www.eumed.net/rev/turydes/

Vol 5, Nº 12 (junio/junho 2012)

LOS ESTABLECIMIENTOS TERMALES COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DEL SIGLO XXI Y DINAMIZADORES DEL DESARROLLO LOCAL

Noelia Araújo Vila[1]

José Antonio Fraiz Brea[2]

[1, 2,] Facultad de C. C. Empresariales y Turismo

Universidad De Vigo, Ourense.

[1]naraujo@uvigo.es

[2]jafraiz@uvigo.es

RESUMEN

La cultura termal tiene una larga historia, remontándose a la época de romanos, griegos y árabes, mas es a finales del s. XIX y principios del XX cuando presenta su mayor apogeo reapareciendo con mayores acepciones que las vinculadas inicialmente. El termalismo deja de ser únicamente sinónimo de cura para ampliar y diversificar su oferta al descanso, ocio y estética, en definitiva, al componente lúdico.

Emerge así el turismo termal, con una doble vertiente, la terapéutica y la turística en sí. Se trata de un turismo que no presenta estacionalización y que puede ser consumido por diversos perfiles de usuarios, apareciendo así una gran oportunidad que provoca la reforma de viejos balnearios en desuso y la construcción de otros nuevos.

Todo ello se traduce en mejoras de las que se beneficia la propia población local, desde el uso de las propias instalaciones termales hasta la generación de empleo, mejora

de infraestructuras, rehabilitación de zonas verdes o incremento de turistas que repercute indirectamente en la actividad económica de la zona; reafirmando así, que la aparición de un establecimiento termal en un destino turístico contribuye al desarrollo local del mismo. Ejemplo de ello es el caso de Galicia, comunidad española destacada por su riqueza termal, y más en concreto, Ourense, conocida como “capital termal”.

PALABRAS CLAVE: termalismo, turismo termal, desarrollo local, dinamización, Galicia.
JEL: L83; R11

THERMAL FACILITIES AS TOURIST ATTRACTIONS AND BOOST FOR LOCAL DEVELOPMENT IN XXI CENTURY

ABSTRACT

Spa culture has a long history, dating back to the times of Romans, Greeks and Arabs, but it is at the end of XIX Century, early XX century when it presents its peak reappearing with more meanings than those attached initially. Spa is not only synonymous with cure; it diversifies its offer to rest, recreation and aesthetics, in short, the recreational component.

Spa tourism reappears, with a double slope, the therapeutic and touristic. This tourism has not seasonality and can be used by various user profiles, thus appearing a great opportunity that leads to reform obsolete and old spa building for new ones.

All this translates into improvements that benefit the local people themselves, from the use of the facilities themselves to thermal generation of employment, improvement of infrastructure, rehabilitation of parkland or increased tourists that indirectly affects economic activity the area, reaffirming that the emergence of a spa in a resort contributes to local development. A Galicia case is an example, Spanish community noted for its rich thermal, and more specifically, Ourense, known as "Spa Capital".

KEY WORDS: spa, thermal tourism, local development, boost, Galicia.

1. Introducción: Los balnearios como atractivo turístico del siglo XXI

La cultura termal y los establecimientos balnearios presentan una larga trayectoria, remontándonos a culturas de hace más de 2000 años como la griega, romana o árabe, las cuales ya hacían uso de los mismos con fines curativos. Se trata de una tradición que ha pervivido a lo largo del tiempo hasta llegar a nuestros días, resurgiendo con más fuerza y llegando a su máximo apogeo a partir de finales del siglo XIX y principios del XX (SAVIA, 2006). Ello se debe a que lo que inicialmente se consideraba un medio curativo para diversas enfermedades (respiratorias, gástricas o reumatoides entre otras), a día de hoy ha diversificado su significado, haciendo hincapié en propiedades de las aguas termales adaptadas a la sociedad actual, sociedad caracterizada principalmente por el estrés, preocupada por la estética y con elevado interés en el tiempo de ocio (SAVIA, 2006).

Tras la decadencia y numerosa desaparición de balnearios sufrida ante el traslado de los consumidores a turismos emergentes en la época, como turismo de sol y playa, reaparecen de nuevo o se crean nuevos balnearios. En pleno siglo XXI los balnearios ya no son únicamente sinónimo de salud, sino también de estética y sobre todo ocio, resaltando el componente lúdico de los mismos. El paso del tiempo y la evolución de las preferencias de los turistas, han motivado un giro en el turismo, pasando el turismo de sol y playa a ser el modelo masificado, y surgiendo como alternativa el turismo termal (Brenner, 2005). A ello se añade una gran ventaja, el estar ante un tipo de turismo que no se ve influenciando por la estacionalidad y puede atraer a turistas en cualquier época del año.

