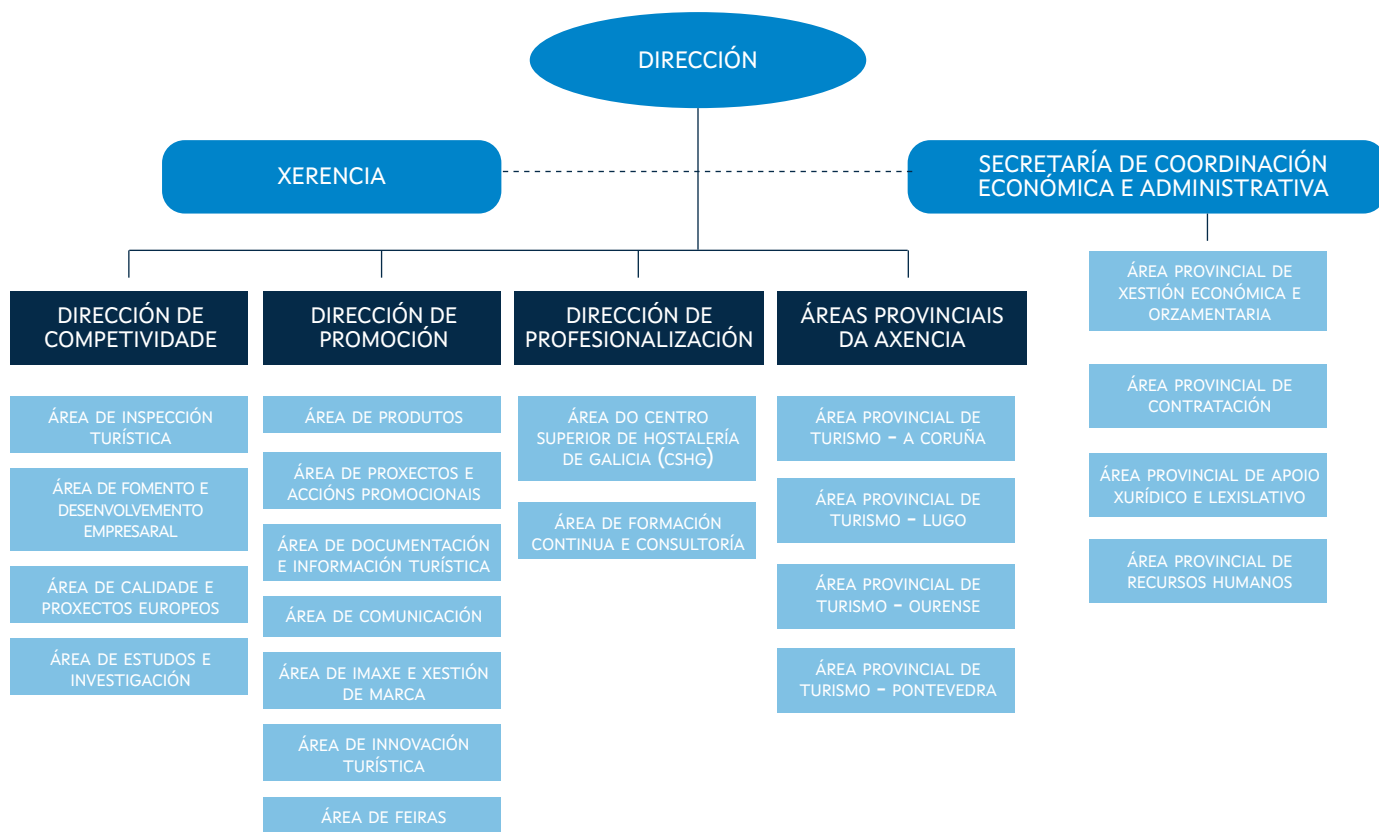


Figura 7: Organigrama do Turismo de Galicia

Fonte: Turismo de Galicia, 2024 (<https://www.turismo.gal/canle-institucional/turismo-de-galicia/organigrama>)

A partir deste decreto, a Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia exerce funcións específicas de promoción do turismo termal en Galicia, entre elas a xestión de recursos, servizos e ofertas termais competitivos e desestacionalizados. Trátase de promover a posta en valor do patrimonio, deseñar campañas de promoción, apoiar a edición de publicacións e promover a modernización das infraestruturas e a creación de nova oferta.

Ademais, encárgase de planificar e xestionar accións para posicionar a Galicia como destino termal, a través da promoción de modelos de negocio innovadores, o deseño de produtos turísticos colaborativos, a mellora da información e difusión no sector, e a integración en proxectos europeos do turismo da saúde, entre outras actividades.

Así mesmo, desenvolve programas de mellora da calidade turística no ámbito termal, fomentando a investigación, a introdución de novas tecnoloxías, a especialización de instalacións, obtención de certificacións de calidade e formación de profesionais.

Por último, coordina accións relacionadas co turismo termal no sector público revisando o marco normativo, elaborando un plan de termalismo en colaboración con diversas entidades e impulsando a coordinación entre as distintas áreas e entidades competentes.

CLÚSTER DE AUGAS MINERAIS E TERMAIS DE GALICIA

O Clúster de Augas Minerais e Termais de Galicia é unha asociación sen ánimo de lucro creada no ano 2011 coa finalidade de promover a unión, cooperación e integración de empresas e axentes relacionados coa explotación de augas minerais e termais en Galicia. Como se mencionou anteriormente, esta autonomía está recoñecida como unha das máis ricas en augas minerais e termais de Europa, que consolidou a súa tradición no aproveitamento destes recursos, tanto en balnearios como na produción de auga embotellada.

O Clúster foi promovido pola Asociación Galega da Propiedade Balneario (Balnearios de Galicia) e a Asociación Galega de Empresas Envasadoras de Augas Minerais Naturais (AGAMIN), co apoio da Dirección Xeral de Industria, Enerxía e Minas da Xunta de Galicia.

BALNEARIOS DE GALICIA

A Asociación de Balnearios de Galicia, fundada en 1985 no Gran Hotel La Toja, nace co obxectivo de representar e promover o sector termal galego. Iniciada por dez empresarios, é a segunda asociación deste tipo de España. Desde a súa creación tivo un papel relevante na evolución do sector, que pasou de ter balnearios abertos só en temporada a ter unhas prestixiosas instalacións abertas todo o ano.

Actualmente, a Asociación inclúe 19 balnearios. Entre as súas iniciativas máis salientables destaca a Cátedra de Hidroloxía Médica en colaboración coa Universidade de Santiago de Compostela, dirixida á formación de futuros médicos e á promoción do uso terapéutico das augas mineromedicinais. A Asociación tamén difunde a oferta termal galega nos ámbitos nacional e internacional, participando en feiras como Termais e Termatalia.

Para promover o sector, leva a cabo actividades culturais como a exposición "O lecer das augas" e publica material divulgativo sobre os balnearios. Ademais, recoñece o traballo de entidades e organizacións que contribúen ao progreso do termalismo, entregando a súa "Insignia de Ouro".

CÁTEDRA DE HIDROLOXÍA MÉDICA (USC-UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA)

A formación especializada en hidroloxía médica é un pilar esencial para o desenvolvemento sostible do sector termal en Galicia. Universidades e centros de formación, como a Universidade de Santiago de Compostela, ofrecen programas e cursos de hidroloxía médica, formando profesionais que poidan aplicar os coñecementos científicos para maximizar os beneficios terapéuticos das augas termais. Esta formación é fundamental para garantir a calidade e a eficacia dos tratamentos termais que se ofrecen no noso territorio, e manter a Galicia á vangarda do termalismo nos ámbitos nacional e internacional.

En concreto, a formación de termalismo en Galicia experimentou un importante rexurdimento nas últimas décadas, sobre todo grazas ao traballo pioneiro do doutor Luis Rodríguez Míguez e á creación da Cátedra Institucional de Hidroloxía Médica da USC-Balnearios de Galicia, no ano 2009. Esta iniciativa permitiu a reintrodución das docencias de Hidroloxía Médica na Facultade de Medicina e Odontoloxía da Universidade de Santiago de Compostela (USC), así como como promover actividades de formación continua e investigación no ámbito do termalismo.

Desde a súa creación, a Cátedra desenvolveu diversas actividades, entre elas a impartición de materias de libre configuración como a Hidroloxía Médica, tanto na titulación de Medicina como en xornadas de fin de semana en balnearios, que tiveron unha grande acollida entre o alumnado. Ademais, consolidouse como un centro de referencia no estudo e promoción do uso terapéutico das augas mineromedicinais, contribuíndo así a unha maior concienciación e coñecemento do termalismo entre os profesionais sanitarios da Comunidade Autónoma de Galicia.

POTENCIAIS SEGMENTOS TURÍSTICOS PARA O TERMALISMO

En canto á demanda, analízanse a continuación distintos segmentos de mercado que presentan un alto potencial de desenvolvemento do destino "Galicia termal". Estes segmentos inclúen o turismo accesible, dirixido a persoas con necesidades especiais de mobilidade; turismo médico, dirixido a visitantes que buscan tratamentos de saúde; turismo sénior, centrado en persoas maiores que valoran as propiedades terapéuticas das augas termais; turismo de benestar, que busca experiencias de relaxación e coidado persoal; turismo de beleza, que combina tratamentos estéticos co medio natural; e o turismo sostible, que atrae viaxeiros comprometidos co medio ambiente.

Nun contexto no que o turismo de saúde e benestar está en auge, é fundamental comprender e aproveitar as oportunidades que presentan os distintos perfís de visitantes, cada un con necesidades e expectativas concretas.

TURISMO ACCESIBLE

O concepto de "turismo accesible", segundo a Organización Mundial do Turismo (OMT), refírese á adaptación dos contornos, produtos e servizos turísticos para que sexan accesibles, utilizables e agradables para todas as persoas baixo os principios do deseño universal. Isto implica que os destinos e os seus servizos deben estar deseñados para ser inclusivos, permitíndolles o acceso a todos, independentemente das súas capacidades físicas, sensoriais ou cognitivas.

A accesibilidade no turismo é unha necesidade que afecta a todos nalgún momento da vida. Pode ser necesario por unha discapacidade, enfermidade, accidente, embarazo, idade avanzada ou mesmo por situacións temporais, como levar equipaxe voluminosa ou estar nun ambiente descoñecido. Esta necesidade de accesibilidade non só lles afecta aos turistas, senón tamén aos residentes locais do destino.

Segundo a Organización Mundial da Saúde (OMS, 2023), 1.300 millóns de persoas –arredor do 16 % da poboación mundial –teñen un alto grao de discapacidade. Isto incide na importancia de que os destinos estean preparados para acoller e atender persoas con discapacidade ou outras necesidades especiais. Ademais, o envellecemento da poboación mundial tamén amplía a demanda de servizos accesibles. En 2050, a porcentaxe de persoas maiores de 60 anos duplicarase, e representará o 22 % da poboación mundial, o que equivale a dous mil millóns de persoas (OMS, 2011). De feito, case o 50 % das persoas maiores de 60 anos ten algunha discapacidade (UNDESA, 2022).

Ademais, os viaxeiros con discapacidade adoitan viaxar acompañados de dúas ou tres persoas, o que amplifica o seu impacto económico nos destinos que visitan (Bowtell, 2015).

Nas economías desenvolvidas, dous terzos das persoas con discapacidade poden ter os medios económicos para viaxar (Bowtell, 2015). Moitos destes turistas maiores teñen ingresos estables, máis tempo libre e maior dispoñibilidade, o que aumenta a demanda de servizos accesibles que lles permitan viaxar sen dificultades.

Implementar o turismo accesible non só é un dereito, recoñecido pola Convención sobre os Dereitos das Persoas con Discapacidade das Nacións Unidas (ONU), senón que tamén é un investimento estratéxico. Considerando a accesibilidade desde o deseño inicial ou mediante pequenos cambios, pódense conseguir melloras significativas que incrementen a cota de mercado dun destino. Ademais, cumprir coas condicións de accesibilidade mellora a competitividade, favorece a fidelización dos clientes e garante unha maior satisfacción, asegurando unha experiencia positiva para todos os turistas.

Neste caso, ademais de desenvolver un destino accesible, o potencial do turismo termal en Galicia reside en aproveitar as propiedades das augas mineromedicinais para tratamentos que poidan beneficiar a persoas con discapacidades diversas.

En España, o Programa de termalismo IMSERSO, deseñado para mellorar a calidade de vida das persoas maiores, permite o acceso a tratamentos termais en establecementos especializados que dispoñan de mananciais de augas mineromedicinais. Segundo a Orde SSI/1688/2015 (Ministerio de Sanidade, Servizos Sociais e Igualdade, 2015), tamén poden beneficiarse deste programa as persoas con discapacidade sempre que cumpran determinados requisitos, como ser pensionistas por incapacidade permanente da Seguridade Social ou acreditar un grao de discapacidade igual ou superior a 45% se acompañan os seus pais durante as quendas termais.

Isto supón unha área de oportunidade de especialización neste mercado potencial.

Un exemplo diso é o programa de termalismo dirixido a persoas con discapacidade intelectual, como o desenvolvido pola Comunidade Autónoma de Castela-A Mancha. Este programa, financiado pola Comunidade Autónoma, ten como obxectivo mellorar a calidade de vida das persoas con discapacidade intelectual mediante o acceso a tratamentos termais.

O Programa de termalismo (Plena Inclusión Castela-A Mancha, 2018) é un compoñente clave na estratexia da Comunidade Autónoma de Castela-A Mancha para promover o envellecemento activo e o benestar destas persoas. Este programa traballa conxuntamente coa Xunta de Castela-A Mancha

para mellorar a calidade de vida e promover o envellecemento saudable das persoas con discapacidade intelectual, utilizando os beneficios terapéuticos das augas termais como ferramenta imprescindible neste proceso. Este enfoque non só mellora a saúde e o benestar dos participantes, senón que amplía o alcance e a relevancia do turismo accesible e de benestar na Comunidade Autónoma, un exemplo do que se podería implantar en Galicia.

TURISMO MÉDICO E SANITARIO

Nun contexto no que o turismo de saúde e benestar está en auge, é fundamental comprender e aproveitar as oportunidades que presentan os distintos perfís de visitantes, cada un con necesidades e expectativas concretas. A clasificación dunha viaxe segundo a súa finalidade principal debe estar relacionada coas principais actividades que se desenvolvan durante esta. Segundo este criterio, cada viaxe turística ten unha única finalidade principal, aínda que o visitante tamén pode realizar actividades secundarias durante a súa estancia.

No caso do turismo médico, esta categoría inclúe, por exemplo, a recepción de servizos en hospitais, clínicas, residencias de convalecencia e, en xeral, en institucións sanitarias e sociais. Tamén abranque as visitas a centros de talasoterapia, balnearios e outros lugares especializados para recibir tratamentos médicos cando se baseen en recomendacións médicas, incluídas cirurxías estéticas que utilicen instalacións e servizos médicos. É importante ter en conta que esta categoría inclúe só tratamentos de curta duración, xa que os tratamentos de longa duración que requiren estancias dun ano ou máis non se consideran parte do turismo (OMT).

O turismo médico distínguese do turismo de saúde, que engloba aqueles tipos de turismo motivados principalmente pola contribución á saúde física, mental e/ou espiritual a través de actividades médicas e de benestar que melloran a capacidade das persoas para satisfacer as súas propias necesidades e funcionar mellor como individuos no seu contorno e na sociedade (OMT). É importante sinalar que, segundo a OMT, o turismo de saúde abarca tanto o turismo de benestar como o turismo médico, o que destaca a interrelación entre estas categorías dentro do sector turístico.

TURISMO SÉNIOR

O envellecemento como fenómeno demográfico mundial fixo que a poboación maior sexa considerada un sector emerxente en diversos mercados, entre os que destaca o turismo (Mazo, M., Cortés, T., 2020). Como consecuencia dos cambios demográficos no ámbito mundial, a Organización Mundial do Turismo (OMT, 2019) estima que para 2050 o número de viaxes internacionais realizadas por persoas de 60 ou máis anos superará os 2.000 millóns (fronte aos 593 millóns rexistrados en 1999). Polo tanto, o turismo deste segmento de poboación (turismo da terceira idade) debe considerarse un mercado prometedor que debe ser atendido (Rodríguez *et al.*, 2021).

En España, o programa de termalismo social do Instituto de Maiores e Servizos Sociais (IMSERSO), implantado desde 1989, foi clave para a desestacionalización do turismo termal e o fomento do envellecemento activo. Este programa atende as persoas maiores, contribuíndo non só á súa saúde física, senón tamén a combater a soidade non desexada, fenómeno relevante neste grupo de poboación. Ademais, este programa impulsou o desenvolvemento económico do sector termal, especialmente nos territorios rurais cunha poboación envellecida e dispersa, ao manter a actividade económica e o emprego durante a tempada baixa.

Segundo os datos do Estudo sobre a actualización, análise de alternativas e propostas de mellora na estrutura do Programa de termalismo IMSERSO, publicado en 2023, Galicia sitúase como a comunidade autónoma con maior participación neste programa. Os balnearios galegos representan o 21 % do total de establecementos termais implicados e o 15 % das prazas ofertadas en todo o territorio nacional, o que subliña a importancia do turismo sénior para Galicia (IMSERSO, 2023). Estas cifras demostran que Galicia ten un papel destacado no termalismo social, que ofrece oportunidades para capitalizar este mercado en expansión.

O turismo sénior, apoiado en programas como o IMSERSO, ofrecélle a Galicia a oportunidade de consolidarse como destino de referencia no termalismo, atraendo un crecente segmento de poboación con alto potencial de consumo, que impulsa tanto o desenvolvemento económico local como a mellora do benestar da poboación maior.

TURISMO DE BENESTAR

O turismo de benestar é un tipo de actividade turística que ten como obxectivo mellorar e equilibrar as principais áreas da vida humana, incluídas a física, mental, emocional, ocupacional, intelectual e espiritual. A motivación principal do turista de benestar é participar en actividades preventivas, proactivas e de mellora do estilo de vida, como ximnasia, alimentación saudable, relaxación, autocoidado e tratamentos curativos (Glosario da OMT).

O GWI (Global Wellness Institute) definiu e mediu por primeira vez o turismo de benestar en 2013 como "viaxes asociadas á procura de manter ou mellorar o benestar persoal". No seu último informe sobre a economía global do turismo de benestar preséntanse datos relevantes sobre o rápido crecemento deste sector ata antes da pandemia (2020), tendo, pola súa vez, unha recuperación gradual de 2020 a 2022, xunto coa das restricións de viaxe á pandemia e á recuperación do mercado turístico en xeral. O turismo de benestar alcanzou os 651.000 millóns de dólares en 2022.

O GWI proxecta que o turismo de benestar crecerá rapidamente nos próximos anos, cunha proxección do 16,6 % anual e alcanzará os 1,4 billóns de dólares en 2027.

Segundo este informe, os viaxeiros realizaron máis de 819 millóns de viaxes de benestar nacionais e internacionais en 2022, por debaixo do nivel anterior á pandemia, de 936 millóns de viaxes en 2019.

En canto ao consumo, pódese ver que os turistas internacionais de benestar gastaron unha media de 1.764 dólares por viaxe en 2022, un 41 % máis que o típico turista internacional. Os turistas de benestar domésticos gastaron 668 dólares por viaxe, un 175 % máis que o turista nacional medio.

O turismo de benestar secundario implica viaxes nas que o benestar non é a motivación principal, senón que afecta ás opcións e actividades porque o viaxeiro desexa manter unha boa saúde e/ou o seu estilo de vida de benestar durante a viaxe. Os viaxeiros de benestar secundarios representaron o 88 % das viaxes de benestar e o 85 % do gasto do turismo de benestar en 2022.

Neste mesmo informe fálase de datos sobre a industria dos mananciais termal/medicinal nos ámbitos mundial, rexional e nacional desde 2013.

Estímase que hai uns 31.290 establecementos de fontes termais/minerais que operan en 130 países.

Como industria dependente do turismo, as augas termais/minerais foron un dos sectores de benestar máis populares afectados negativamente pola pandemia, debido ao peche de fronteiras e á suspensión de actividades na maioría dos negocios. Nesta recuperación gradual, GWI estima que se abriron polo menos 150 novos establecementos termais/minerais entre 2020 e 2022, en todas as rexións do mundo. Polo menos 42 novos proxectos xa se inauguraron ou estaban programados para abrir no 2023, e máis de 200 proxectos xa están en proceso de apertura ou desenvolvemento futuro.

En canto á distribución xeográfica, a industria de augas termais/minerais está moi concentrada en Asia-Pacífico e Europa, que en conxunto representaron o 94 % dos ingresos da industria e o 93 % dos establecementos en 2022.

TURISMO DEPORTIVO

O turismo deportivo consolidouse como unha actividade turística en auge, onde os viaxeiros buscan participar ou presenciar eventos deportivos, realizando actividades tanto comerciais como non comerciais que, en xeral, teñen un carácter competitivo (OMT, s.d.). Este tipo de turismo non só se limita á competencia, senón que abrangue aspectos de saúde, benestar, lecer e aventura. Neste contexto, o termalismo xorde como un aliado estratéxico para o turismo deportivo, ofrecendo beneficios que van máis alá do simple gozo das augas termais.

O balneario de Ledesma é un claro exemplo de como o termalismo se pode integrar eficazmente no turismo deportivo. Na actualidade, co aumento da popularidade do deporte como pilar da saúde e do benestar, os balnearios cobraron un novo valor como centros de recuperación e fortalecemento físico dos deportistas.

Os beneficios do termalismo para os deportistas son múltiples. Estes inclúen a mellora da circulación sanguínea, a redución do estrés, o alivio da dor, a mellora da pel e a desintoxicación do organismo (balneario de Ledesma, 2023). Os estudos demostraron que os tratamentos termais non só axudan na recuperación poscompetición, senón que tamén evitan lesións articulares e musculares, converténdose nunha ferramenta imprescindible para deportistas de todas as disciplinas.

O deporte converteuse nunha afección para moitos, e a atención sanitaria e prolongar a súa vida deportiva son obxectivos comúns entre os deportistas afeccionados, que están dispostos a investir no seu benestar (balneario de Ledesma). Neste sentido, o termalismo preséntase como unha opción ideal para aqueles que buscan mellorar o seu rendemento deportivo e manter unha condición física óptima mediante tratamentos especializados e adaptados ás súas necesidades.

O turismo deportivo en Galicia atopou un aliado estratéxico nos balnearios, como é o caso de Laias, que non só entrou neste mercado, senón que acadou un papel preponderante. As instalacións do hotel balneario de Laias situáronse como idóneas para o adestramento deportivo, destacando o valor engadido que ofrecen as súas augas termais, o que converte o lugar nun ambiente idóneo para a preparación dos atletas.

No Centro de Formación de Remo e Piragüismo de Laias, Arnoia e Castrelo de Miño (CERLAC), preto dun milleiro de remeiros e piragüistas de diversos países como o Reino Unido, Bielorrusia, Australia, Romanía, A China, España, Francia, Holanda, Hungría, Ucraína, Portugal, Bélxica, Bulgaria e Corea do Sur acoden anualmente a instalacións de alto rendemento para realizar a súa preparación deportiva. Estas instalacións consolidáronse como referente internacional no ámbito da formación para deportes acuáticos (Caldaria, 2022).

Segundo o *Estudo de actualización, análise de alternativas e propostas de mellora na estrutura do Programa de termalismo IMSERSO*³, publicado en agosto de 2023, Galicia é a comunidade autónoma que rexistra o maior rendemento técnico deste programa: maior número de balnearios participantes (19); maior número de prazas ofertadas (25.118); maior número de prazas executadas (20.093 correspondentes a un índice de execución do 80 %).

Segundo ese mesmo estudo, os balnearios de Galicia representan o 21 % do total de estacións termais participantes no programa e o 15 % das prazas ofertadas. Así mesmo, en canto ao peso de cada unha das CCAA, o grupo de balnearios de Galicia gastou en 2022 unha cifra próxima aos 3,72 millóns de euros, o que equivale ao 15,95 % do orzamento da programa.

³ https://imserso.es/documents/20123/101570/2023_inf_termalimo.pdf/f1be4ae8-2a39-5859-462c-

ANÁLISE DAFO

Tendo en conta o contexto anteriormente exposto, a reactivación do turismo termal en Galicia debe desenvolverse atendendo aos seus puntos fortes e débiles (potenciando os primeiros e mitigando/eliminando os segundos), así como á situación que se atopa, especialmente despois da covid-19, cuxo impacto trouxo novas oportunidades, pero tamén aumentou as ameazas ás que se enfronta o sector termal.

A análise DAFO, cuxas conclusións se presentan a continuación, prestou especial atención ás reflexións dos axentes entrevistados no marco do desenvolvemento do traballo. Se por unha banda as súas reflexións permitiron (ou non) validar o diagnóstico "extraído" dos diferentes estudos e documentos estratéxicos analizados, por outra, permitiu identificar aqueles ámbitos de actuación prioritarios para o ecosistema termal de Galicia. Por este motivo, parte das seguintes conclusións que se estableceron e xustificaron as actuacións propostas nos capítulos seguintes.

DEBILIDADES:

- Resistencia ao cambio: o sector termal en Galicia percíbese como tradicional e pouco proclive á innovación e ao desenvolvemento de novos modelos de negocio.
- Falta de información e difusión do coñecemento: a ausencia de fontes de información e a escasa colaboración entre os axentes do sector dificultan a modernización e a adopción de mellores prácticas.
- Dependencia de investimentos elevados: o elevado custo dos investimentos e o seu mantemento poden limitar o crecemento e a innovación do sector.
- Dependencia das subvencións: a dependencia das subvencións do goberno pode afectar a capacidade dos centros termais de mellorar e diversificar continuamente a súa oferta.
- Dependencia de segmentos de mercado: dependencia de grupos específicos como o IMSERSO, limitando a capacidade económica de mellora continua.
- Competencia con outros sectores turísticos: pode dificultar a captación de visitantes e diferenciar a oferta termal.
- Falta de recoñecemento no sector sanitario: non inclusión na Carta de servizos sanitarios, polo tanto, limitación da cobertura dos tratamentos termais en España, afectando á súa viabilidade como opción sanitaria.
- Deficiencia na formación continua: falta de programas formativos que permitan profesionais do sector para adaptarse ás necesidades actuais.
- Incapacidade para reter talento e persoal formado: a localización (zonas rurais) da maioría dos establecementos termais en zonas pouco atractivas para a poboación nova dificulta a retención de talento e persoal cualificado.
- Escaseza de material promocional especializado: a falta de material promocional especializado dificulta a difusión e a comunicación efectiva da oferta termal galega, o que pode limitar o seu alcance e atractivo para os turistas.
- Falta de coñecemento profundo da oferta termal e dos mercados potenciais: o descoñecemento tanto da oferta termal como dos mercados potenciais dificulta a planificación estratéxica e promoción efectiva do destino.
- Falta de conexión cos potenciais consumidores: non existe unha comunicación efectiva sobre as vantaxes e experiencias que ofrecen as termas galegas, o que dificulta a captación de novos clientes.

- Accesibilidade viaria limitada: a localización dos centros termais fóra dos grandes núcleos urbanos limitan a accesibilidade viaria, o que lles dificulta o acceso a algúns visitantes e reduce a oferta de transporte dispoñible.
- Falta de claridade e regulación: existe confusión en canto á diferenciación entre servizos termais e outros similares, así como falta de regulación clara para garantir a calidade e seguridade dos servizos ofrecidos.
- Falta de priorización na política nacional: a falta de apoio e priorización do termalismo por parte das institucións gobernamentais debilita o seu desenvolvemento e promoción.
- Falta de acceso á información: a limitada dispoñibilidade de información sobre os recursos termais e o seu impacto na saúde dificulta que a comunidade poida apreciálos e aproveitálos.
- Falta da figura de organización do xestor de destino (DMO): a designación dun órgano encargado da xestión e promoción do turismo termal podería impulsar a coordinación e desenvolvemento do sector.

AMEAZAS:

- Usos incorrectos ou irregulares: existen indicios de posibles usos incorrectos ou presuntos do termo "termalismo", que podería minar a reputación do sector e xerar desconfianza entre os consumidores.
- Competencia desleal: a falta dunha regulación e supervisión adecuadas podería permitir prácticas desleais que afectan á calidade e reputación dos servizos termais en Galicia.
- Estancamento sen innovación: a falta de innovación e modernización pode provocar o estancamento do sector e a perda de competitividade fronte a outros destinos turísticos. O sector require unha constante actualización e innovación para satisfacer as necesidades cambiantes dos clientes e manter o seu interese a longo prazo.
- Concurso internacional: pode competir con destinos termais internacionais limitar o crecemento e a atracción de visitantes, ademais de mostrar rivalidade con outros destinos que ofrecen servizos de saúde e benestar máis integrados e diversificados.
- Normativa sanitaria: os cambios na normativa sanitaria poden afectar á capacidade dos centros termais para ofrecer tratamentos médicos e atraer turismo médico, obstáculos que dificultan a implantación de cambios e a ampliación do sector.
- Falta de conexión entre o turismo termal e o sector sanitario: a falta de achegamento entre a Área de Turismo Termal e o sector sanitario dificulta a integración e o aproveitamento das sinerxías entre ambos.
- Baixa valoración do termalismo: a falta de recoñecemento do termalismo como recurso terapéutico e a dificultade para demostrar o seu valor para áreas concretas, pola especialización do territorio, supón unha ameaza para o seu desenvolvemento e promoción.
- Retos de desenvolvemento: os retos en materia de desenvolvemento, competitividade e atracción de investimentos privados supoñen unha ameaza para o crecemento sostible do sector termal en Galicia, así como a súa capacidade de manterse relevante no mercado turístico.
- Desinterese dalgúns axentes/sectores: a falta de promoción e a percepción de desinterese por parte das institucións pode provocar unha diminución do interese público polo termalismo en Galicia.
- Perda de competitividade: a falta de posicionamento da marca "Galicia termal" e a infrautilización do patrimonio termal supoñen unha ameaza para a competitividade do destino turístico no mercado.

FORTALEZAS:

- Patrimonio termal: Galicia posúe un rico patrimonio arquitectónico termal, non só en *buvettes*, senón tamén en edificacións e infraestruturas que constitúen unha base sólida para o desenvolvemento do turismo termal na Comunidade Autónoma.
- Exploración de proxectos innovadores: experiencias como o proxecto AQUAPRED⁴ demostran que o sector termal galego ten potencial de innovación e de adopción de tecnoloxías avanzadas.
- Riqueza mineromedicinal: a auga mineromedicinal ofrece un potencial terapéutico único, que pode atraer tanto a turistas de lecer como a aqueles que buscan tratamentos médicos especializados.
- Diversificación de usos: a versatilidade da auga mineromedicinal permite unha variedade de aplicacións terapéuticas, o que amplía o atractivo do sector.
- Experiencia turística integral: a integración dos servizos termais con outros produtos e os servizos turísticos ofrecen unha experiencia completa e atractiva para os visitantes.
- Posicionamento como produto de excelencia: oportunidade de destacar o termalismo como tratamento/terapia de calidade no mercado da saúde e do benestar.
- Apertura á innovación e á tecnoloxía: adopción de tecnoloxías punteiras para mellorar eficiencia e responder ás demandas dos turistas.
- Oferta formativa e recoñecemento académico: existencia de programas formativos e unha Cátedra de Hidroloxía Médica, apoiando o desenvolvemento profesional do sector.
- Formación presencial: a posibilidade de formar recursos humanos na realidade específica de cada centro termal é unha vantaxe importante para mellorar a calidade do tratamento.
- Iniciativas de formación e emprendemento: a presenza de programas como o ciclo de grao superior en Termalismo e o programa INNOVATech FP⁵ demostra a vontade de apoiar o emprendemento e promover a innovación no sector termal.
- Iniciativas en colaboración coa Consellería de Educación: a iniciativa Proxecta⁶ ofrece unha oportunidade única para introducir a mocidade no mundo dos balnearios e centros de talasoterapia desde idades temperás, que poden xerar unha sólida base de clientes no futuro.
- Versatilidade do termalismo: o sector termal non só ofrece beneficios terapéuticos, senón tamén unha experiencia turística completa, que o fai atractivo para unha variedade de clientes.
- Situación en contornas naturais: as termas galegas contan cunha vantaxe competitiva grazas á súa localización no medio natural e rural, ofrecendo unha experiencia única para os visitantes que buscan relaxación e conexión coa natureza, e proporcionando oportunidades para o desenvolvemento de actividades complementarias no medio natural.

4 Proxecto financiado polo programa de cooperación territorial europea SUDOE, liderado pola Universidade de Vigo, que busca introducir intelixencia artificial na xestión e control da calidade da auga termal nos balnearios (<https://interreg-sudoe.eu/proxecto-interreg/aquapred/>)

5 <https://www.edu.xunta.gal/fp/innovatech-fp>

6 https://www.xunta.gal/plans-e-actuacions?content=actuacion_0021.xml

OPORTUNIDADES:

- Colaboración público-privada: establecer colaboracións entre a Xunta e as empresas do sector poderían favorecer o investimento en I+D+i e a modernización da oferta termal.
- Cocreación e Open Innovation: o ámbito da cocreación e innovación aberta presenta oportunidades para explorar novas formas de aproveitar o potencial da auga mineromedicinal e mellorar a experiencia do cliente.
- Modernización do sector: modernización e captación de investimentos para dinamizar o sector, fomentando a innovación en produtos e servizos.
- Atracción de turismo médico: hai un interese crecente polo turismo médico, que podería ampliar o mercado dos centros termais que ofrecen tratamentos especializados, abrindo a posibilidade de adaptar as estratexias turísticas ao sector termal, ampliando o seu alcance e mercado potencial.
- Mellora da carteira de oferta de servizos das aseguradoras privadas: posibilidade de establecer alianzas estratéxicas entre entidades aseguradoras, Sergas e sociedades profesionais da medicina para ampliar o negocio termal e aumentar a súa rendibilidade. Potencial colaborativo para afirmar o compoñente terapéutico de termalismo.
- Directiva sanitaria transfronteiriza para aproveitar en España: potencial para converterse nun tratamento recoñecido e cuberto no ámbito da asistencia médica internacional.
- Desenvolvemento tecnolóxico e innovación en modelos de negocio: introdución de novas tecnoloxías e innovación en modelos de negocio poden impulsar o desenvolvemento e modernización do sector termal.
- Identificación de novos segmentos de mercado: actualización constante para adaptarse ás necesidades e preferencias cambiantes da clientela e do mercado.
- Promoción da oferta termal en combinación con outros produtos turísticos: a integración do termalismo con outros atractivos turísticos pode crear experiencias completas e atractivas para os visitantes, aumentando así a demanda.
- Segmentación e diferenciación da oferta: a posibilidade de segmentar e diferenciar a oferta termal permite penetrar en mercados específicos e manter as cotas de mercado, o que abre novas oportunidades de crecemento.
- Chegada do AVE a Ourense: supón unha oportunidade para mellorar a accesibilidade ás termas galegas, atraendo un maior número de visitantes e facilitando o seu desprazamento desde outras autonomías.

Cómpre engadir que Galicia se presenta tamén como autonomía pioneira en España no que respecta á lexislación de aproveitamento recreativo das augas termais e que foi a primeira comunidade autónoma en regular os distintos usos das augas termais (Lei de regulación do aproveitamento lúdico das augas termais de Galicia).

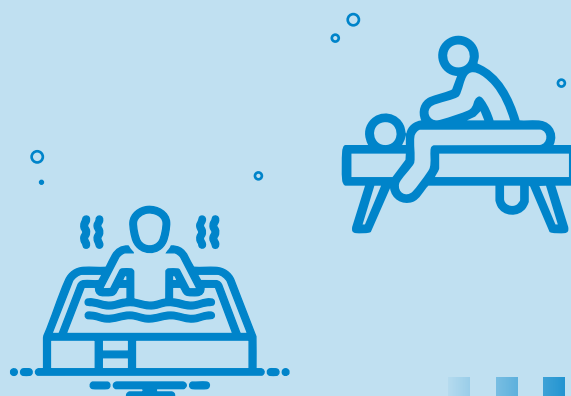
No ámbito turístico, tamén hai que ter en conta o valor engadido que a tradición histórica da Galicia termal representa (ou pode representar) para o relato asociado á experiencia termal, xa que o aproveitamento (tanto terapéutico como recreativo) das súas augas termais se vén facendo desde tempos prerromanos atribuíndo os "poderes curativos" da auga ás divindades. A este uso están asociadas distintas infraestruturas, que son hoxe en día, en moitos casos, monumentos e/ou lugares e bens de interese público. Son exemplos as termas de Bande (asociadas ao campamento romano de Aquis Querquennis ou, máis recentemente, ao conxunto do balneario de Mondariz).