Los cambios introducidos en la misión de los balnearios y la diversificación de su oferta, han repercutido también en el tipo de consumidor de los mismos. Actualmente, podemos concretar como objetivos básicos de un balneario, los siguientes (López y Ferreres, 2004):

- La mejora del estado de salud.
- El descanso, tranquilidad y relajamiento.
- El contacto con la naturaleza.
- La estética y belleza.

Tales objetivos definen el perfil de consumidor de turismo termal, el cual ya no se limita a personas mayores en busca de soluciones terapéuticas a sus enfermedades, sino que se abre a cualquier segmento de edad en busca de una alternativa para disfrutar de unos días de descanso y ocio, ganando así elevado número de seguidores (SAVIA,

2006). Se resalta con ello la coexistencia de dos posturas en el turismo termal: la terapéutica y la turística. La primera de ellas sería la relacionada con la medicina, siendo la motivación principal los fines terapéuticos del agua, vertiente más antigua y arraigada al turismo termal; y la segunda sería la que tiene una motivación más turística, tal como el servicio de alojamiento o el disfrute de las instalaciones (Lopes, Henn, Alén y Gonçalves, 2011).

Por ello, la presente comunicación realiza un análisis descriptivo de la evaluación del sector termal a nivel nacional (España) y a nivel autonómico (Galicia), para finalmente centrarse en un caso concreto, la ciudad de Ourense, a través de un estudio de contenido de las dos principales webs turísticas de la ciudad.

2. Repercusión e impacto económico de los balnearios

Decir que el sector termal está en auge es un hecho. Diversos estudios respaldan tal afirmación, como el de Ipsos-Eco Consulting (2005), cuyos resultados revelan que el 19 % de los españoles acudió en 2005 a algún balneario, spa o centro termal. Porcentaje que se eleva hasta el 27% y 29% en el caso de Bilbao y San Sebastián, respectivamente. A estos datos de la demanda, podemos unir los del caso de Galicia, comunidad autónoma que destaca en cuanto a la elevada oferta balnearia, en la que el número de usuarios se ha triplicado de 1998 a 2005, pasando de 35.000 a 100.000 (ANBAL, 2005).

Se analizarán por ello en el presente epígrafe diversos indicadores económicos que confirman la relevancia y apogeo de dicho sector, convirtiéndose por tanto el turismo termal en elemento dinamizador del desarrollo local. Se centrará el análisis en la comunidad gallega, precisamente por la elevada oferta con la que cuenta en dicho sector respecto al resto de España, convirtiéndola en líder del mercado termal español.