A reactivación de "Galicia Termal Destination" preséntase como unha oportunidade de excelencia para desenvolver/incrementar o potencial turístico de Galicia:

- É fundamental abordar as debilidades identificadas, como a resistencia ao cambio e a falta de información, para garantir o desenvolvemento sostible e competitivo do sector.
- A colaboración entre os distintos axentes e a adopción de medidas de loita contra as prácticas desleais son fundamentais para reforzar a cadea de valor asociada ao termalismo e favorecer o seu crecemento e diversificación en Galicia.
- O sector termal atópase nunha encrucillada onde debe aproveitar as súas fortalezas naturais e culturais para adaptarse ás novas demandas do turismo médico e de lecer. Para conseguilo, é fundamental modernizar as infraestruturas, diversificar a oferta e establecer alianzas estratéxicas co sector sanitario.
- É fundamental abordar a dependencia do financiamento externo e a falta dunha cadea de valor completa, para manter a súa competitividade a longo prazo.
- A cocreación e a innovación son esenciais para afrontar retos e aproveitar as oportunidades que ofrece este sector en constante evolución. Neste contexto, a colaboración con institucións académicas é esencial e innovadora para reforzar a posición do sector termal galego.
- Os centros termais de Galicia contan cunha sólida base na súa localización e contornos naturais, polo que é fundamental afrontar os retos que se presentan en materia de accesibilidade, regulación e competencia desleal.

OBXECTIVOS

1. APOIAR A AMPLIACIÓN E MODERNIZACIÓN DO TECIDO EMPRESARIAL VINCULADO AO TERMALISMO.
2. REPOSICIONAR GALICIA COMO DESTINO TURÍSTICO TERMAL.
3. POTENCIAR OS ATRIBUTOS DE CALIDADE DO TERMALISMO GALEGO.
4. REFORZAR A PROFESIONALIZACIÓN NO TURISMO TERMAL.
5. IMPULSAR A ACTIVIDADE TURÍSTICA DAS CONTORNAS RURAIS.
6. PROMOVER E COMERCIALIZAR NOVOS PRODUTOS.



ACCIONES ESTRATÉGICAS



A continuación preséntanse as actuacións entendidas como estratéxicas e prioritarias, tendo en conta a súa viabilidade, a relevancia e, moi especialmente, a posibilidade da súa posta en marcha inmediata.

Este Catálogo de accións organízase en bloques que respondan á necesidade de estruturar e comunicar de forma clara e estratéxica as prioridades e enfoques do sector termal en Galicia. Segue, polo tanto, a metodoloxía e a estratexia de comunicación establecidas pola Axencia Turismo de Galicia para a comunicación dos contidos deste catálogo. Espérase que este enfoque non só optime a implementación, senón que tamén reforce a colaboración e o compromiso dos distintos actores implicados.

BLOQUE 1: XERACIÓN E DIFUSIÓN DE COÑECEMENTO

Este primeiro bloque céntrase na superación das debilidades detectadas relacionadas coa falta de información e a reducida colaboración entre os actores do sector termal galego. Este conxunto de actuacións busca consolidar un marco de coñecemento que permita profesionalizar e modernizar o sector. A través de ferramentas como un manual de boas prácticas, programas de formación especializada e un observatorio termal, preténdese promover a innovación e a transferencia de coñecemento, facilitando a retención do talento e o desenvolvemento profesional. Ademais, proxectos de investigación como "O termalismo, unha estratexia sanitaria" buscan poñer en valor o impacto económico e médico do sector á vez que iniciativas como a Colección Termal de Galicia reforzan o seu valor cultural e histórico.

BLOQUE 2: INVESTIMENTOS, MODERNIZACIÓN E INFRAESTRUTURAS

Deseñado para abordar a dependencia do financiamento externo e a necesidade de modernización identificada no diagnóstico. As iniciativas aquí detalladas céntranse na captación de investimentos e na optimización das infraestruturas do sector termal, reforzando a súa competitividade e a capacidade de adaptación ás novas demandas do mercado. Desde o apoio á creación de novos establecementos termais ata programas piloto de mobilidade termal, estas actuacións buscan posicionar a Galicia como un referente no turismo de saúde e benestar, modernizando a súa oferta e mellorando a experiencia do usuario.

BLOQUE 3: GOBERNANZA

Este bloque responde á necesidade de reforzar a normativa existente, evitando usos irregulares e competencia desleal no sector termal. Estas actuacións buscan establecer un marco normativo sólido que garanta a calidade e seguridade dos servizos ofertados.

Por outra banda, a creación da Mesa Galega de Termalismo, xunto con inspección e regulación, reforzará a gobernanza do sector e xerará confianza entre os consumidores, ademais de aliar os esforzos de todos os axentes implicados para promover o desenvolvemento sostible do termalismo galego.

BLOQUE 4: DESENVOLVEMENTO DE PRODUTOS, COMUNICACIÓN E MERCADOTECNIA

Por último, o cuarto bloque ten como principal obxectivo reforzar a promoción efectiva e a conexión cos consumidores. Este conxunto de actuacións integra estratexias de márketing innovadoras, así como a creación de produtos termais, viaxes familiares dirixidas a asociacións de pacientes e compañías de seguros diferenciados, e un plan integral de comunicación e *branding*. Estas medidas buscan aumentar a visibilidade do termalismo galego, situándoo como unha opción de excelencia en saúde e benestar. Proxectos como "Galicia Zona Azul" destacan a integración do sector na paisaxe e na cultura da Comunidade Autónoma, ofrecendo unha experiencia turística integral e atractiva para segmentos específicos do mercado.

Bloque	Título da acción
1. Xeración e difusión de coñecemento	1.1 Manual de boas prácticas (para o sector termal)
	1.2 Observatorio termal
	1.3 Programa de asesoramento personalizado
	1.4 Programa de formación continua especializada, desenvolvemento profesional e retención de talento no sector termal
	1.5 O termalismo, unha estratexia sanitaria. Investigación sobre o potencial aforo médico a través do termalismo.
	1.6 Colección termal de Galicia
2. Investimentos, modernización e infraestrutura	2.1 Programa de modernización e captación de investimentos en aloxamentos e establecementos do sector termal
	2.2 Apoio á creación de establecementos termais
	2.3 Programa piloto de mobilidade
3. Gobernanza	3.1 Mesa Galega de Termalismo
	3.2 Inspección e regulación dos establecementos termais de Galicia
4. Desenvolvemento de produto, comunicación e mercadotecnia	4.1 Acción de márketing (viaxe de familiarización) coas asociacións de pacientes
	4.2 Acción de comercialización (viaxe de familiarización) coas compañías de seguros
	4.3 Acción de comercialización con operadores sanitarios especializados
	4.4 Posta en marcha de novos produtos turísticos
	4.5 Plan integral de comunicación e marca
	4.6 Galicia Zona Azul

Figura 8: Inventario de actuacións

Fonte: Elaboración propia

Algunhas das actuacións incluídas no catálogo teñen carácter transversal, o que lles permite encaixar en máis dun bloque polos seus múltiples obxectivos e enfoques. Por exemplo, a Colección termal de Galicia podería considerarse parte do bloque Desenvolvemento de produto, comunicación e márketing, xa que contribúe á creación dun produto cultural e turístico atractivo que reforce a oferta do sector. Non obstante, ao incidir na mellora do coñecemento e no uso da investigación existente, decidiuse incluílo no bloque Xeración e difusión do coñecemento.

Este criterio de clasificación reflicte a intención de priorizar a finalidade principal de cada actuación e a súa contribución estratéxica ao desenvolvemento do sector termal. Así, as iniciativas que teñan incidencia en máis dun ámbito adscribíense ao bloque que mellor representa o seu obxectivo primordial, garantindo a coherencia na presentación do catálogo e facilitando a identificación dos seus resultados esperados.

Esta flexibilidade na clasificación tamén subliña a interconexión entre os bloques, demostrando que o desenvolvemento do sector termal require un enfoque integrado no que as actuacións se complementen, xerando sinerxías para acadar os obxectivos xerais do programa.

BLOQUE 1: XERACIÓN E DIFUSIÓN DO COÑECEMENTO

Título da acción

1.1 MANUAL DE BOAS PRÁCTICAS (PARA O SECTOR TERMAL)

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

Desenvolvemento de programas de mellora da calidade turística no ámbito termal.

OBXECTIVOS

- Establecer estándares de calidade específicos para os servizos termais, que van desde a hixiene ao servizo de atención ao cliente, co fin de garantir unha experiencia segura e satisfactoria para visitantes.
- Evitar/reducir os desequilibrios competitivos e promover a igualdade de condicións no sector do turismo de benestar en Galicia.
- Desenvolver pautas detalladas e prácticas que sirvan de ferramenta de referencia para establecementos termais e balnearios, coa finalidade de mellorar a competitividade da sector e promover a excelencia nos servizos ofrecidos.
- Consolidar Galicia como destino termal de excelencia nos ámbitos nacional e internacional, promovendo os estándares de calidade establecidos no manual.

XUSTIFICACIÓN

A calidade é unha variable fundamental para o posicionamento e consolidación de “Galicia Destino Termal”, especialmente desde a perspectiva do turismo. A excelencia é, en si mesma, un factor de atracción de novos perfís de turistas, que cada vez seleccionan máis os seus lugares e actividades de lecer en función das clasificacións que publican (sobre todo nas redes sociais) tanto outros turistas como os atribuídos a creadores de opinión de distintos tipos. É, ademais, unha variable fundamental no que respecta á regulación da competencia na industria.

Para os efectos desta proposta, a calidade debe entenderse como a “escala” de que os establecementos deben ou non estar incluídos na carteira de produtos e servizos termais de Galicia e, deste xeito, no conxunto de entidades para promover e apoiar a Área de Turismo Termal.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Actualmente existe un Manual de boas prácticas en turismo de benestar do sistema de saúde posto en marcha polo Sistema de Calidade en Destino (SICTED) que inclúe os estándares de calidade que se aplican aos resorts, balnearios, servizos de talasoterapia etc. Non obstante, o manual proposto aquí ten un nivel de maior demanda en resposta ao crecente interese que foi despertando o turismo de benestar no mercado turístico (reforzado pola crise da covid-19, que provocou unha maior preocupación polo equilibrio corpo-mente).

Non se trata só de establecer estándares de calidade claros e específicos para os establecementos de augas termais, así como para ofertas similares (e competitivas) que non inclúan augas termais. As directrices incluídas e detalladas neste manual deben ser establecidas e acordadas cos axentes técnicos destes subsectores, garantindo, deste xeito, que o que se define como norma sexa aplicable e cun impacto reducido (asumible) no modelo de negocio/rendibilidade do establecemento de que se trate ao tempo que se garante esa promoción turística de benestar que faga a Axencia de Turismo de Galicia non defraudará as expectativas dos visitantes.

Deberíanse ampliar as pautas definidas para os hoteis que ofertan Servizos de SPA con auga da billa/espazos non termais existentes en balnearios para evitar desequilibrios competitivos e garantir unha información correcta e veraz para o cliente destes espazos.

Establecendo estándares claros e específicos, promoverase unha experiencia segura, satisfactoria e memorable para os visitantes, consolidando Galicia como destino termal de excelencia nos ámbitos nacional e internacional.

REFERENCIA ASOCIADA



DESCRIPCIÓN

Esta proposta baséase tamén no Manual de boas prácticas de turismo de benestar e nos manuais de boas prácticas elaborados, de forma participativa, polos axentes do sector do turismo de benestar, en Portugal.

PROCESO DE IMPLANTACIÓN (FASES)

1. Revisión dos documentos existentes: analizar o Manual de boas prácticas de turismo do benestar do SICTED e os manuais de boas prácticas desenvolvidos en Portugal (ou outros similares) para identificar áreas onde o novo manual debería elevar os estándares.
2. Convocatoria: lanzar unha convocatoria de expertos técnicos para incorporarse ao grupo de traballo responsable da elaboración do manual.
3. Grupo de redacción: constituír o grupo de redacción do manual de acordo cos resultados da convocatoria. Este grupo reunirase periodicamente e estará coordinado pola Área de Turismo Termal.

4. Desenvolvemento de contidos: definición por parte do grupo de redacción dos estándares específicos de calidade que se incluírán no manual, abrangendo entre outros: hixiene, atención ao cliente, infraestruturas e servizos adicionais. As directrices establecidas deben ser válidas para o oferta "recreativa" de balnearios, así como para establecementos non termiais que ofrezan servizos similares con auga non termal.

5. Validación: poñer en marcha unha consulta pública para que outros expertos do sector e operadores termiais e as autoridades sanitarias e turísticas non termiais competentes poidan achegar as súas melloras e/ou validar os estándares propostos polo grupo de redacción.

6. Lanzamento e promoción: publicar o manual e distribuílo entre os establecementos termiais, balnearios e hoteis relevantes. Realizar campañas de sensibilización e promoción para destacar a importancia de seguir estas normas.

7. Formación: desenvolver programas de formación para operarios do sector termal sobre a implantación de novas boas prácticas, considerando achegar material didáctico e guías para facilitar a adopción das normas.

8. Seguimento: establecer un sistema de auditorías periódicas para avaliar o cumprimento dos estándares establecidos engadindo ou excluindo aqueles establecementos que cumpran ou non cos parámetros de promoción e desenvolvemento da Área de Turismo Termal.

9. Actualización e mellora continua: revisa e actualiza regularmente o manual para adaptalo ás novas tendencias e demandas do mercado, incorporando as mellores prácticas internacionais e as novidades no sector termal.

CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Técnicos expertos de establecementos termiais e non termiais que desenvolvan actividades no marco turístico benestar.

INDICADORES DE SEGUIMENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Distribución manual.
- Número de manuais impresos e distribuídos no primeiro ano.
- Número de descargas en versión dixital no primeiro ano.
- Porcentaxe de establecementos que cumpren as normas manuais.
- Número de auditorías realizadas.

- Número de operarios formados.
- Índice de satisfacción dos visitantes en relación coa calidade dos servizos termais, medido mediante enquisas.
- Redución de queixas.
- Aumento do número de establecementos que adoptan o manual e están incluídos na carteira Destino Turístico Termal de Galicia.

Título da acción

1.2 OBSERVATORIO TERMAL

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

Mellora da información e difusión no sector (no marco da competencia de planificación e xestión para o posicionamento de Galicia como destino termal).

OBXECTIVOS

- Xerar indicadores de rendemento que permitan, por unha banda, a toma de decisións informadas por parte dos distintos axentes do ecosistema termal galego e, por outra, retroalimentar a gobernanza colaborativa.
- Impulsar a cocreación dunha ferramenta de intelixencia turística aplicada ao sector termal que abordará o desenvolvemento do destino de forma multidisciplinaria en función do recurso auga termal endóxena.
- Comparte esta ferramenta cunha rede internacional de destinos termais que contribúen a xerar unha maior competitividade e internacionalización do sector.

XUSTIFICACIÓN

O sector termal enténdese (non só en Galicia) como un sector tradicional e pouco propenso á innovación e ao desenvolvemento e moi apegado a un modelo de negocio tradicional que apenas cambiou nas últimas décadas.

Non obstante, experiencias como o proxecto AQUAPRED (que introduce intelixencia artificial na xestión e control da auga termal) afirman que o termalismo non é só un sector aberto á innovación e á aplicación de tecnoloxías punteiras senón un sector con tecido empresarial dispoñible para colaborar en procesos de I+D+i interesado en seguir de preto as novidades e desenvolvementos con vistas á súa implantación/uso.

O propio sector caracterizouse como un sector con baixa propensión e predisposición á innovación e con tendencia a manter modelos de negocio termais clásicos.

Todo isto contribúe a unha case inexistencia de fontes de información e indicadores que permitan acompañar a evolución do sector, toma de decisións informadas (en contrapunto ao mantemento de procesos e operacións independentemente da evolución do perfil que a empresa demanda), así como un intercambio moi limitado de coñecementos, experiencias e resultados entre os principais actores do ecosistema termal galego.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Un observatorio turístico termal é unha ferramenta de investigación e orientación turística profesional en todo o que se refire a actividades turísticas relacionadas coas augas termais, que xorde da necesidade/falta de información oportuna e veraz para a toma de decisións estratéxicas e operativas.

Contribúe ao desenvolvemento socioeconómico dos territorios termais (aqueles nos que existen os mananciais de augas mineromedicinais), polo principio básico de que "non se pode mellorar o que non se mide".

Potencia e impulsa novas políticas públicas que contribúan ao desenvolvemento do termalismo, promove a innovación e o desenvolvemento rexional estruturado arredor do termalismo, ofrece datos socioeconómicos e turísticos do sector, permitindo a súa sistematización, e facilita a cooperación entre axentes da cadea de valor. É dicir, afonda no coñecemento da sector termal desde as súas diferentes perspectivas.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRICIÓN

Esta proposta baséase no éxito que está a ter este tipo de actuacións no marco do Plan de sostibilidade turística: Ourense termal e que se propón ampliar para abarcar a totalidade da Comunidade Autónoma de Galicia. Tamén ten en conta ferramentas xa implantadas noutros territorios, como exemplo (co que se debería analizar unha posible alianza/colaboración):

- Termas Observador – Plataforma dixital de recollida, análise e difusión de información para a rede de estancias termais do centro de Portugal.
- Observatorio nacional da economía das estancias termais en Francia.

PROCESO DE IMPLANTACIÓN (FASES)

1. Definición do marco conceptual e metodolóxico: definir os obxectivos específicos e a estrutura de operacións do observatorio, así como as categorías de datos que hai que recoller, como indicadores socioeconómico, turístico e de rendemento. Cómpre incluír na recollida de datos a selección de fontes fiables e actualizadas.
2. Desenvolvemento da plataforma dixital (observatorio): deseño e desenvolvemento da plataforma dixital para a recollida, análise e difusión de información. Seleccionar e implementar ferramentas de análise de datos e intelixencia turística⁷.
3. Implantación e validación piloto: realizar unha implantación piloto nunha autonomía específica de Galicia, co obxectivo de validar o concepto e funcionamento da plataforma, así como a calidade dos datos recollidos. Nesta fase, débense recoller os comentarios dos usuarios e axentes do sector para facer axustes.
4. Ampliación e consolidación: estender a implantación a todo o territorio de Galicia, considerando un sistema regular de actualización e análise de datos.
5. Comunicación e difusión: elaborar un plan de comunicación para potenciar o observatorio entre axentes do sector, incluídos obradoiros e seminarios para formar usuarios no uso da plataforma. Publicar informes periódicos sobre achados e alertas e recomendacións sobre a evolución do sector.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Actuación a medio prazo.

⁷ É recomendable integrar a plataforma con outros observatorios internacionais e redes de destinos termais.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Estudos e Investigación.
- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Restantes axentes do ecosistema termal galego (especialmente Balnegal e o Clúster de Auga Mineral e Termal de Galicia).

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLEMENTACIÓN

- Número de datos e indicadores recollidos (cantidade de datos recollidos e número de fontes da que se obteñen).
- Número de participantes nas accións do observatorio (preferentemente desagregado por tipoloxía de axentes do sector: empresas, institucións e outros actores).
- Número de descargas por tipo de datos e por informe.
- Frecuencia de actualización da información.
- Índice de satisfacción dos usuarios do observatorio.

Título da acción

1.3 PROGRAMA DE ASESORAMENTO PERSONALIZADO

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

Apoio na especialización de instalacións para diferenciar o produto turístico termal dos outros produtos turísticos.

OBXECTIVOS

- Identificar necesidades non atendidas polo mercado e preparar o ecosistema termal galego para garantir a mellor resposta a esas necesidades.
- Realizar un diagnóstico *ad hoc* para cada establecemento e o conseqüente plan de actuación, adaptado a el, paliando as debilidades e aproveitando as fortalezas e oportunidades.
- Mellorar o rendemento económico e/ou financeiro dos establecementos termais galegos.
- Proporcionar asesoramento/*coaching* individualizado para o plan xeral de mellora do establecemento.

XUSTIFICACIÓN

A estruturación e coordinación do termalismo galego pasa pola mellora continua e actualización do modelo de negocio dos establecementos termais.

Para iso, é necesario formar os empresarios e emprendedores para que poidan implantar modelos de negocio competitivos e orientados a cubrir non só as carencias do mercado, senón sobre todo satisfacer calquera necesidade de mellora que poida producirse na súa operación.

Esta medida é viable sempre que o número de establecementos permita a realización de actuacións específicas, adaptadas a cada unha das necesidades destes establecementos.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Propónse o establecemento dun programa de identificación de potencial específico/propio para cada un dos establecementos termais de Galicia que lle permita renovar a empresa termal e desenvolver o seu plan de negocio para facelo máis rendible e sostible.

O obxectivo é poñer á disposición destes axentes un asesoramento externo especializado (*upgrading* e *upscaling*) dos negocios.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Esta acción está inspirada nos programas de aceleración e *mentoring* dedicados ás pemes turísticas aproveitando o coñecemento xerado pola propia Axencia de Turismo de Galicia con o seu programa TURISLAB (primeira aceleradora galega de proxectos turísticos).

No ámbito internacional, un dos exemplos que se analizaron neste marco foi a formación empresarial do turismo portugués: Programa Actualización 3.0.

Proxectos como TOURBAN (axudando a pemes de turismo urbano a ser máis competitivos e sostibles, non só dende o punto de vista ambiental, senón tamén económico e social).

PROCESO DE IMPLANTACIÓN (FASES)

1. Diagnóstico inicial: preparar o diagnóstico, primeiro a identificación e selección dos establecementos termais que participarán no programa. Máis tarde realizarase un diagnóstico individualizado para cada establecemento, por exemplo, por aplicación da análise DAFO, que axuda a identificar fortalezas, debilidades, oportunidades e ameazas do contexto do mercado termal. A partir deste estudo das necesidades non atendidas polo mercado termal poderase determinar como os establecementos poden responder a elas.
2. Deseño do plan de actuación: nesta fase considérase o desenvolvemento dun plan de actuación adaptado a cada establecemento, centrado en mitigar as debilidades, aproveitar as fortalezas e oportunidades e abordar as necesidades do mercado. Estes plans de acción deben ter en conta determinado número de sesións de asesoramento/*coaching* individualizadas para a súa implementación do plan xeral de mellora do establecemento, incluído o apoio á viabilidade económica, sostibilidade, transformación dixital e plans de financiamento.
3. Execución de plans de mellora: execución das actuacións definidas no plan de actuación, co apoio continuo do equipo asesor. Isto tamén implica o desenvolvemento de formación específica para emprendedores de establecementos termais en áreas clave como a xestión financeira, o márketing dixital e a sostibilidade.
4. Avaliación e axuste: seguimento da implantación dos plans de mellora mediante indicadores clave de rendemento. A partir da revisión periódica dos resultados obtidos, procederase a axustar as estratexias en función das necesidades e cambios emerxentes no mercado.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Dirección de Competitividade da Axencia de Turismo de Galicia.
- Balnegal.
- Sector privado.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de establecementos avaliados (que remataron a fase de diagnóstico).
- Número de plans de actuación individualizados desenvolvidos para establecementos.
- Taxa de execución dos plans de acción.
- Número de empresarios e emprendedores formados e a súa satisfacción coa formación recibida.
- Revisión da estratexia: frecuencia de axustes realizados nos plans de acción en función dos resultados obtidos.
- Índice de satisfacción dos establecementos co asesoramento recibido e os resultados conseguidos.

Título da acción

1.4 PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA, DESENVOLVEMENTO PROFESIONAL E RETENCIÓN DE TALENTO NO SECTOR TERMAL

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Desenvolvemento de programas de mellora da calidade turística no eido termal, moi especialmente no que se refire ao afondamento na formación e cualificación das persoas profesionais das instalacións termais.
- Fomento da organización de modelos de negocio innovadores para diversificar o sector co fin de ampliar a oferta cara a novos segmentos.
- Fomento da introdución de novas tecnoloxías e da creación de produtos na área de preparación de produtos terapéuticos e outros produtos turísticos.

OBXECTIVOS

- Potenciar a formación transversal mediante cursos de formación básica para médicos en turismo e formación básica dos axentes turísticos en hidroloxía.
- Fomentar o emprendemento no sector termal. Reter o talento creado/existente no destino termal.
- Promover a calidade continua no establecemento termal.
- Potenciar as oportunidades laborais neste sector (autoemprego e creación de novos postos de traballo dependente).

XUSTIFICACIÓN

Porén, a variada oferta formativa existente no ámbito termal en Galicia e a existencia da recoñecida Cátedra de Hidroloxía Médica, o sector considera que hai un oco no que se refire á formación continua que lles permite a todos os recursos humanos implicados na actividade termal acompañar a evolución do perfil do cliente termal e responder ás súas necesidades e expectativas (tanto médicas como de lecer), incluído o persoal médico.

A formación presencial é outra das necesidades identificadas, xa que permite formar os recursos humanos para a realidade específica de cada centro termal.

Tal e como se indicou anteriormente e con respecto á oferta formativa existente no ámbito termal en Galicia, o sector considera que existe un desfase no que se refire á preparación dos recursos humanos implicados na operación, para acompañar a evolución do perfil do cliente termal. A existencia de distintas opcións formativas regradas en formación profesional e o programa Innovatech FP reflicte unha clara necesidade e vontade de apoiar o emprendemento e promover a innovación en diversos campos, aproveitando a experiencia e os recursos dispoñibles nestas iniciativas de formación e emprendemento.

Por iso, vincular estas iniciativas coa zona termal ofrece unha oportunidade única para desenvolver proxectos que non só son rendibles, senón tamén beneficiosos para a comunidade en xeral.

Ademais, existe unha importante incapacidade para reter o talento desenvolto e o persoal capacitado/preparado en boa parte dos establecementos termais galegos, xa que na súa maioría están situados en zonas rurais pouco atractivas para a poboación máis nova (especialmente debido ás poucas oportunidades de emprego existentes).

Finalmente, identificouse como unha xanela de oportunidades de desenvolvemento, modernización e crecemento do sector no que respecta á introdución de novas tecnoloxías e innovación en modelos de negocio asociados ao termalismo ou complementarios deste.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

A formación é un proceso continuo de aprendizaxe e desenvolvemento persoal e profesional. Neste caso, é unha ferramenta fundamental para garantir, por unha banda, persoal cualificado e dotado das competencias máis adecuadas aos servizos que ofrece cada un dos centros termais galegos, xa sexan vinculados ao turismo de lecer ou vinculados ao turismo médico; e para outra, garantir unha actualización continua destas competencias tendo en conta a evolución da medicina termal, a evolución do turismo e a evolución do perfil do propio turista/termalista.

Outras autonomías europeas e españolas (caso de Murcia, a continuación), unha vez eliminado o MIR en Hidroloxía Médicos, optaron por crear mestrados e cubrir este oco.

Ademais, o desenvolvemento e a retención do talento son dous piares fundamentais para o éxito de calquera empresa. O talento humano especializado é o activo máis valioso que ten unha empresa ou organización, e o seu desenvolvemento e retención son esenciais para manter unha vantaxe competitiva no mercado termal.

O obxectivo é poñer á disposición do sector termal unha formación, titoría e *coaching*, especificamente dirixido aos recursos humanos do ecosistema termal galego e outros potencialmente interesados en integralo, fomentando así a modernización e a innovación sectorial.

O aumento da capacidade de emprendemento e innovación debe dar lugar a aumentar o recoñecemento e a remuneración, recompensas e oportunidades adecuadas para desenvolvemento dentro do sector e da propia empresa.

Os temas que se desenvolverán deben xurdir da diagnose previa das deficiencias identificadas ou dos que o sector pode expresar. A modo de exemplo, observáronse como fundamentais os seguintes temas: mercadotecnia dixital, *yield/revenue management* ou intelixencia artificial.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Enténdese que é pertinente recollelas como boa práctica e estendelas a todo o territorio galego as actuacións incluídas no Plan de sostibilidade turística: Ourense termal.

Trátase tamén de ampliar a toda a comunidade galega as actuacións xa postas en marcha por algúns centros termais galegos como a Escola de Saúde promovida polo Centro de Talaso Atlántico. Así mesmo, estas actuacións deben ser coordinadas e coherentes en toda a

Comunidade.

En canto aos programas de desenvolvemento e retención de talento, a inspiración para estes foi extraído de unidades curriculares especificamente dedicadas a este tema (como a unidade curricular “Emprendimiento e innovación en termalismo” do Instituto Politécnico de Bragança) ou de *hackathons* en áreas temáticas “non tradicionais” (como, por exemplo, o Hackathon 2023 Márketing Sensorial en Panadería e Pastelería do Departamento de Innovación Comercial da Universidade de Zaragoza).

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Diagnóstico de necesidades e planificación: realizar un diagnóstico detallado das deficiencias actuais nas competencias do persoal do centro termal, tanto no ámbito médico como no turístico, e, a partir do diagnóstico, deseñar un programa de formación continua.
2. Desenvolvemento do programa formativo: impartir formación técnica especializada en termalismo, tanto para persoal médico como para profesionais do turismo, con módulos enfocados en hidroloxía médica, turismo de benestar e xestión sostible termal/hoteleira. Os módulos que se incluían deben derivar do diagnóstico inicial e poden centrarse en temas como:
 - a. Emprendemento no termalismo (para fomentar a innovación e a creación de novos empresas do sector).
 - b. O uso de ferramentas dixitais avanzadas como a intelixencia artificial aplicada, a xestión e márketing de datos e dixital (para modernizar e dixitalizar os procesos do sector termal).
 - c. Xestión sostible termal/hoteleira (para mellorar a rendibilidade e a eficiencia do operación).
3. Retención do talento: deseñar camiños de desenvolvemento persoal e profesional dos empregados, con avaliacións periódicas de habilidades e oportunidades de crecemento dentro do sector. Crear un programa de mobilidade interna que permita persoal capacitado para traballar en diferentes centros termais de Galicia, promovendo o intercambio de coñecemento e mellora continua.
4. Seguimento e avaliación continua: establecer un sistema de avaliación continua do desempeño dos participantes do programa. Avaliar tanto a satisfacción dos empregados como o impacto na calidade do servizo.
5. Reaxuste do programa: en función dos resultados das avaliacións, axustar o contido das estratexias de formación e retención de talento para adaptarse ás necesidades cambiantes do sector e ás novas tendencias do mercado.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a medio prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Centro Superior de Hostalería de Galicia.
- Sector Privado.
- Balnegal.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de cursos de formación impartidos a adheridos.
- Taxa de participación en programas adheridos.
- Número de novas empresas e proxectos.
- Índice de satisfacción dos empregados.

Título da acción

1.5 O TERMALISMO, UNHA ESTRATEXIA SANITARIA. INVESTIGACIÓN SOBRE O POTENCIAL DE AFORRO DO GASTO SANITARIO A TRAVÉS DO TERMALISMO

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Fomento e apoio a accións de I+D+i tanto na explotación de recursos como na investigación aplicada á hidroloxía médica.
- Fomento da colaboración con empresas e institucións para desenvolver áreas de investigación vinculadas á identificación xenérica de augas mineromedicinais.

OBXECTIVOS

- Investigar como a implantación do termalismo pode complementar e mellorar a eficacia de tratamentos médicos convencionais, co fin de reducir os gastos hospitalarios.
- Proporcionarlles información relevante ás aseguradoras para que consideren a inclusión de tratamentos termais nas súas pólizas (así como o Sergas).
- Avaliar o potencial dos tratamentos termais para reducir a incidencia de enfermidades e a necesidade de intervencións médicas máis caras.

XUSTIFICACIÓN

Como xa se indicou, as actuacións da Administración turística, a través das competencias da súa Área de Turismo Termal, tamén deben centrarse no achegamento do turismo termal como turismo médico a entidades e organizacións do sector sanitario.

Para garantir este enfoque é necesario demostrar os argumentos e o valor engadido do termalismo para esas áreas específicas, especialmente pola especialización intelixente do territorio que implica a aposta polo sector termal.

Neste contexto, tanto as entidades aseguradoras como o Sergas ou como as propias empresas, profesionais, médicos e universidades son colaboradores necesarios para a afirmación do compoñente terapéutico do termalismo e o establecemento de acordos entre o primeiro e os balnearios pode constituír unha parte importante do negocio termal en Galicia no futuro.

DESCRICIÓN DETALLADA

Esta acción busca actualizar os datos obtidos de investigacións anteriores para calcular o potencial de aforro que o investimento en termalismo podería representar nos tratamentos médicos e hospitalarios. Ademais, procurarase establecer contacto con outras institucións científicas do nivel antes de demostrar este aforro para o sector sanitario. Tomaranse como referencia os tipos das augas, é dicir, as propiedades mineromedicinais existentes en Galicia.

Son tamén un paso necesario para que o termalismo galego se abra ao turismo médico, financiados polos sistemas de saúde dos outros países da Unión Europea (incluído Portugal, que pola súa proximidade con Galicia corresponde a un mercado entendido como prioritario para o sector).

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Os médicos membros da Sociedade Francesa de Medicina Termal dedican 1 € de cada consulta médica para a investigación en hidroloxía médica. Portugal, pola súa proximidade, tamén debe ser tido en conta sempre. Recentemente, a Asociación de Termas de Portugal puido demostrar a relevancia terapéutica do termalismo e os aforros médicos que se lle asocian xunto coas súas autoridades gobernamentais, polo que os tratamentos termais conforman na actualidade a lista de terapias financiadas polo Servizo Nacional de Saúde de Portugal.

En España, o IMSERSO foi unha tímida aposta sanitaria do sector turístico. ANBAL, a principios dos anos 2000, realizou estudos que demostraron o potencial de aforro que a prescripción (e financiamento) do termalismo podería supoñer para as arcas do Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS). Trataríase agora de actualizar este tipo de investigacións, sobre as que xa hai algo de avance no mundo científico/académico.

PROCESO DE IMPLANTACIÓN (FASES)

1. Planificación e revisión de investigacións previas: identificación da información relevante sobre os beneficios do termalismo na redución dos custos médicos. Selección de estudos de casos internacionais de éxito, con énfase en prácticas de Francia e Portugal, para utilizalos como referencia.
2. Colaboración e alianzas estratéxicas: establecemento de colaboracións con institucións e empresas científicas, universidades, laboratorios especializados en hidroloxía médica, compañías de seguros, o Sergas e outros actores clave do sector sanitario, tanto no ámbito local como internacional, para desenvolver convenios e realizar estudos conxuntos.
3. Deseño e execución de estudos aplicados: deseño de estudos específicos que midan o impacto do termalismo na redución dos custos de hospitalización e medicación, e a súa contribución á prevención de enfermidades. Esta fase inclúe a posta en marcha de estudos piloto en balnearios galegos, centrados na análise das propiedades mineromedicinais e a súa eficacia no tratamento de condicións médicas específicas.
4. Avaliación de resultados e análise económica: recollida e análise dos datos obtidos dos estudos aplicados co obxectivo de calcular o posible aforro en custos médicos, hospitais e medicamentos derivados da integración do termalismo nos sistemas sanitarios e da saúde.
5. Difusión dos resultados: publicación dos resultados en revistas científicas e presentación en congresos médicos e turísticos.

CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN



Actuación a medio prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Dirección de Competitividade e Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Cátedra de Hidroloxía Médica.
- ANBAL.
- Balnegal.
- Sector privado.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de convenios asinados con institucións científicas e universidades.
- Número de estudos conxuntos realizados con compañías aseguradoras e Sergas.
- Número de estudos realizados sobre o impacto do termalismo na redución de custos médicos.
- Número de publicacións científicas derivadas da investigación.

Título da acción

1.6 COLECCIÓN TERMAL DE GALICIA

COMPETENCIA DO ATT Á QUE RESPONDE

- Mellorar a información e a difusión no sector.
- Promover o valor patrimonial dos recursos.
- Afondar no deseño de produtos turísticos na comunidade en colaboración con entidades públicas e privadas.
- Supervisar a planificación e xestión de actuacións para o posicionamento de Galicia como destino termal a través da promoción de Galicia como destino termal.

OBXECTIVOS

- Conservar e potenciar o patrimonio termal da Comunidade Autónoma de Galicia, incluídas as coleccións e a investigación asociada ao termalismo, que actualmente é privada.
- Educar o público sobre a historia e os beneficios do termalismo, desde as súas orixes na época romana ata a actualidade, destacando a súa importancia cultural, terapéutica e turística.
- Ofrecer unha experiencia interactiva e atractiva para todos os públicos, que anime á aprendizaxe e participación activa.
- Servir de centro de información para os visitantes interesados en coñecer a oferta termal de Galicia, achegando información sobre os diferentes balnearios, tratamentos e actividades dispoñibles.
- Promover a investigación e o intercambio de coñecementos sobre o termalismo, a través do organización de seminarios, conferencias e exposicións temporais.
- Contribuír ao posicionamento de Galicia como destino termal de referencia.

XUSTIFICACIÓN

O patrimonio cedido pola familia do doutor Luis Rodríguez Míguez e as investigacións asociadas ao termalismo son recursos valiosos que representan un legado cultural e histórico único para Galicia. Porén, ata o de agora, este patrimonio estivo infrautilizado e non foi exposto adecuadamente ao público. Esta falta de exposición e difusión impide que tanto os visitantes como os veciños poidan apreciar e comprender a importancia do termalismo na historia e na identidade da Comunidade Autónoma Galega.

A posta á disposición deste patrimonio é unha oportunidade única para poñer en marcha unha iniciativa que nos permite compartir este valioso legado con diferentes públicos, incluídos os turistas, profesionais do sector termal e veciños da zona, creando outro polo de atracción e posicionamento para "Galicia Termal".