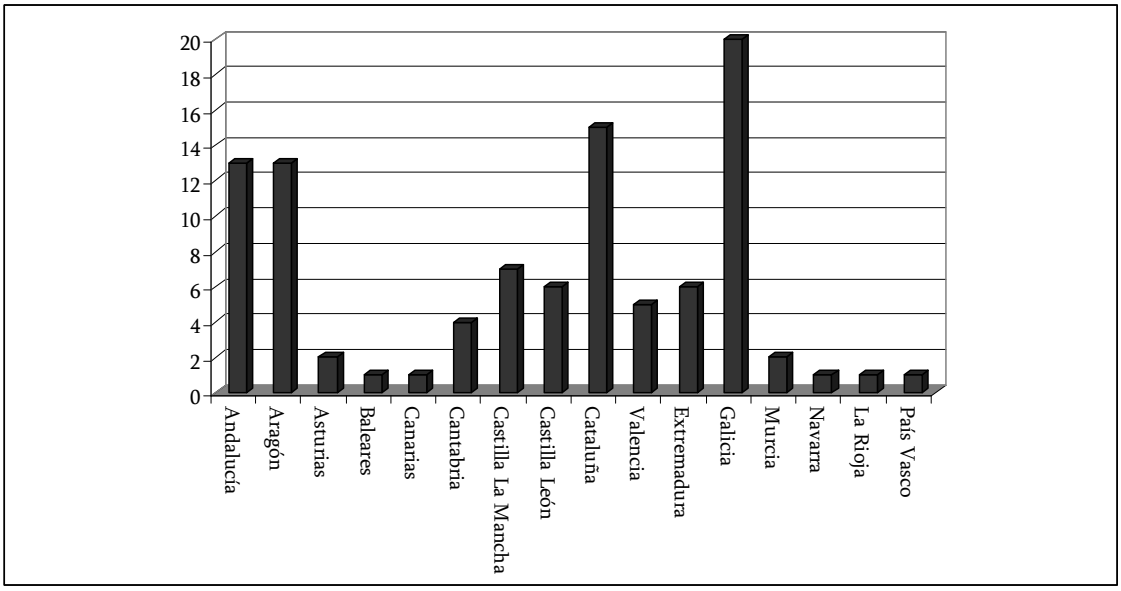
2.1. Oferta balnearia

El siglo XXI se caracteriza por los esfuerzos realizados en el sector termal, en el que sólo a nivel España se han reinaugurado más de 10 balnearios y se han aprobado proyectos para construir hasta 50 más, todo ello con el objetivo de satisfacer la demanda emergente (SAVIA, 2005). Se prevé ir ampliando paulatinamente la oferta existente, limitada a 125 balnearios en toda España (DBK, 2009).

En cuanto a la distribución de balnearios en el territorio español, como ya se ha comentado, la comunidad con mayor representación es Galicia, que según datos de DBK (2006), cuenta con 20 balnearios, cifra que se mantiene a día de hoy (2011),

seguida de Cataluña (15 balnearios), Aragón y Andalucía (con 13 balnearios cada una) - gráfico 1.

Gráfico 1: Distribución de balnearios por comunidades autónomas (2006)



Fuente: elaboración propia a partir de DBK (2006)

Centrándonos ya en el caso gallego, los 20 balnearios se reparten de modo no equitativo en sus cuatro provincias, concentrándose en las provincias de Ourense y Pontevedra, especialmente en la zona de interior, la mayoría de la oferta, un total de 15 balnearios (Tabla 1 y Figura 1).

Tabla 1: Balnearios de Galicia

OURENSE	PONTEVEDRA	LUGO	A CORUÑA
Arnoia	Acuña	Augas Santas	Carballo
Caldas de Partovia	Brea	Guitiriz	
O Carballiño	Caldelas de Tui	Termas Romanas	
Laias	Cuntis	Río Pambre	
Lobios	Dávila		
Baños de Molgas	La Toja		
Sousas	Isla de la Toja		
	Mondariz		
7	**8**	**4**	**1**

Fuente: elaboración propia a partir de Balnegal (2011)

Figura 1: Balnearios de Galicia

Fuente: Balnegal (2011)

En lo que respecta al tipo de alojamiento ofertado, estamos ante una oferta que valora la categoría y calidad del establecimiento, ya que la mayoría son establecimientos de 4 estrellas (47,5%), seguidos de 3 estrellas (24,3%), 5 estrellas (15,5%), 2 estrellas (10,8%) y finalmente de 1 estrella tan sólo el 1,9% (Asociación Balnearios de Galicia, 2008). Además, los 20 balnearios citados, pueden alojar en total a más de 2700 turistas, siendo el balneario que tiene menor capacidad alojativa el de Dávila (Pontevedra) -con tal sólo 47-, y el que más el de Mondariz (Pontevedra), con la destacada cifra de 388 plazas, cifra que se triplicó respecto al año 1998 (Asociación Balnearios de Galicia, 2008).

Nos encontramos por tanto en Galicia con una oferta termal amplia respecto al resto de España, con un destacado número de balnearios y en consecuencia con gran capacidad alojativa. Con alojamientos que valoran la calidad y apuestan por diversificar y especializar sus productos satisfaciendo así las nuevas tendencias de consumo.

2.2. Demanda termal

Desde el siglo XIX, el número de termalistas o turistas termales no ha dejado de crecer en Galicia, pasando de los 9.000 registrados en 1890, a 16.000 en 1960, 43.000 en el año 2000, 100.000 en el 2005 y 125.000 en 2007 (Asociación de Balnearios de Galicia, 2008). A este notable crecimiento, se une el gasto medio de este tipo de turista,

el cual se estima en 133 euros por persona y día (SAVIA, 2006), un gasto muy superior al de turista de costa, lo que evidencia una vez más la rentabilidad de dicho sector.

Otro rasgo a tener en cuenta en cuanto a este consumidor, es la estancia media, 8,3 días (Asociación de Balnearios de Galicia, 2008), la cual surge de la combinación de largas estancias posiblemente de personas con mayor tiempo libre (jubilados) y la actual tendencia a disfrutar de cortas estancias (2-3 días, especialmente fines de semana) con fines lúdicos y de descanso por parte de colectivos con menor tiempo libre. Todo ello se refleja en un nivel de ocupación del 85% anual, fruto de la ausencia de estacionalización ya citada (Asociación de Balnearios de Galicia, 2008).

2.3. Facturación

A nivel nacional, el sector del turismo termal, genera más de 100 millones de euros al año (SAVIA, 2006), fruto de los aproximadamente 4 millones de termalistas que recibió España ese año. Cifras de estudios realizados en Galicia, estipulan sólo en esta comunidad autónoma, una facturación de más de 60 millones de euros en 2006 (Asociación de Balnearios de Galicia, 2008). A pesar de las atractivas cifras estimadas, no se debe obviar la dificultad de cálculo del beneficio real, ya que estamos ante un sector con una elevada inversión en instalaciones, elevado coste de mantenimiento y necesidad de continuas actualizaciones y reformas para adaptarse a las últimas tendencias de este mercado.

2.4 Empleo

En cuanto al empleo, según datos de la Asociación de Balnearios de Galicia (2008), se resaltan dos *ítems*: el número de empleados y la calidad de los puestos. En cuanto al número de empleados, se pasó de los 609 empleados en el año 2000 a los 1200 empleos directos y más de 4000 indirectos de 2006, es decir, una duplicación de puestos de trabajo en tan sólo 6 años. Por otro lado, en lo que respeta a la calidad de los puestos, se trata de trabajos con elevada especialización, siendo necesaria mayor cantidad de empleados por balneario que por cualquier otro establecimiento alojativo -0,8 puestos de trabajo por habitación en vez de los 0,4 requeridos en un hotel estándar- (Asociación de Balnearios de Galicia, 2008).

3. El sector termal como elemento dinamizador del desarrollo local. El caso de Ourense, capital termal

Las cuatro variables analizadas en el epígrafe anterior son una evidente muestra del apogeo que el sector termal ha sufrido y la potencial contribución que pueden aportar al desarrollo local, como la generación de empleo en la zona o la mejora de las infraestructuras ante la inminente llegada de turistas. Mas no se debe obviar el componente social y la medida en que la propia población local acoge o hace uso de tales instalaciones.

Un ejemplo de ello es el Balneario de Baños de Molgas (Ourense), balneario con importante uso tradicional y vecinal, que recibe gran cantidad de usuarios año tras año dada la fama y eficacia médica de sus aguas. Precisamente para demostrar dicha eficacia médica, se ha realizado un estudio a 63 individuos mayores de 60 años usuarios del balneario, siendo los resultados favorecedores, con percepción de mejoría por parte de los usuarios (Martínez, 2010). En este caso, se resalta la vertiente terapéutica del balneario, un balneario del que está demostrado un uso continuado por parte de la población local de dicho destino, la cual se beneficia directamente de las instalaciones.

Además del propio disfrute de las instalaciones, fruto de la aparición de un balneario o establecimiento termal, emergen una serie de sinergias que impulsan el desarrollo local, propias del desarrollo turístico de un destino termal (López y Ferreres, 2004), convirtiéndose el propio establecimiento en dinamizador de la zona además de reclamo turístico:

- Transformación de recursos (en este caso acuíferos termales) en productos termales con alto potencial de atractivo turístico.
- Desarrollo de nuevos productos turísticos asociados o complementarios.
- Provisión de infraestructuras por parte de la Administración Pública en zonas próximas al balneario, minimizando las carencias significativas.
- Potencia la oferta de alojamiento existente en la zona.
- Incremento del número y calidad de la oferta alojativa existente.
- Potencia la formación de recursos humanos locales para satisfacer la demanda laboral de las instalaciones.
- Inversiones públicas y privadas, y coordinación entre las mismas.
- Mayor difusión y promoción de la zona, aportando mayor valor a la misma con la aparición del balneario.

A modo de ejemplo, se analizará tal desarrollo en un destino termal concreto, Ourense, a través de un estudio de contenido en base a la promoción de pozas y termas ourensanas en las dos principales webs turísticas de la ciudad: turismourense.com y turismodeourense.com. Ourense se denomina a sí misma como parte de su eslogan publicitario, "Ourense, capital termal", ya que es la capital gallega en la que destaca el agua como parte de la misma: ríos, fuentes, y sobre todo, aguas termales. La capital es atravesada por el Río Miño, río en el que manan numerosos manantiales en sus riberas, a lo que se añaden las famosas "Burgas", manantiales de aguas termales y mineromedicinales que emergen a 67º C y están enclavadas en el centro de la ciudad.