DESCRIPCIÓN DETALLADA

O obxectivo principal de crear unha colección termal de Galicia sería poñer en valor o rico patrimonio

termal de Galicia, desde as súas raíces romanas ata a actualidade. A través de exposicións interactivas, contarán a historia do termalismo, destacando a importancia da auga termal e a súa antigüidade no contexto cultural e terapéutico.

A colección debe enfocarse como unha experiencia atractiva e educativa para todos os públicos, con espazos interactivos que lles permiten aos visitantes explorar e comprender mellor os beneficios de termalismo. Ademais, tería unha galería de exposicións temporais onde temas relacionados co termalismo, así como a realización de seminarios e eventos para fomentar o intercambio de coñecementos.

Como elemento innovador, propónse que este espazo se complete cun *escape room* con temática termal, que pode ser unha forma de atraer a nenos e mozos a aprender sobre o termalismo dun xeito lúdico e envolvente.

O *escape room* ofrecerá unha experiencia inmersiva na que os participantes deben resolver crebacabezas relacionados coa historia, beneficios terapéuticos e tradicións do termalismo en Galicia. A medida que avanzan no xogo, descubrirán claves históricas e científicas que lles axudarán a "escapar" e, ao mesmo tempo, adquirirán coñecementos sobre o patrimonio termal galego, así como sobre o termalismo e os seus beneficios para a saúde.

Esta iniciativa non só contribuirá ao posicionamento de Galicia como destino termal, senón que tamén servirá como centro de información clave para os visitantes interesados en explorar oferta termal de Galicia desde unha perspectiva patrimonial.

A Colección Termal de Galicia constituirá un ben inestimable para os galegos e un atractivo turístico único para enriquecer a experiencia dos visitantes.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Hai varios exemplos de desenvolvemento de museos termais nos que inspirarse. Os analizados polo equipo de redacción foi o caso de Caldes de Montbuy e o Museo Xeothermal, en Italia.

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Fase de planificación e deseño: definir o alcance e concepto da captación termal, incluída a identificación das pezas e documentación que se vai exhibir. Isto conseguirase mediante a colaboración con expertos en patrimonio, historia do termalismo e tamén integrando un equipo experimentado no deseño interactivo de museos. Nesta fase considérase o desenvolvemento do plan de contidos para exposicións e para o *escape room*. Recoméndase integrar tecnoloxías innovadoras, como as pantallas táctiles e a realidade aumentada, para enriquecer a experiencia do usuario-visitante, ademais de ser ferramentas útiles para a recollida de datos. Deben establecerse convenios coa familia do doutor Luis Rodríguez Míguez para a cesión de bens (e outros cobros privados ou públicos segundo se considere).
2. Fase de desenvolvemento e produción: unha vez seleccionadas as pezas e a localización física, realizar o proxecto de construción e/ou adecuación do espazo para a colección; incluídos o desenvolvemento e montaxe de exposicións interactivas e o *escape room*.

Débase considerar a formación de persoal para a xestión e funcionamento da recadación.

3. Fase de promoción e lanzamento: desenvolver unha campaña de márketing para o lanzamento da Recollida Termal, incluído o acto inaugural no que participaron actores clave do sector termal e cultural, ademais de influenciadores que destacan a importancia do patrimonio termal galego e posicionar a Galicia como destino termal.

Nota final: Se a recollida decidiu realizarse simplemente como algo interno en homenaxe ao doutor Luis Rodríguez Míguez, nada nos impide manter a acción autonómica do *escape room* termal que podería, incluso, desenvolverse de acordo cun privado (por exemplo, hotel-emblema).

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Actuación a medio prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de convenios e convenios concertados con entidades públicas, universidades e centros de formación e investigación para o desenvolvemento da colección.
- Número de pezas ou temas expostos na Colección Termal de Galicia.
- Número de participantes na actividade interactiva. Número de visitantes da Colección Termal de Galicia e do *escape room*.
- Índice de satisfacción dos visitantes.

BLOQUE 2: INVERTEMENTOS, MODERNIZACIÓN E INFRAESTRUTURAS

Título da acción

2.1 PROGRAMA DE MODERNIZACIÓN E CAPTACIÓN DE INVERTEMENTOS EN ALOXAMENTOS E ESTABLECEMENTOS DO SECTOR TERMAL

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Fomento da organización de modelos de negocio innovadores para diversificar o sector co fin de ampliar a oferta cara a novos segmentos.
- Impulso de actuacións dirixidas á modernización das infraestruturas existentes e á creación de novas infraestruturas sostibles.

OBXECTIVOS

- Conseguir a sostibilidade coa implantación de medidas de aforro enerxético.
- Modernizar as instalacións e embelecer o contorno (infraestruturas).
- Potenciar a competitividade de Galicia como destino termal.
- Mellorar a calidade do produto termal.
- Atraer investimento privado, xeración de emprego local e maior cualificación dos recursos humanos no sector.
- Identificar oportunidades de investimento no sector termal de Galicia mediante unha análise exhaustiva do mercado e da demanda.
- Establecer unha rede de contactos con *family offices*, fondos de investimento e cadeas hoteleiras que poden estar interesados en investir en proxectos termais na Comunidade Autónoma de Galicia.
- Promover incentivos fiscais e financeiros para atraer investimentos privados ao sector termal de Galicia.
- Desenvolver oportunidades de negocio no sector termal de Galicia.
- Impulsar o desenvolvemento do sector termal galego e mellorar a súa competitividade no mercado.

XUSTIFICACIÓN

Enténdese que a Administración (nos seus distintos niveis) debe impulsar a modernización do sector termal e actuar a favor da captación de investimentos, facendo este sector máis atractivo para emprendedores e empresarios e, polo tanto, máis dinámico na renovación e innovación da súa carteira de produtos. Ademais, a innovación e a colaboración con institucións académicas e de investigación son necesarias para modernizar as instalacións e servizos termais, o que lle engade valor ao destino.

Esta actuación non debe entenderse como discriminación contra outros subsectores de actividade do turismo, xa que se xustifica polo altísimo custo dos investimentos e o seu mantemento e pola dependencia pasada e actual de provedores como o IMSERSO, que minoraron o beneficio e deixou moitas unidades termais sen capacidade económica para actuar na mellora continua.

É fundamental garantir que todos os territorios termais estean debidamente dotados dunha cadea de valor completa, coherente e consolidada. Neste contexto, destaca a relevancia dunha aposta pola creación dunha oferta de aloxamento xunto aos centros termais existentes para que estes balnearios poidan ampliar o seu mercado potencial.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Prestar apoio económico a aloxamentos e/ou establecementos con aproveitamento termal e que teñan caudal de visitantes (potencial, real ou demostrable, condicionando a axuda ao volume de facturación e de pernoctacións –idealmente estranxeiras–, así como ao volume de emprego xerado) é fundamental para promover o turismo termal e mellorar a experiencia turística termal.

Mediante a implantación dunha liña de apoio, apostamos por mellorar a competitividade dos territorios termais e de Galicia como destino turístico.

As liñas de apoio deben buscar favorecer o desenvolvemento sostible do territorio termal e potenciar a competitividade do destino, a favor dun desenvolvemento equilibrado e beneficioso para a comunidade local e para os visitantes. Nótese que, nesta acción, se están a impulsar os seus tres piares, como son a sostibilidade económica, social e ambiental.

Tamén se apoiará esa identificación de oportunidades de negocio do sector termal de Galicia, por exemplo, mediante o desenvolvemento de plans detallados de viabilidade para demostrar o seu potencial a posibles investidores. Proponse establecer unha rede de contactos con *family offices*, fondos de investimento e cadeas hoteleiras, promover incentivos fiscais e financeiros, fomentar a innovación e ofrecer asistencia técnica e consultoría.

Esta estratexia integral ten como obxectivo atraer investimentos privados que fomenten o desenvolvemento do sector termal galego e melloren a súa competitividade no mercado eliminando lagoas no destino que representan desvantaxes competitivas.

Ademais, poderían establecerse alianzas con institucións académicas e de investigación para promover a innovación no sector termal e atraer investidores interesados en participar en proxectos de investigación e desenvolvemento relacionados co termalismo. Esta combinación de incentivos fiscais, financiamento e colaboración con institucións de investigación representa un xeito eficaz de atraer investimentos e converter a Galicia no centro termal líder en España.

REFERENCIA ASOCIADA



DESCRICIÓN

Como referentes inspiradores para esta acción, o Plan do goberno francés para o desenvolvemento e mellora das estacións termais (2022). Neste caso hai que ter en conta a medida de discriminación positiva polo termalismo, que estaba xustificada anteriormente.

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Identificación e valoración de necesidades: identificar territorios termais que carecen de aloxamentos vinculados ou que teñan infraestruturas obsoletas ou que precisen modernización. Para esta identificación, recoméndase manter reunións cos principais actores do sector termal para recoller as súas necesidades e perspectivas.
2. Deseño de liñas de axudas que se levarán a cabo con fondos europeos Next Generation ao abeiro do Plan de sostibilidade turística de vilas termais e cascos históricos. Apoiarase a implementación de medidas de accesibilidade, eficiencia enerxética e modernización.
3. Promoción e difusión: desenvolver unha campaña de difusión dirixida a potenciais beneficiarios, explicando as vantaxes do programa e como acceder a el. Pódense organizar obradoiros informativos para os interesados e prestar asistencia técnica na elaboración de propostas.
4. Avaliación de impacto: neste punto, a Área Termal debería avaliar os resultados obtidos en termos de modernización de infraestruturas, aforro enerxético e mellora da competitividade.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Dirección de Competitividade e Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- IGAPE (Instituto Galego de Promoción Económica).
- XesGalicia.
- Balnegal.
- Clúster de Augas Minerais e Termais de Galicia.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de establecementos modernizados.
- Índice de satisfacción dos usuarios de establecementos modernizados.
- Aumento do volume de pernoctacións.
- Aumento da facturación.
- Xeración de emprego local.
- Volume de investimento privado asociado aos establecementos intervidos.

Título da acción

2.2 APOIO Á CREACIÓN DE ESTABLECEMENTOS TERMAIS

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Fomento do valor patrimonial dos recursos.
- Aposta por afondar no deseño de produtos turísticos na comunidade en colaboración con entidades públicas e privadas.

OBXECTIVOS

- Xerar emprego e atraer investimentos nacionais e internacionais mediante o desenvolvemento de proxectos de termalismo en Galicia.
- Atraer turistas nacionais e internacionais para posicionar a Galicia como autonomía líder no sector do termalismo.
- Contribuír ao desenvolvemento urbano sostible da cidade de Ourense (cidade termal por excelencia en Galicia) mediante a identificación e promoción dun espazo axeitado para o proxecto, aproveitando os recursos naturais dispoñibles e promovendo o valor do medio ambiente.
- Dotar a Galicia dun establecemento emblemático, que tamén reposiciona a imaxe de Galicia Termal.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Propónse apoiar novos establecementos de termalismo para posicionar Galicia como destino líder neste sector nos ámbitos nacional e internacional. Para iso, prevese a posta en marcha de liñas de axuda e fórmulas para atraer investimento.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Varias capitais europeas de países eminentemente termais están equipadas co balneario, que acaba sendo a imaxe termal do país. Obviamente o máis recomendable sería a recuperación e reconversión dun edificio histórico, pero, se isto non é posible, a construción vangardista podería ser unha alternativa como un hotel termal, do mesmo xeito que ocorre noutras zonas de Europa.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Consellería de Economía e Industria.
- Deputación Provincial de Ourense.
- Concello de Ourense.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Importe do investimento nacional e internacional recadado para o proxecto.
- Número de postos de traballo directos xerados polo proxecto.
- Taxa de ocupación hotel-balneario.
- Número de turistas nacionais e internacionais que visitan o hotel-balneario.
- Duración media das estadas dos visitantes no hotel-balneario.
- Índice de satisfacción do cliente.

Título da acción

2.3 PROGRAMA PILOTO DE MOBILIDADE

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Fomento da organización de modelos de negocio innovadores para diversificar o sector co fin de ampliar a oferta cara a novos segmentos.

OBXECTIVOS

- Incrementar o fluxo turístico aos balnearios de Galicia, especialmente nesas zonas con dificultades de acceso.
- Mellorar a accesibilidade aos destinos termais relevantes mediante o transporte gratuíto. Dinamizar a economía local mediante o aumento da demanda de servizos turísticos.
- Xerar datos e coñecementos que permitan o deseño de políticas e estratexias de desenvolvemento do turismo de longa duración na Comunidade Autónoma.
- Mellorar a percepción dos balnearios como destinos turísticos accesibles e atractivos para diferentes perfís de viaxeiros.
- "Despenalizar" o turista con este custo (o que hipoteticamente fai que opte por outros establecementos con mellores localizacións), para comprobar se esta medida aumenta a demanda.

XUSTIFICACIÓN

Se a localización e os contornos naturais e rurais dos centros termais é unha vantaxe competitiva en canto á experiencia ofrecida, tamén é un hándicap en canto a accesibilidades viarias, xa que a gran maioría delas están fóra dos grandes núcleos urbanos.

Consideran moi limitadas as alternativas de abastecemento e transporte que facilitan o acceso aos territorios termais. Neste contexto, a xeneralidade dos axentes do sector consideran que, se se lle dá resposta a esta limitación, pode ser o elemento de desbloqueo de novos mercados e acceso a novos clientes.

Coa chegada do AVE a Ourense, a solución deseñada podería ser fundamental para atraer a gran parte dos pasaxeiros que chegan a esa estación aos diferentes centros termais galegos.

DESCRICIÓN DETALLADA

A proposta consiste na posta en marcha dun programa piloto de mobilidade en Galicia, que ofrecerá transporte gratuíto en autobús aos aeroportos e estacións, financiado pola Administración autonómica durante ese período (así, no caso de Mondariz sería desde o aeroporto de Vigo e no caso de Lajas desde a estación de ferrocarril de Ourense, por exemplo). Este programa busca promover o turismo termal, eliminar as barreiras xeográficas de acceso e promover a economía local.

Estableceranse rutas, alianzas con operadores de transporte, campañas promocionais, un sistema de reservas de avaliación de datos para medir o seu impacto no fluxo turístico e na economía rexional.

REFERENCIA ASOCIADA



DESCRIPCIÓN

En diferentes destinos e sobre todo a nivel municipal, hai concellos que optaron por cubrir os gastos de mobilidade con transporte (gratis para os turistas) desde os aeroportos.

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Planificación e deseño do programa: seleccionar os balnearios que participarán no plan piloto, ser capaz de identificar as principais vías de acceso desde estacións de autobuses, trens e aeroportos. Avaliar a demanda potencial e os puntos de orixe máis habituais dos turistas. Realizar alianzas con operadores de transporte local para garantir a dispoñibilidade e calidade do servizo. Implantar un sistema de reserva en liña e telefónica para xestionar a demanda e optimizar a loxística do transporte.
2. Lanzamento do programa: desenvolver e poñer en marcha unha campaña promocional enfocada en dar a coñecer o programa nos ámbitos rexional e nacional, utilizando medios dixitais, redes sociais e colaboracións con axencias de viaxes. Suxírese a colocación de puntos de información nas estacións e aeroportos para facilitar a reserva e orientación dos turistas. A visibilidade e accesibilidade do programa de transporte gratuíto para turistas mediante campañas en coordinación cos balnearios (poden ofrecer ou informar sobre o programa nos seus medios institucionais e durante o contacto cos seus clientes, por exemplo, ao facer unha reserva).
3. Funcionamento do programa: supervisar o funcionamento diario, resolvendo posibles problemas loxísticos e garantindo a calidade do servizo. Nesta fase débese recoller a maior cantidade de datos, non só dos usuarios a través de enquisas de satisfacción para identificar áreas de mellora e o impacto na percepción do destino, senón tamén das rutas, tempos, custos e outros indicadores de utilidade.
4. Avaliación e axuste: ao cabo de seis meses, realizarase unha análise exhaustiva dos datos elaborados para avaliar o impacto na ocupación dos balnearios e na economía local. Recoméndase avaliar a viabilidade de continuar ou ampliar o programa, considerando a posible participación dos resorts no futuro financiamento do transporte.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de pasaxeiros transportados.
- Porcentaxe de ocupación media de vehículos en cada ruta.
- Incremento do fluxo turístico derivado da implementación do programa nos balnearios seleccionados.
- Incremento da ocupación dos balnearios derivado da implantación do programa nos balnearios seleccionados.

BLOQUE 3: GOBERNANZA**Título da acción****3.1 MESA GALEGA DE TERMALISMO****COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE**

Propónse un reforzo da estrutura para que sirva a Área de Turismo Termal tamén como conector de todas as organizacións e departamentos con competencias en termalismo.

OBXECTIVOS

- Xestionar de forma eficiente e coordinada a Área de Turismo Termal, con funcións claras e responsabilidades perfectamente definidas.
- Estructurar e coordinar o sector termal galego, así como a cadea de valor do produto termal (tanto de lecer como terapéutico).
- Consulta o lugar onde se atopa a Área de Turismo Termal, situándoa nunha posición xerárquica axeitada que lle permita mellorar a súa capacidade de coordinación coas demais dependencias e garantir unha xestión eficaz.
- Incrementar exponencialmente a audiencia potencial dos balnearios galegos.

XUSTIFICACIÓN

Comprobouse que, case por unanimidade, o ecosistema termal de Galicia reclama a creación dun xestor de destino para Destino Termal de Galicia. Propónse que a Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia comece a súa andaina nesa dirección, asumindo o papel de conector e liderado para unha mellor comprensión e desenvolvemento do sector, evite solapamentos e inconsistencias ás actuacións dos distintos organismos e departamentos da Xunta de Galicia que teñen competencias nel e, sobre todo, sensibilizalos coas necesidades e oportunidades que se poden aproveitar.

O sector tamén considera necesario que esta entidade xestora organice e estructure a actividade termal, promovendo as condicións necesarias para o seu desenvolvemento, avanzando na erradicación de competencia desleal, a coordinación de diferentes axentes e intereses e, sobre todo, a coordinación e colaboración con outras áreas de competencia/departamentos da Xunta, relacionados co sector termal como economía, industria e innovación, saúde ou medio ambiente.

DESCRICIÓN DETALLADA

Na actualidade, a Área de Turismo Termal ten unha estrutura mínima e está situada nunha posición xerárquica considerada inadecuada tendo en conta as implicacións desta actividade con competencias doutros departamentos.

A estrutura actual presenta inconvenientes, sobre todo en relación co cumprimento de dúas das súas habilidades máis relevantes:

- Revisar a adecuación do marco normativo autonómico existente nesta materia en coordinación con consellerías e entidades instrumentais do sector público autonómico con competencias en industria, saúde, medio ambiente, territorio e colaboración coas entidades locais.
- Elaborar un plan de termalismo en coordinación con consellerías e entidades instrumentais do sector público autonómico con competencias en materia de industria, saúde, medio ambiente, territorio e auga, e en colaboración coas entidades locais.