Actualmente las riberas del Río Miño a su paso por la ciudad, han sufrido diversas acciones de mejora y acondicionamiento (pasarelas peatonales como la de Outariz, 2006 o la de Oira, 2011; parques y zonas de recreación en ambas orillas, o caminos peatonales y carril bici, entre otras), pudiendo disfrutar a día de hoy de diversas pozas y aguas termales perfectamente acondicionadas para su disfrute tanto de la población local como de visitantes o turistas (Tabla 2 y Figura 2) –turismodeourense.com-:

Tabla 2: Pozas y termas de Ourense ciudad

TERMAS/POZAS	DESCRIPCIÓN	CARÁCTER	INSTALACIONES
Pozas de A Chavasqueira	Situadas en el margen derecho del río. Manan a una temperatura de 63º C	PÚBLICO	Dos pozas termales gratuitas en un entorno ajardinado junto al río.
Termas A Chavasqueira	Instalaciones de estética y arquitectura Zen.	PRIVADO	Tres piscinas termales, piscina agua fría, sauna, masaje y café-bar japonés. Aforo limitado a 60 personas cada 90 minutos.
Fuente de O Tinteiro	Se trata de un agua mineromedicinal (fluorada, sulforada, sódica y bicarbonatada) que emerge a 43º C	PÚBLICO	Fuente de uso gratuito a 500 metros de A Chavasqueira.
Pozas de Muiños das Veigas	También en el margen derecho del río y de carácter público. Agua de entre 65 y 72º C	PÚBLICO	Una poza principal de 200 m2, una segunda de 130 m2y otras dos de 55 y 45 m2 al lado de un molino rehabilitado.
Termas de Outariz	Se trata de las termas	PRIVADO	Parcela de 400 m^2 integrada en

	más recientes, inauguradas en 2008 y con las instalaciones más sofisticadas. Mantienen la estética Zen de A Chavasqueira		la naturaleza junto al río Miño: Primera Planta - Recepción, Cafetería Sushi-Bar, Salón de Té Japonés tatami, Sala Multiusos Taichi, Yoga, Guardería por horas, Salón de congresos y celebraciones y Vestuarios-Taquillas con capacidad para 180 personas. Planta Baja - Zona Termal con Ofuros, Sauna Termal, Jacuzzi y Toneles de agua fría para contraste térmico. Zona de Tratamientos, Masajes de estética; bañeras, toneles y ofuros de madera para tratamientos individualizados de algas, fangos y chocolaterapia. Zona de Losas termales a 50 ºC.
Pozas de Outariz	A escasos metros de las termas del mismo nombre, pero de carácter público	PÚBLICO	Consta de dos partes: en la parte de arriba "Pozas de Outariz" y en la parte de abajo "Pozas de Canedo". "Pozas de Outariz": consta de una poza de agua fría de 4,65 m^2 y de tres pozas de agua caliente, la poza principal de 53 m^2 y las otras dos de 26,35 y 26 m^2 respectivamente. "Burgas de Canedo": consta de una poza de agua fría de 5,45 m^2 y de tres pozas de agua caliente
Fuente de Reza	Únicas aguas que están situadas en el margen izquierdo del río, también con propiedades similares a las de O Tinteiro	PÚBLICO	