En ambos os casos, a súa posición xerárquica inferior respecto do resto de entidades nas que deben implicarse as súas accións ten como resultado certa ineficiencia, toma de decisións máis atrasada e menos eficiente e menos autoridade ante outras institucións.

Neste marco, propónse que a Mesa Galega de Termalismo, liderada pola Axencia de Turismo de Galicia e a súa Área de Turismo Termal, sexa o foro que aglutine todos os ámbitos de competencia/consellerías para o intercambio de información, o debate e a toma de decisións en todo momento que fai referencia ao desenvolvemento do sector termal en Galicia.

Con este tipo de estruturas non só se pretende potenciar a oferta existente, senón tamén potenciala e consolídala como destino termal de referencia, garantindo un enfoque integral que abrangue a xestión empresarial, a innovación en servizos e tratamentos, así como estándares médicos e sanitarios.

Unha das primeiras accións desta mesa consistiría en preparar toda a información e argumentos que lle permitan ao Goberno autonómico iniciar as accións de *lobby* pertinentes ante o Ministerio da Saúde.

Enténdese que o primeiro esforzo do *lobby* debería centrarse en incluír o termalismo na carta de servizos sanitarios para aproveitar a Directiva de saúde transfronteiriza. Isto faise volviendo á Directiva 2011/24/UE de atención sanitaria transfronteiriza que abriu a oportunidade ao termalismo, ao configurarse como un novo marco que amplía as posibilidades de asistencia sanitaria nos países do Espazo Europeo (garantindo o dereito dos cidadáns da Unión Europea a recibir unha asistencia sanitaria segura e de calidade, tanto no ámbito público como no sector privado doutro Estado membro da UE). A mensaxe que se pretende transmitir sería para indicar que a súa transposición polos distintos países só representou un impulso naqueles que sí incluían o termalismo como un tratamento cuberto no seu sistema de saúde, que non era o caso de España, e por iso supón unha redución da capacidade competitiva de Galicia no mercado internacional do turismo de saúde.

Loxicamente, corresponderalle á Área de Turismo Termal alimentar esta mesa con información verificada para a toma de decisións informadas e consensuadas entre os diferentes ámbitos aos que incumbe. Neste contexto, esta primeira actuación complementase con actuacións como acción 1.5 O termalismo, unha estratexia sanitaria. Investigación sobre o potencial de aforro, tratamento médico a través do termalismo, xa que unha investigación rigorosa pode demostrar o aforro de custos (sobre todo en hospitalizacións e medicación) e de absentismo laboral, por exemplo.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Pódese ver como un exemplo (aínda que neste caso se refire a unha comisión de duración limitada) a comisión transversal creada para a organización do Xacobeo: Decreto 4/2018, do 11 de xaneiro, polo que se crea a Comisión Organizadora do Xacobeo 2021.

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

O proceso de constitución desta mesa debe facerse de xeito similar á comisión que foi presentada como punto de referencia para esta actuación, é dicir, seguindo o procedemento xa establecido pola Xunta de Galicia para este tipo de organismos de asesoramento/apoio.

Non obstante, indícanse algunhas recomendacións para a creación e funcionamento tendo en conta as especificidades do sector e da actividade termal:

- Deberá contar, como mínimo, con representantes da Área de Turismo Termal e da Dirección de Promoción e Competitividade da Axencia de Turismo de Galicia, así como con representantes das consellerías con competencias en materias de industria, sanidade e política social.
- Podería reunirse con carácter ordinario trimestralmente, convocando tantas reunións extraordinarias como se consideren necesarias.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Consellería de Sanidade (direccións xerais por definir).
- Consellería de Economía e Industria (direccións xerais por definir).
- Consellería de Política Social e Igualdade (direccións xerais por definir).

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de reunións ao ano.
- Número de entidades participantes en cada mesa.
- Número de informes de conclusións e/ou recomendacións emitidos.

Título da acción

3.2 INSPECCIÓN E REGULACIÓN DOS ESTABLECEMENTOS TERMAIS DE GALICIA

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Revisión da adecuación do marco normativo autonómico existente nesta materia en coordinación coas consellerías e entidades instrumentais do sector público autonómico con competencias en industria, saúde, medio ambiente, territorio e colaboración coas entidades locais.

OBXECTIVOS

- Verificar a veracidade da declaración de servizos e tipo de auga utilizada polos establecementos mediante inspeccións periódicas.
- Influír na lexislación para que as augas que se utilicen no turismo de saúde e benestar que non sexan termais non poidan comercializarse como tales, e evitar así posibles infraccións regulamentarias.
- Establecer pautas claras sobre o persoal necesario segundo a oferta de servizos de cada balneario, incluíndo a presenza e cualificación do persoal médico se fose necesario.
- Garantir que a promoción dos balnearios se corresponde fielmente cos servizos que ofrecen.
- Evitar a competencia desleal no e co sector termal en Galicia.

● XUSTIFICACIÓN

Buscarase combater a existencia de balnearios que presten servizos baixo a denominación termal que, aínda que normalmente se clasifican como servizos termais, empregan auga da billa sen especificalo na información facilitada ao cliente. Por outra banda, segundo se explica no marco da actuación "2. Manual de boas prácticas (para o sector termal)", existe competencia "desleal" entre termas e balnearios, xa que éstas prestan servizos similares aos dos balnearios sen ter que cumprir ningún requisito ou normativa específica para esa actividade (porén, tamén poden afectar á saúde e benestar do cliente).

Cómpre, neste contexto, actuar para corrixir estas desigualdades e garantir, como é dereito do consumidor, unha clara diferenciación (e comunicación desas diferenzas) entre o que é e que non é un servizo termal e que a atención debe estar asegurada por un servizo que "manipule" e/ou estimule partes do corpo humano en busca dunha mellora do seu benestar físico e/ou mental (realizado con ou sen recorrer á auga mineral medicinal).

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Esta proposta de actuación céntrase na implantación de actuacións de inspección e regulación por tipo do servizo/establecemento, co obxectivo de garantir a correcta declaración e promoción dos servizos dispoñibles e o tipo de auga utilizada. Isto garante a correcta aplicación das normativas correspondentes e evitaría prácticas desleais no sector.

No caso concreto da Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia, este tipo de comprobacións deberán dar lugar a unha selección dos establecementos termais que se promoverán por esta entidade. Esta selección poderá, en todo caso, basearse no cumprimento ou non da normativa e recomendacións do mencionado manual.

Ademais, súxírese reavaliar/aclarar a definición dos criterios de persoal que deben estar asociados a cada servizo ofertado para que as auditorías realizadas poidan verificar, por exemplo, se se cumpren requisitos como a presenza de persoal médico, o seu nivel de formación, frecuencia de presenza, e outros aspectos pertinentes, segundo a natureza terapéutica dos servizos ofrecidos.

Espérase que a posta en marcha desta actuación requira a dedicación dun inspector ao sector termal (que tamén garantirá as auditorías dos establecementos non termais que presten oferta de benestar con recurso de auga non termal).

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Non aplicable.

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Revisión normativa e coordinación interinstitucional: realizar unha análise exhaustiva do marco normativo autonómico vixente relacionada coa industria termal en Galicia.
2. Definición e actualización de criterios de inspección: establecer ou actualizar criterios de inspección dos establecementos termais (e dos que se poidan vender como tales), garantindo que abranguen aspectos como a veracidade da declaración de servizos, o tipo de auga utilizada e a cualificación do persoal.
3. Inspeccións periódicas: implantar un calendario de inspeccións periódicas nos establecementos termais para verificar o cumprimento da normativa.
4. Avaliación e certificación de establecementos: clasificar e certificar establecementos termais baseados no cumprimento da normativa e do manual de boas prácticas, vinculando esta certificación á súa promoción e apoio por parte da Axencia de Turismo de Galicia.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.

- Axencia de Turismo de Galicia (inspección).
- Mesa Galega de Termalismo.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLEMENTACIÓN

- Número de normas revisadas e actualizadas.
- Número de inspeccións realizadas en establecementos termais segundo o calendario planificado.
- Número de establecementos que cumpren a normativa.
- Número de certificacións emitidas (incluído o manual de boas prácticas).
- Índice de satisfacción do cliente.

BLOQUE 4: DESENVOLVEMENTO DE PRODUTOS, COMUNICACIÓN E MERCADOTECNIA**Título da acción****4.1 ACCIÓN DE MERCADOTECNIA (VIAXE DE FAMILIARIZACIÓN) CON ASOCIACIÓN DE DOENTES****COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE**

- Deseño e promoción de campañas de promoción tanto para a comercialización de establecementos como de novos produtos comerciais que crean a imaxe do destino.
- Mellora da información e difusión no sector.

Tamén contribuirá ao desenvolvemento do plan de termalismo en coordinación con consellerías e entidades instrumentais do sector público autonómico con competencias en materia de industria, saúde, medio ambiente, territorio e auga, e en colaboración coas entidades locais.

OBXECTIVOS

- Concienciar sobre os beneficios terapéuticos das augas termais de Galicia entre asociacións de doentes.
- Construír relacións fortes e duradeiras con asociacións de doentes que poden conducir a futuras colaboracións e programas de turismo terapéutico continuados.
- Difundir unha imaxe positiva de Galicia como destino turístico saudable e comprometido co benestar dos seus visitantes.
- Contribuír ao recoñecemento dos tratamentos termais no sector médico para integración no sector asegurador.

XUSTIFICACIÓN

Durante anos, o termalismo enfrontouse ao reto de ter que posicionarse como médico ou como actividade turística, non obstante, en esencia, é unha actividade turística para xerar fluxos de turistas que pernoctan en destinos termais durante varias noites, independentemente do motivo da súa visita.

A introdución do concepto de turismo médico no vocabulario dos axentes turísticos (incluídos *mayoristas* e *minoristas*) permite o uso/adaptación das fórmulas de comunicación eminentemente turística ao sector termal tamén na súa vertente terapéutica.

DESCRICIÓN DETALLADA

Este tipo de viaxes de familiarización ten como obxectivo principal ofrecerlles unha experiencia *in situ* aos representantes e membros das asociacións de doentes, permitíndolles coñecer os beneficios preventivos e curativos das augas termais de Galicia.

Durante a viaxe, os participantes terán a oportunidade de visitar as instalacións dos balnearios, ao tempo que coñecen os tratamentos termais e o seu potencial para mellorar a saúde, calidade de vida, en xeral, e dos que padecen determinadas condicións médicas, en particular.

Ofreceráse un programa completo de tratamento termal, que pode incluír baños termais, masaxes terapéuticas, barroterapias, entre outras, adaptadas ás necesidades específicas para cada paciente, así como información médico-científica sobre recomendacións, efecto/indicacións e contraindicacións dun determinado tipo de auga mineromedicinal para esa enfermidade/enfermidade específica.

Organizaranse sesións informativas e charlas con expertos médicos para discutir os beneficios terapéuticos das augas termais e proporcionar orientación sobre a atención sanitaria en curso.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Este tipo de actuacións foron realizadas individualmente por diferentes balnearios.

Os resultados obtidos por estes balnearios son a inspiración para esta acción que pretende realizarse dun xeito máis estruturado e non esporádico e cuxos resultados poden ser analizados polas propias asociacións e a palabra transmitida polos propios pacientes que o experimentaron. Trátase, polo tanto, da tradicional acción viaxes de familiarización (de maior duración) realizada no ámbito do turismo médico. Isto pode engadir o impulso doutras accións que se propoñan neste catálogo (é dicir, cofinanciamento das aseguradoras e lobby para a inclusión de termalismo na carta de servizos sanitarios do país).

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Planificación e coordinación: a primeira etapa consiste na selección das asociacións de enfermidades crónicas ou específicas relacionadas cos beneficios das augas termais. A partir deste, coordínase cos balnearios e médicos especialistas galegos para definir o contido da viaxe de familiarización, incluídos tratamentos e charlas, deseñando un programa detallado que inclúe visitas a balnearios, sesións informativas, tratamentos termais adaptados e charlas con expertos.
2. Execución da viaxe de familiarización: organización dos aspectos loxísticos, incluído o transporte, aloxamento e necesidades especiais dos participantes, todo en coordinación cos operadores/provedores que prestarán os servizos. Durante a realización das viaxes de familiarización previstas, impartiranse sesións informativas e charlas con expertos médicos, centradas nos beneficios terapéuticos das augas termais.
3. Avaliación e seguimento: despois da visita é necesario obter os testemuños e comentarios dos participantes para avaliar a eficacia da viaxe de familiarización. Hai que facer unha avaliación dos resultados obtidos en función das relacións establecidas, recoñecemento de tratamentos e difusión dunha imaxe positiva de Galicia, a través dun informe final.
4. Difusión e continuidade: é fundamental considerar a difusión dos resultados da viaxe de familiarización en medios de comunicación e entre outras asociacións e actores do sector termal. Isto dará lugar ao desenvolvemento de convenios para a continuidade destes programas con asociacións e potenciais colaboracións coas aseguradoras e o sistema sanitario.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Actuación a medio prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Dirección de Promoción da Axencia de Turismo de Galicia.
- Asociacións autonómicas e nacionais de pacientes.
- Sector privado.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLEMENTACIÓN

- Número de asociacións de doentes que participaron na viaxe de familiarización.
- Número de participantes (representantes da asociación, pacientes, expertos médicos) que asistiu á viaxe de familiarización.
- Índice de satisfacción dos participantes.
- Número de novas relacións ou colaboracións iniciadas con asociacións de enfermidades e expertos médicos.
- Número de publicacións conseguidas/resultantes da viaxe de familiarización.

Título da acción

4.2 ACCIÓN DE MERCADOTECNIA (VIAXE DE FAMILIARIZACIÓN) CON COMPAÑÍAS DE SEGUROS

COMPETENCIA DO ATT Á QUE RESPONDE

- Deseño e promoción de campañas tanto para a comercialización de establecementos como de novos produtos comerciais que crean a imaxe do destino.
- Mellora da información e difusión no sector.

Tamén contribuirá ao desenvolvemento do plan en coordinación con consellerías e entidades instrumentais do sector público autonómico con competencias en materia de industria, saúde, medio ambiente, territorio e auga, e en colaboración coas entidades locais.

OBXECTIVOS

- Introducir a idea de financiamento ou cofinanciamento de estancias termais terapéuticas en Galicia termal a través da viaxe de familiarización exclusiva para representantes de seguros de saúde.
- Establecer sólidas relacións con empresas líderes do sector asegurador, como Adeslas, Sanitas e outros entre os cinco mellores en España.
- Demostrar os beneficios do termalismo para a saúde e o seu potencial económico como atractivo comercial para aseguradoras.
- Fomentar a innovación nas pólizas de seguros de saúde, fomentando a inclusión do financiamento ou cofinanciamento de estancias termais terapéuticas.
- Posicionar Galicia Termal como destino preferente para o turismo de saúde e benestar, xerando interese entre as aseguradoras e potenciais consumidores.

● XUSTIFICACIÓN

As actuacións da Administración turística, a través das competencias da súa Área de Turismo Termal, e tamén deben centrarse no enfoque do turismo termal como turismo médico a entidades e organizacións do sector sanitario.

Tamén debe apoiar o desenvolvemento de modelos de negocio sostibles no tempo que ou ben faciliten a especialización dos centros termais ou ben garantan unha axeitada convivencia entre o turismo termal de lecer e o turismo termal médico.

As entidades aseguradoras son, neste contexto, colaboradoras necesarias para a afirmación do compoñente terapéutico do termalismo e o establecemento de acordos entre elas e os balnearios, e poidan constituír unha parte importante do negocio termal en Galicia no futuro.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

No pasado, tratamentos como fisioterapia, limpeza de dentes ou servizos de podoloxía non formaban parte da cobertura das compañías de seguros de saúde; con certa frecuencia, a empresa emblemática inclúe un novo servizo e, co paso do tempo, é emulado polo resto.

Esta acción ten como obxectivo promover a colaboración entre Galicia Termal e as principais aseguradoras de saúde de España, como Adeslas, Sanitas ou un dos cinco mellores do sector. Búscase adaptar o concepto tradicional de *fam trip* ao ámbito do turismo de saúde e benestar, co fin de promover a inclusión do termalismo como servizo financiado ou cofinanciado dentro das pólizas de seguro de saúde. Isto non só ampliaría as opcións de tratamento para os asegurados, senón que tamén crearía un novo atractivo comercial para as aseguradoras, diferenciándoas da competencia e xerando potenciais clientes interesados neste tipo de servizos.

Esta acción inicial só pretende ser unha acción de relacións públicas e, polo seu éxito, sería a integración por parte dunha compañía de seguros de saúde, do financiamento do termalismo como tratamento incluído nas tarxetas premium.

Paralelamente tamén se propón unha actuación (acción: 1.5 Termalismo, unha estratexia sanitaria. Investigación sobre o potencial de aforro médico a través do termalismo) que podería reforzalo no caso de que o esforzo de márketing non sexa suficiente para convencer esta integración.

En consonancia coa actuación anterior e de forma complementaria, preténdense levar a cabo demostracións *in situ* estruturadas (e non esporádicas) difundindo xunto coas aseguradoras o valor engadido do termalismo fronte a outras alternativas terapéuticas de prevención, tratamento e/ou recuperación.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Un dos referentes que inspiraron esta acción é o seguro médico portugués Médis, na súa modalidade premium (Médis Vintage) que inclúe tratamento en salas termais. Outro exemplo podería ser a aseguradora Axa, que inclúe "Axa Bienestar" nos seus plans e ofrece servizos de saúde e benestar a prezos reducidos (balneoterapia, acupuntura, nutrición, ioga etc.). Faino a través da colaboración con máis de 4.000 servizos de benestar franquiciados. Tamén dispoñible en seguro de saúde para empresas.

No caso de España, a aseguradora Santalucía Seguros tamén ofrece servizos de benestar e saúde (medicina e cirurxía estética, termalismo e balneoterapia, acupuntura, naturoterapia, ortopedia, óptica e audiófonos, psicoloxía, logopedia e logofoniatría, veterinarios, centros deportivos, etc.) na mesma modalidade que Axa, é dicir, ofrecen prezos preferentes ao contratalos.

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Planificación e preparación: selección das principais aseguradoras en España, como Adeslas, Sanitas e outros dentro dos cinco mellores, con potencial interese en incluír servizos termais nas súas pólizas.

2. Desenvolvemento do itinerario: deseño dun itinerario atractivo que inclúa visitas a balnearios, demostracións de tratamentos e reunións con expertos en termalismo. Isto debe ser acompañado de folletos, presentacións e casos prácticos que resaltan os beneficios do termalismo para a saúde e a súa viabilidade como produto asegurador. O itinerario e os materiais deséñanse en coordinación cos departamentos e entidades do sector público relacionados coa saúde, o medio ambiente e o turismo para garantir o apoio institucional e loxístico.

3. Execución da viaxe de familiarización: recepción de representantes de seguros en Galicia, coa presentación inicial sobre o potencial do termalismo, seguida de visitas guiadas ás instalacións, con demostracións de tratamentos e testemuñas dos usuarios que experimentaron importantes beneficios. Deberían incluírse reunións con expertos en termalismo e debater sobre a integración das estancias termais nas pólizas de seguros de saúde e beneficios económicos para as aseguradoras. Recoméndase dispor de espazos específicos para o traballo en rede entre compañías de seguros e balnearios, promovendo a creación de alianzas estratéxicas.

4. Seguimento e avaliación: recollida de comentarios dos participantes para avaliar a eficacia da viaxe de familiarización e detectar áreas de mellora. Despois da viaxe comezan as negociacións para a inclusión dos servizos termais nas políticas sanitarias, en función das relacións establecidas co sistema sanitario durante a viaxe de familiarización, mantendo unha comunicación constante coas aseguradoras para fortalecer relacións e explorar oportunidades de colaboración a longo prazo.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Actuación a medio prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Dirección de Promoción da Axencia de Turismo de Galicia.
- Aseguradoras de saúde.

INDICADORES DE SEGUIMENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de aseguradoras que participaron no índice de viaxe de familiarización.
- Satisfacción dos participantes.
- Número de propostas de colaboración iniciadas entre balnearios e aseguradoras despois do *fam trip*.
- Número de aseguradoras que manifestan interese en incluír o termalismo nas súas pólizas de saúde.

Título da acción

4.3 ACCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN CON OPERADORES SANITARIOS ESPECIALIZADOS

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Deseño e promoción de campañas de promoción tanto para a comercialización de establecementos como de novos produtos comerciais que crean a imaxe do destino.
- Mellora da información e difusión no sector.

Tamén contribuirá ao desenvolvemento do plan de termalismo en coordinación cos departamentos e entidades instrumentais do sector público autonómico con competencias en materia de industria, saúde, medio ambiente, territorio e auga, e en colaboración coas entidades locais.

OBXECTIVOS

- Establecer relacións estratéxicas sólidas e duradeiras.
- Incrementar o fluxo de visitantes e o atractivo turístico dos territorios termais.
- Contribuír a un correcto mercado de produto termal.
- Aumentar a visibilidade do destino termal como destino de turismo médico con operadores especializados.
- Posicionar Galicia Termal como destino turístico de saúde.

XUSTIFICACIÓN

Como xa se indicou, a introdución do concepto de turismo médico no vocabulario dos axentes do turismo (incluídos *mayoristas* e *minoristas*) permite o uso/adaptación das fórmulas de comunicación eminentemente turística ao sector termal tamén na súa vertente terapéutica. Ademais, permite posicionar o termalismo como produto de excelencia que hai que integrar na carteira de produtos comercializados por operadores sanitarios especializados.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Enténdese que o traballo con especialistas sanitarios en accións de mercadotecnia debe permitir a penetración do termalismo galego en novos nichos de mercado, aumentar a súa credibilidade terapéutica e ofrecerlles aos centros termais implicados novas oportunidades de crecemento.

Así mesmo, para promover un destino termal e atraer operadores especializados é fundamental deseñar unha estratexia de mercadotecnia específica, adaptada ás necesidades e preferencias dos clientes e mercados en cuestión.

As accións de márketing que cómpre desenvolver poden ser de diversa natureza e deben ser a fórmula que mellor transmita esta mensaxe aos operadores sanitarios especializados (xa

sexa mediante accións de mercadotecnia directa ou campañas estruturadas). Tales accións deben estar preparadas e implementadas por profesionais da comunicación e/ou profesionais especializados (similar a "visitadores médicos" pero especializada na "venta" de termalismo).

REFERENCIA ASOCIADA



DESCRICIÓN

É pertinente recollela como boa práctica e estendela a todo o territorio galego como actuación incluída no Plan de sostibilidade turística: Ourense termal, que pretende a comunicación con operadores sanitarios especializados.

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Identificación de operadores especializados: crear unha lista de operadores especializados en saúde, incluíndo os seus perfís, áreas de especialización e alcance no mercado; avaliando o aliñamento destes operadores cos obxectivos do termalismo en Galicia.
2. Desenvolvemento da estratexia de mercadotecnia: deseñar un plan de mercadotecnia adaptado ás necesidades e preferencias dos operadores identificados; incluíndo elementos específicos como marca, mensaxes clave e canles de comunicación adecuadas para o turismo médico e termal.
3. Colaboración con entidades públicas e locais: coordinar actuacións con departamentos e entidades instrumentais do sector público autonómico con competencias en industria, sanidade, medio ambiente e outros sectores relevantes.
4. Implementar o plan: desenvolver en colaboración as accións de márketing definidas no plan con operadores especializados, medios dixitais, feiras internacionais e reunións B2B (tal e como se definen no plan), para maximizar o alcance e a penetración en novos nichos de mercado.
5. Seguimento e axustes: seguimento dos resultados de cada unha das actuacións do plan implementado, recollendo datos sobre a interacción dos operadores e o impacto no fluxo de visitantes. Realizar axustes no plan en función dos resultados obtidos para optimizar a eficacia da campaña.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Dirección de Promoción da Axencia de Turismo de Galicia.
- Operadores de turismo de saúde nacionais e internacionais.
- Profesionais da comunicación/márketing.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de operadores sanitarios especializados contactados.
- Número de operadores sanitarios especializados adherentes.
- Índice de satisfacción dos operadores sanitarios especializados adherentes.
- Número de publicacións conseguidas/resultantes de accións de mercadotecnia des-
envolvidas.

Título da acción

4.4 POSTA EN MARCHA DE NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Fomento do valor patrimonial dos recursos.
- Aposta por afondar no deseño de produtos turísticos na comunidade en colaboración con entidades públicas e privadas.

OBXECTIVOS

- Diferenciar o destino, cunha proposta de valor realmente máis interesante que un só produto termal.
- Atraer nova demanda ao termalismo cuxa principal motivación é outra cousa (cicloturismo, paisaxe, natureza).
- Ampliar o mercado potencial para o termalismo nos territorios rurais.
- Promover venda cruzada de produtos turísticos por parte dos axentes locais.
- Dinamizar e promocionar outros produtos sen desenvolver (ruta de sendeirismo cun número reducido de visitantes, adegas sen visitas turísticas).

XUSTIFICACIÓN

Como se indicou anteriormente, tanto no que se refire ao turista de lecer/benestar como, e especialmente, ao cliente de turismo médico ao que vai dirixido o termalismo, esixen que non só se lles proporcione un momento de descanso ou terapia que mellore a súa calidade de vida, senón tamén unha experiencia turística completa ao longo da súa estadía no destino/centro termal.

Neste sentido, é fundamental potenciar a ensamblaxe do termalismo con outros produtos e/ou recursos turísticos como fórmula para crear e ofrecer experiencias turísticas termais completas e atractivas.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

Esta acción ten como obxectivo crear e/ou dinamizar unha comercialización conxunta do destino, transmitindo que é un destino termal que ofrece moito máis que o produto termal, segundo o perfil dos turistas, e inclúen na súa experiencia termal (xa sexan de lecer ou terapéuticas) actividades complementarias como visitar restos arqueolóxicos, descubrir unha reserva da biosfera, presenciar eventos deportivos etc.

Trátase tamén de promover o termalismo apoiado nos produtos turísticos máis consolidados como, por exemplo, o Camiño de Santiago.

Unha última nota para indicar que neste mesmo concepto se poden integrar sendeiros termais.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Enténdese que é pertinente recoller como boa práctica e estender a todo o territorio galego a actuación incluída no Plan de sostibilidade turística: Ourense termal.

Trátase tamén de lles dar continuidade ás accións de montaxe xa probadas e replicalas noutros produtos turísticos.

Por outra banda, hai que engadir que a Administración turística galega xa ten a visión (e a experiencia) de ter realizado diversos tipos de montaxe (como, por exemplo, o "Outono Gastronómico" ou de ter apoiado o Programa Spa, un descanso nas estradas).

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Diagnose e selección de recursos turísticos complementarios: realizar unha análise dos recursos turísticos da Comunidade Autónoma que poden complementar a oferta termal (por exemplo: rutas de sendeirismo, adegas, patrimonio cultural, entre outros). Identificar produtos turísticos consolidados e emerxentes en Galicia (por exemplo: Camiño de Santiago, Reservas da Biosfera...). Consulta con actores locais e expertos en turismo para validar e seleccionar combinacións máis prometedoras.
2. Desenvolvemento de paquetes e experiencias integradas: deseño de paquetes turísticos que integren o termalismo con outros produtos turísticos seleccionados de colaboracións con provedores locais (guías turísticos, adegas, operadores de cicloturismo). Os paquetes deberán ir acompañados do deseño e elaboración do material promocional que destaque a oferta integrada.
3. Formación e sensibilización: organizar obradoiros para actores locais (hoteis, balnearios, guías de turismo...) sobre como comercializar e explotar os novos produtos integrados. Promover a participación de entidades públicas e privadas na promoción conxunta.
4. Promoción e lanzamento do produto: implementar campañas de márketing para promover as novas experiencias turísticas integradas, tendo en conta a participación en feiras e eventos turísticos para dar a coñecer a oferta. Esta fase está vinculada á acción 4.3 – Acción de comercialización con operadores especializados en sanidade, xa que se obriga a colaborar cos operadores de turismo especializado en saúde e benestar.
5. Seguimento e mellora continua: recoller comentarios de visitantes e actores implicados, avaliar a satisfacción e o impacto dos produtos integrados. Realizar axustes e melloras nos paquetes turísticos segundo os resultados dos comentarios. Supervisar a demanda e o rendemento do produto ensamblado.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de paquetes turísticos desenvolvidos e implementados.
- Índice de satisfacción do cliente.
- Número de acordos de colaboración con provedores locais e operadores turísticos.

Título da acción

4.5 PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL E MARCA

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- A planificación e xestión de actuacións para o posicionamento de Galicia como destino termal.
- O deseño e posta en marcha de campañas promocionais tanto para a comercialización de establecementos como de novos produtos comerciais que crean a imaxe do destino.
- Mellorar a información e a difusión no sector.
- Apoiar a edición de publicacións sobre turismo termal.
- Organizar simposios, conferencias e seminarios sobre saúde e turismo.
- Estudo e promoción da creación de oferta complementaria (no marco do concurso de xestión da articulación dos recursos, servizos e abastecemento termal).
- Fomento da organización de modelos de negocio innovadores para diversificar o sector co fin de ampliar a oferta cara a novos segmentos (no marco do concurso de urbanismo e xestión de actuacións para o posicionamento de Galicia como destino termal).

OBXECTIVOS

- Establecer as liñas estratéxicas de comunicación e accións de posicionamento para implementar pola Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Establecer e priorizar segmentos e mercados obxectivos.
- Definir mensaxes e estratexias na mercadotecnia dixital.
- Establecer metas e obxectivos de comunicación e promover o seu seguimento.
- Promover o desenvolvemento económico local.
- Mellorar a competitividade das pemes e produtores locais porque permite o acceso a novos mercados, ampliar a base de clientes e diversificar a oferta.
- Cumprir e promover a sostibilidade e a responsabilidade social e contribuír ao cumprimento dos ODS.
- Promover a creación e o desenvolvemento de produtos mineromedicinais vinculados a base de auga ao termalismo, así como á cosmética termal.
- Difundir e promover as investigacións existentes sobre os beneficios do termalismo en Galicia.
- Aumentar a conciencia pública e a comprensión dos beneficios terapéuticos e para a saúde e o benestar termal.

- Fomentar a participación da veciñanza, traballadores do sector e visitantes nas actividades termais.
- Establecer alianzas con asociacións médicas para promover o recoñecemento e a cobertura do termalismo como terapia complementaria.
- Mellorar a accesibilidade e a visibilidade da oferta termal en Galicia a través da comunicación clara e ampla dirixida a distintos públicos.

XUSTIFICACIÓN

A pesar de non ser visto como prioritario por algúns actores do sector, enténdese como fundamental reforzar a marca Galicia Termal como marca paraugas deste produto turístico, así como se considera necesario establecer o posicionamento desa marca e unha liña de comunicación para este destino termal.

Só así se poden aliñar as accións de todos os axentes do ecosistema termal galego a favor dunha marca e obxectivos comúns.

Por iso é fundamental conseguir a aceptación e o recoñecemento do termalismo non só como valor identidade das comunidades locais, senón tamén asegurar que sexan as primeiras "prescritoras" e "vendedoras" difundindo os beneficios e oferta dos centros termais dos seus territorios.

Neste mesmo sentido, os potenciais consumidores termais tamén deben estar conectados cos beneficios e experiencias que ofrecen os centros termais galegos ben marcando o ton e a excepcionalidade da súa auga mineromedicinal e das súas instalacións ou evidenciando a relación entre os beneficios de cada auga coa mellora da calidade de vida dun determinado público obxectivo (como, por exemplo, pacientes respiratorios crónicos).

Tamén é fundamental comunicar e concienciar para crear apetito polo termalismo promovendo o aumento do número de clientes termais dentro da comunidade local. Neste contexto son actuacións importantes o plan Proxecta que, desenvolvido en colaboración coa Consellería de Educación, sensibiliza o público novo sobre esta actividade.

DESCRICIÓN DETALLADA

Propónse establecer unha marca que transmita aos distintos mercados e segmentos nos que se pretende penetrar a identidade de Galicia como destino termal.

A través dun plan de comunicación integral e marca as liñas de comunicación por perfil do cliente (incluído cliente de lecer e cliente terapéutico), canles de comunicación (*online* e *offline*) que mellor se adapten a cada mercado e ás mensaxes ás que transmitir cada un deses mercados e perfís.

Neste contexto, todas as accións de comunicación e mercadotecnia que se desenvolven para comunicar o termalismo galego deben responder aos principios establecidos neste documento estratéxico. Todos eles deben responder a metas e obxectivos específicos cuxo alcance debe ser monitorizado permanentemente.

Este plan, que deberá poñer en marcha a Área de Turismo Termal, tamén debe constituír unha folla de ruta para os demais axentes do ecosistema termal para que as accións de comunicación

implementadas por cada un dos seus membros contribúan á afirmación e recoñecemento da Galicia Termal no seu conxunto.

Como parte da estratexia de mercadotecnia e impulsando o desenvolvemento de novos produtos, promoverá a cooperación de diferentes sectores co obxectivo de aproveitar as competencias, o coñecemento e recursos de cada un e así conseguir obxectivos comúns de forma máis eficaz e eficiente.

Esta estratexia pode potenciar a identidade rexional (centrada nunha marca común) e promover desenvolvemento económico local. Neste contexto, esta estratexia integral debe potenciar sinerxías entre pemes e produtores locais para que se complementen na creación de novas experiencias, crear produtos comerciais únicos que se identificarán facilmente cos produtos asociados á marca e autonomía (como, por exemplo, cosméticos termais).

Ademais, no ámbito investigador, Galicia xa conta cun importante conxunto de estudos sobre posibles aplicacións e posibles maridaxes coa auga mineromedicinal que se debería levar ao mercado dunha forma estruturada e consistente (como, por exemplo, o viño, tendo en conta as sinerxías que no ámbito da marca se poden xerar grazas ao posicionamento actual de Galicia Enoturística no ámbito das cinco denominacións de orixe galegas.

Así mesmo, a estratexia integral establecida para impulsar o termalismo galego debe centrarse non só nos obxectivos de comunicación e mercadotecnia máis tradicional, senón tamén considerar dous piares esenciais:

- Resaltar e difundir os traballos de investigación existentes que avalen os beneficios desta práctica.
- Lanzar campañas de concienciación dirixidas a diversos públicos, entre eles residentes, persoal do sector termal, visitantes, aseguradoras, colexios médicos e instalacións sanitarias, así como os propios balnearios.

Debe deseñarse de forma accesible e democrática, garantindo que cada un dos grupos obxectivo pode comprender e apreciar os beneficios do termalismo, así como a oferta dispoñible en Galicia neste sector.

REFERENCIA ASOCIADA

DESCRIPCIÓN

Pódense utilizar varias estratexias de comunicación para destinos termais como exemplo, pero só un traballo máis detallado (vinculado ao perfil do turista termal en Galicia) permitiría identificar un modelo adecuado, sobre todo no que se refire ás canles de comunicación polas que apostar.

En canto á potenciación da marca Galicia Termal baseada en produtos específicos vinculados á auga mineromedicinal, estudáronse diferentes casos de éxito como a marca Gala Termal. Tamén se estudaron casos como Avene, Chaves ou São Pedro do Sul, ofrecendo as súas liñas dermocosméticas propias con auga termal tanto nas súas instalacións como nas tendas do comercio local (ampliando a visibilidade do termalismo).

Neste mesmo sentido, aínda que en fase de desenvolvemento, inclúese como boa práctica (cuxo desenvolvemento debe ser vixiado polo sector termal galego) o proxecto portugués AquaeVitae, a través do cal se están a desenvolver bebidas e/ou alimentos funcionais básicos termais.

En canto aos esforzos de valorización e campañas de sensibilización, presentouse a proposta baseada nos resultados que están a obter os centros termais do país veciño, que na súa maior parte utiliza estas fórmulas para achegar os veciños ás termas. En particular, considerouse unha boa práctica replicar as accións do balneario de São Jorge (na área metropolitana do Porto) destinadas a sensibilizar a cidadanía en xeral e á mocidade (realizada, por exemplo, nos colexios).

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Análise e segmentación do mercado: realizar un estudo detallado dos distintos segmentos mercado (clientes de ocio, terapéuticos etc.) para identificar as súas necesidades, comportamentos e preferencias. Isto permitirá definir liñas específicas de comunicación para cada perfil.
2. Definición de mensaxes e canles: elaborar mensaxes clave para cada segmento que destaque os beneficios do termalismo galego, xa sexa o valor terapéutico da auga mine-romedicinal ou a calidade de vida que ofrece. Con base en mercados e mensaxes previamente definidas, seleccionar as canles de comunicación máis eficaces para cada mercado (*offline*: prensa, eventos locais; en liña: redes sociais, blogs, plataformas turísticas).
3. Desenvolvemento da identidade de marca: analizar a identidade visual e conceptual de Galicia Termal como marca paraugas se son necesarios axustes ou modificacións, deberase desenvolver unha nova identidade, se non, os esforzos deben dirixirse cara ao seu reforzo. Todas as comunicacións dos actores locais deben estar aliñadas con esta identidade e garantir a coherencia na percepción da marca.
4. Colaboración e coordinación: implicar a todos os axentes do ecosistema termal (balnearios, pemes locais, produtores de viño, institucións) para garantir a cohesión da comunicación. Implementarase unha plataforma de colaboración onde os actores poidan compartir recursos e estratexias conxuntas.
5. Campañas de sensibilización e promoción: poñer en marcha campañas dirixidas ao público e a colectivos específicos (residentes, asociacións médicas, aseguradoras) para fomentar o recoñecemento do termalismo en Galicia como opción de benestar e turismo sostible. Mellorar a colaboración co sector educativo a través de accións como o programa Proxecta para que a mocidade se familiarice co termalismo desde pequenos.
6. Como fase continua, a investigación sobre as propiedades do auga mineral medicinal e as súas aplicacións (maridaxes, novos produtos). Esta actualización constante e permanente permitirá a introdución de novos produtos de forma estruturada ao mercado para enriquecer a oferta turística e manter a marca e o destino actualizados co necesidades do mercado.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN



Acción a curto prazo.

AXENTES QUE CÓMPRE

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Dirección de Promoción da Axencia de Turismo de Galicia.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLEMENTACIÓN

- Incremento do recoñecemento da marca Galicia Termal.
- Compromiso a través de canles dixitais (número de *likes*, *shares*, comentarios, seguidores...)
- Número de novos produtos termais/mineromedicinais a base de auga introducidos no mercado.
- Número de centros e alumnos participantes no programa Proxecta (ou outros similares que se realicen ligados ao termalismo).

Título da acción

4.6 ZONA AZUL DE GALICIA

COMPETENCIA DA ATT Á QUE RESPONDE

- Promover o termalismo como fórmula para a lonxevidade.
- Promover charlas, formación e investigación sobre o tema.
- Cooperar coas consellerías e entidades instrumentais do sector público autonómico con diferentes competencias, e en colaboración coas entidades locais.

OBXECTIVOS

- Promover unha campaña de lonxevidade a través do termalismo.
- Realizar charlas/formacións conxuntas con outras disciplinas para informar e educar o público sobre os beneficios do termalismo como fórmula para aumentar a esperanza de vida.
- Cooperar coa Consellería de Política Social e Igualdade para a difusión e o desenvolvemento.
- Cooperar con outras entidades como o IMSERSO no posicionamento de Galicia como destino termal de calidade.
- Cooperar coas entidades gobernamentais competentes na loita contra o desafío demográfico.
- Promover a investigación sobre o tema e o impacto do termalismo na lonxevidade en Galicia.
- Contribuír ao posicionamento de Galicia como destino termal de calidade.

XUSTIFICACIÓN

A lonxevidade en Galicia está por encima doutras comunidades autónomas, situándose nos primeiros postos de Europa, segundo Eurostat.

Esta lonxevidade está relacionada, entre outras, coa dieta atlántica, pero queda por investigar e explicar como o termalismo axuda a este feito en Galicia. Son poucas polo momento as actuacións que se están a realizar para divulgar este concepto, pero hai preocupación desde diferentes disciplinas como médicos, dietistas, farmacéuticos ou dermoestéticas por valorar este concepto.

Un estudo exhaustivo deste grupo de poboación que utiliza estes servizos termais e terapéuticos sería un bo paso para enxalzar o termalismo como recurso turístico para a lonxevidade.

DESCRIPCIÓN DETALLADA

A creación dunha acción centrada no termalismo como "segredo" da lonxevidade chama a atención de diferentes grupos de turistas. O fomento da investigación sobre a influencia do termalismo na lonxevidade en Galicia e a promoción de campañas de sensibilización xunto con outras

sería un dos obxectivos fundamentais para posicionala como destino termal de calidade.

Toda esta investigación presentaría en charlas, seminarios ou eventos para intercambiar coñecementos con outras disciplinas.

É imprescindible que se poña en coñecemento dos operadores, recepcionistas, técnicos e informadores turísticos dos destinos termais de Galicia para un bo asesoramento previo ou no sitio do visitante.

REFERENCIA ASOCIADA



DESCRIPCIÓN

Un dos puntos de referencia que inspiraron esta acción é o destino de Okinawa no Xapón, é unha illa que é famosa pola súa alta concentración de centenarios.

Como exemplo de accións dedicadas á difusión da lonxevidade “a través do termalismo” analizáronse boas prácticas como formación desenvolvida no concello de Celanova ou un programa de termalismo social no concello de Boborás.

PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN (FASES)

1. Planificación de campañas: elaborar un plan estratéxico que estableza obxectivos específicos e calendario de actividades, incluída a sinatura de convenios coa Consellería de Política Social e Igualdade, IMSERSO e outras entidades clave. Para esta campaña centrada na lonxevidade como tema principal, é necesario crear materiais educativos e promocionais en colaboración con expertos en termalismo, lonxevidade e outras disciplinas como a medicina e a dietética.
2. Promoción e difusión: poñer en marcha a campaña nos medios de comunicación e plataformas dixitais para promover o termalismo como parte do envellecemento saudable, acompañado de organización de seminarios e obradoiros en colaboración con entidades locais e especialistas en saúde, termalismo e envellecemento activo. A produción e distribución de guías informativas e contidos audiovisuais en centros termais, asociacións de maiores, puntos de interese etc.
3. Investigación e desenvolvemento: promover un estudo exhaustivo sobre o impacto do termalismo na lonxevidade entre a poboación usuaria local de disciplinas termais terapéuticas, como o estudo de caso. Cos resultados obtidos, realizaríanse unha serie de presentacións en eventos científicos, foros e publicacións especializadas.
4. Coordinación cos operadores turísticos: por último, estes esforzos trasládanse á mercadotecnia. Para iso é necesario deseñar formación específica para operadores turísticos, recepcionistas, técnicos e informantes sobre como promover os beneficios do termalismo para a lonxevidade, e que os produtos turísticos se desenvolven en colaboración coas pemes locais que integran o termalismo e a lonxevidade como eixe central.

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN

Acción a curto prazo

AXENTES QUE CÓMPRE IMPLICAR

- Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia.
- Consellería de Política Social e Igualdade.
- IMSERSO.
- Balnegal.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO E/OU IMPLANTACIÓN

- Número de eventos organizados en Galicia Zona Azul.
- Número de participantes nos actos Galicia Zona Azul.
- Número de estudos realizados sobre o impacto do termalismo na lonxevidade.
- Número de publicacións científicas e presentacións en eventos nacionais e internacionais sobre o impacto do termalismo na lonxevidade.
- Número de novos produtos de turismo termal que integran o concepto de lonxevidade.

CONCLUSIÓNS E RECOMENDACIÓNS



As conclusións derivadas deste Catálogo de accións para a reactivación do turismo termal en Galicia destacan a importancia estratéxica do termalismo como motor de desenvolvemento económico, social e cultural de Galicia. Coa súa rica oferta de augas mineromedicinais e termais, posúe un recurso natural único que a pode situar como referente mundial do turismo termal se se aplican as medidas e as accións adecuadas.

Este Catálogo de accións aborda unha serie de accións concretas de dinamización do sector, dirixidas a mellorar a competitividade e a sostibilidade do turismo termal en Galicia.

Un dos puntos máis salientables do documento é a necesidade de colaboración entre a Administración autonómica, o sector privado e as comunidades locais para garantir o éxito das iniciativas propostas. Así mesmo, destaca a importancia da innovación, a formación continua e a adopción de boas prácticas no sector, para mellorar tanto a calidade dos servizos como as infraestruturas termais.

As accións estratéxicas propostas están deseñadas para ter un impacto inmediato e duradeiro. Entre elas destacan a creación dun observatorio termal, o desenvolvemento de programas de marketing e marca, a modernización dos aloxamentos e o fomento da investigación sobre o potencial do termalismo no aforro médico, chegando á conclusión de que o éxito do termalismo en Galicia depende da implantación dun estratexia que reforce o sector, xunto coa capacidade dos actores implicados para adaptarse ás novas demandas do mercado e manter o foco na sostibilidade.

Está previsto que o catálogo ofrezca unha folla de ruta para o crecemento sostible do turismo termal en Galicia e contribúa ao establecemento dunha estratexia compartida por todo o ecosistema termal galego que garanta o desenvolvemento integral deste recurso, clave para o ben económico e social.

O desenvolvemento do traballo e a reflexión conxunta que fundamentan as actuacións propostas no capítulo anterior tamén permiten concluír que:

- É fundamental entender o seu compoñente médico/terapéutico como parte integrante do turismo termal, tanto polo que representa na actualidade para o sector termal en termos de modelo de negocio como polo potencial que este compoñente ten como elemento de atracción para novos perfís turísticos como os *millennials* (que se caracterizan pola procura dun mellor equilibrio entre a vida profesional e persoal), o turista poscovid (que busca ambientes saudables e menos masificados para os seus períodos de lecer) ou incluso ecoturistas (que buscan solucións alternativas, máis naturais e ecolóxicas, para actuar sobre as súas doenzas máis ou menos crónicas, ademais de primar a prevención ante o tratamento). Por outra banda, o turismo de saúde é na actualidade un produto turístico recoñecido como tal en España desde hai case dúas décadas, con clúster propio e crecemento exponencial. Non esquezas que integra prevención e curación e considera o termalismo como parte integrante dela. Algunhas comunidades autónomas traballan nel de forma moi proactiva.

- É fundamental manter unha relación de proximidade, traballo en rede e intercambio de información e experiencias cos demais actores que conforman o ecosistema do turismo termal de Galicia, xa que o contacto directo mantido/promovido no marco da redacción deste inventario permitiu identificar múltiples actuacións individuais que se complementen e sexan referentes, pilotos ou referentes extensibles a todo o sector termal galego. Ademais, deste xeito, facilítase a creación de sinerxías, redúcense posibles actuacións contraditorias e xéranse economías de escala.
- A gran maioría dos axentes do sector termal galego coinciden en atribuír a importancia fundamental á existencia dun xestor de destino responsable de produto para Galicia Termal e as expectativas postas en que a Área de Turismo Termal da Axencia de Turismo de Galicia asuma ese papel no futuro. O primeiro paso esencial será a creación da Mesa Galega de Termalismo que se propón como primeira actuación deste Catálogo de accións.
- Recoméndase, en particular, a implantación de ferramentas ou procesos de rastrexabilidade de clientes en todas as campañas de comercialización relacionadas co turismo termal galego. Esta rastrexabilidade non só permitirá identificar a orixe dos clientes, senón tamén calcular o investimento realizado en cada campaña e comparar estes datos cos resultados obtidos. Deste xeito, facilitarase unha avaliación precisa da eficacia e retorno do investimento de cada iniciativa, fundamental para optimizar a comunicación do turismo termal en Galicia e aliñala cos obxectivos do sector, que na actualidade recoñece a importancia dunha comunicación inmediata, centrada en redes sociais e avaliacións de experiencias turísticas.

BIBLIOGRAFÍA

Axencia de Turismo de Galicia (2024). Balance do turismo de Galicia ano 2023. [consultado en 21.03.2024]:

https://aei.turismo.gal/osdam/filestore/8/3/6/3/9_8c0ff3be6e-7c485/83639_3387389a9608979.pdf

Aliberti, S. M., Donato, A., Funk, R.H.W. e Capunzo, M. (2024, marzo). Zonas azuis de lonxevidade. Enciclopedia. <https://encyclopedia.pub/entry/55867> (Adaptado do artigo revisado por pares: <https://doi.org/10.3390/nu16050729>). [consultado o 20/08/2024]

Armijo, F. et al. (2017). Vademécum das augas mineralomedicinais de Galicia. Universidade de Santiago de Compostela; ISBN: 978-84-16954-21-6.

Balneario Ledesma (10 de decembro de 2023). Termalismo e deportes, o Balneario Ledesma é un lugar ideal para a recuperación e relaxación. Noticias do blog. [consultado o 08/12/2024]: <https://balnearioledesma.com/termalismo-y-deporte/>

Bowtell, J. (2015). Avaliación do valor do turismo accesible para as partes interesadas. Journal of Tourism Futures, 1(3), 203-222.

Caldaria Hoteis e Balnearios (1 de setembro de 2022). O auxe do turismo deportivo. Revista HDOSO. [consultado o 20/08/2024]: <https://www.caldaria.es/turismo-deportivo/>

Global Wellness Institute (2023). Global Wellness Economy Monitor 2023. [consultada en 20.03.2024]:

<https://globalwellnessinstitute.org/the-2023-global-wellness-economy-monitor/>

Instituto de Maiores e Servizos Sociais (IMSERSO 2023). Estudo de actualización, análise de alternativas e propostas de mellora da estrutura do Programa de termalismo. [consultado o 28/08/2024]:

https://imserso.es/documents/20123/101570/2023_inf_termalimo.pdf/f1be4ae8-2a39-5859-462c-de96579786f2

Instituto Costarricense de Turismo (ICT) (s.d.). Rastros de benestar nun "Outubro Termal". [consultado o 02/10/2024]: <https://www.ict.go.cr/es/noticias-destacadas-2/1336-huellas-de-bienestar-en-%E2%80%99outubro-termal%E2%80%99D.html>

Ministerio de Sanidade, Servizos Sociais e Igualdade (2015). Orde SSI/1688/2015, do 30 de xullo, pola que se regula o Programa de termalismo do Instituto de Maiores e Servizos Sociais.

Boletín Oficial do Estado (190), 71728-71733. [consultado o 08/10/2024]:

<https://www.boe.es/eli/es/o/2015/07/30/ssi1688>

Intelixencia Mordor (2024). Análise do tamaño e participación do mercado do turismo médico, tendencias de crecemento e previsións (2024-2029). [consultado o 17/08/2024]: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/medical-tourism-market>

Full Inclusión Castela-A Mancha (2018). Programa de termalismo

para persoas con discapacidade intelectual 2018. [consultado o 08/12/2024]: https://www.plenainclusionclm.org/wp-content/uploads/2018/05/informacion_termalismo.pdf

Rodríguez Santos, RA, Cano Collado, LA, & Priego Álvarez, HR (2021). Turismo sénior, perfil turístico e motivacións de viaxe: unha revisión sistematizada. Sociedades. Revista de Ciencias Sociais e Humanidades, 23(2). Universidade de Panamá. [consultado o 14/08/2020]: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/341/3412237013/index.html>

Secretaría Xeral de Turismo (2019). Directrices xerais da Estratexia de turismo sostible de España 2030. Ministerio de Industria, Comercio e Traballo. [consultado o 24/08/2020]:

<https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf>

Nacións Unidas. Convención sobre os dereitos das Persoas con Discapacidade. [consultada en 10.08.2024]: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

Nacións Unidas (2010). Recomendacións internacionais de estatísticas turísticas 2008. ONU Departamento de Asuntos Económicos e Sociais. Nova York; ISBN 978-92-1-161521-0 en 10.03.2024] DOUS: [consultado

https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=12

Departamento de Asuntos Económicos e Sociais das Nacións Unidas (UNDESA 2022). Perspectivas da poboación mundial 2022: Resumo dos resultados. [consultada en 10.08.2024]: https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/wpp2022_resumo_de_resultados.pdf

Organización Mundial da Saúde [consultada en 10.08.2024]: <http://www.who.int/ageing/en/>

OMT (Organización Mundial do Turismo 2016). Turismo accesible para todos: unha oportunidade ao noso alcance, OMT, Madrid. [consultada en 10.08.2024]: <https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/2019-08/turismoaccesiblewebenok.pdf>

OMT, E. Organización Mundial do Turismo e Comisión Europea de Viaxes (2009). Handbook on Tourism Destination Branding, cunha introdución de Simon Anholt.

OMT (nd). Glosario de termos turísticos. [consultada en 10.08.2024]: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Organización Mundial da Saúde. Informe mundial sobre discapacidade 2011 [consultada en 10.08.2024]: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report.pdf

Organización Mundial do Turismo e Comisión Europea de Viaxes (2018). Exploring Health Tourism – Executive Summary, OMT. [consultada o 20.02.2024]: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420308>

Xunta de Galicia (2023). Decreto 16/2023, do 16 de febreiro, polo que se modifican os estatutos da Axencia Turismo de Galicia para a creación da Área de Turismo Termal con sede en Ourense. Galicia. ISSN1130-9229. [consultado o 20.02.2024]: https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2023/20230224/AnuncioV0654-220223-0002_es.pdf

Yáñez-Yáñez, Rodrigo, & Mc Ardle Draguicevic, Nelson (2021). Zonas azuis: lonxevidade da poboación, unha morriña da sociedade. Revista medica de Chile, 149(1), 154-155. <https://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872021000100154>

Referencias web:

Castilla Termal Hotels “Descubre a nosa aplicación”. [consultado o 02/10/2024] <https://www.castillatermalhotels.com/>

mal.com/content/descubre-nuestras-app-de-hotel/

Glosario de termos turísticos da OMT. [consultado o 03/10/2024] <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#T>

Parque Nacional Hot Springs Arkansas. Horario de autobuses, mapa de rutas e prezo [consultada en 10.02.2024] <https://www.cityhs.net/166/Bus-Schedule-Route-Map-Prices>

Innovatech FP. [consultado o 03/10/2024] <https://www.edu.xunta.gal/fp/innovatech-fp> Ministerio de Cultura e Deportes de España [visitado o 21/02/2024]: <https://www.culturaydeporte.gob.es/>

Balnearios Széchenyi Budapest – Guía e reserva. [consultada en 22.01.2024] <https://szechenyibath.com/category/baths-guide/>

Termas de S. Jorge (Portugal). [consultado o 20.08.2024]: <http://www.termas-sjorge.com/>

A aldea de Avène. [consultado o 10.02.2024] <https://www.aveneusa.com/discover-avene>

Hotel termal e de benestar en Austria: Aqua Dome. [consultado en 10.02.2024] <https://www.aqua-dome.at/en/spa-hotel-oesterreich/>

Tenda de produtos Gala Termal. [consultado o 02/10/2024] <https://galatermal.es/tienda/>

Cales son os minerais da auga da fonte dos baños termais de Széchenyi? [consultado en 22.01.2024] <https://szechenyibath.com/what-are-the-minerals-in-the-spring-water-of-szechenyi-spa-baths-szechenyi-bath-faq/>

Auga de Galicia. O Clúster das Augas Minerais e Termais de Galicia. [consultado o 08/10/2024]. <https://www.augadegalicia.com/es>

Asociación de Balnearios de Galicia (n. d.). Asociación de Balnearios de Galicia. [consultado en 10.08.2024] <https://balneariosdegalicia.gal/es/asociacion-de-balnearios-de-galicia/>