Fuente: elaboración propia a partir de turismodeourense.com y turismourense.com

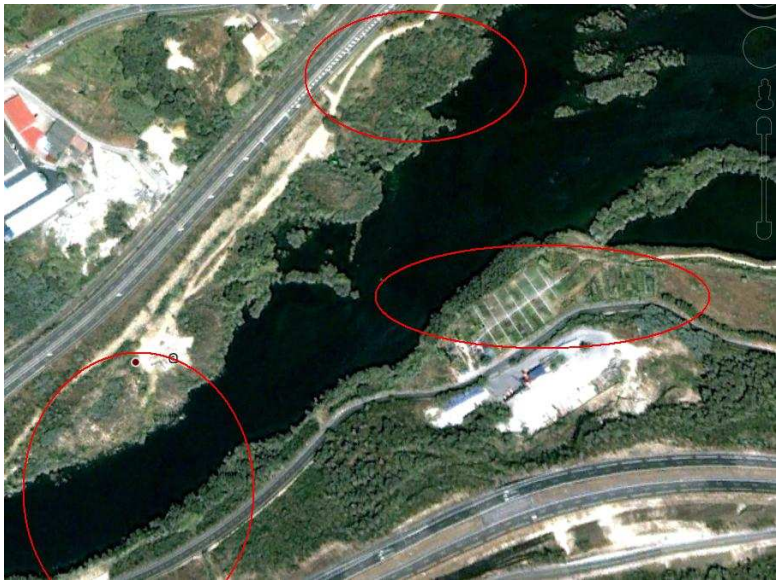
Figura 2: Aguas termales de Ourense

Fuente: turismodeourense.com

En este caso, queda más que demostrada la inversión realizada en cuanto a la mejora de las pozas y termas en sí, así como los acuíferos de los que proceden. Pero el acondicionamiento de la zona ha ido más allá. Se une a ello la creación de una pasarela de carácter peatonal que une las dos orillas del río, inaugurada en el año 2006 (La Voz de Galicia, 2006), así como diversos parques y zonas verdes en ambas orillas, como el Jardín de las Esencias o el Jardín Terapéutico, proyectos del Plan de Dinamización Turístico de la ciudad. De creación más reciente (año 2011), es un restaurante en las inmediaciones termales de la ciudad (Maimón), enfrente de las Termas de Outariz, cubriendo así una necesidad a aquéllos que acuden a las termas ourensanas, pudiendo disfrutar de la gastronomía local sin tener que desplazarse al centro de la ciudad.

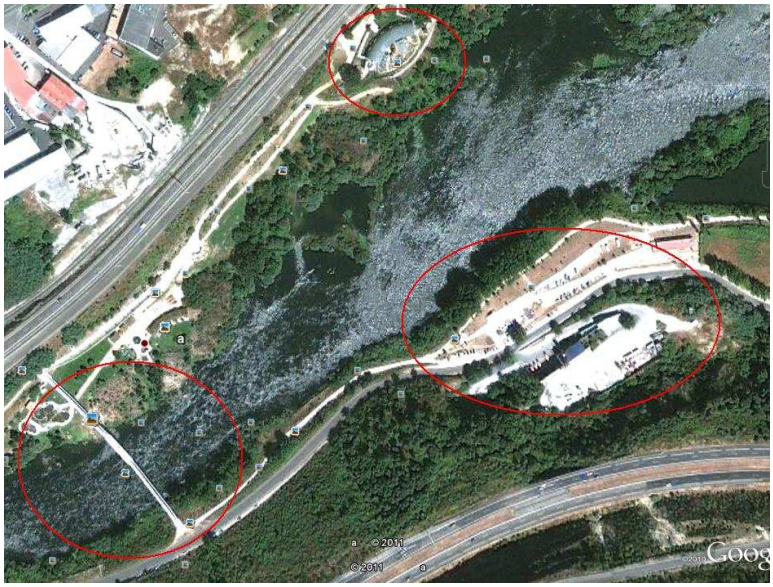
Podemos percibir de modo más visual las mejoras hechas en las orillas del Río Miño comparando una imagen de la misma zona (Outariz y Reza, a ambas orillas del río), del año 2003 y de la actualidad, 2011 (Figuras 3 y 4). Nos llama la atención en la imagen del año 2003, la ausencia de la ya citada pasarela peatonal que une ambas orillas y las termas públicas que aparecen a su lado (a la izquierda de la imagen), o la inexistencia de las privadas Termas de Outariz (en la parte superior), inauguradas en 2008. A ello se une una la notable mejora sufrida en la imagen actual de la zona en la que se encuentra el también ya citado restaurante Maimón (parte central).

Figura 3: Outariz y Reza (orillas del Río Miño en Ourense) en el 2003



Fuente: Google Earth

Figura 4: Outariz y Reza (orillas del Río Miño en Ourense) en el 2011



Fuente: Google Earth

La zona termal queda relativamente alejada del centro de la ciudad, estando Outariz (zona más distante) a 4 kilómetros, por lo que existen líneas regulares de un pequeño tren turístico que realiza este trayecto (aproximadamente sale cada hora del centro de la ciudad y de Outariz) -turismourense.com-. También destaca la inexistencia de alojamiento en las instalaciones termales, por lo que el turista que se disponga a pernoctar tendrá que desplazarse obligatoriamente al centro de la ciudad u otras ubicaciones alojativas de las afueras, lo que indirectamente potencia actividades

complementarias al alojamiento (gastronomía y comercio). Actualmente Ourense cuenta con escasa oferta alojativa, reduciéndose el número de hoteles, según datos del último Plan Estratégico de la ciudad (2009), a un número de habitaciones totales de 849, con un total de 1413 plazas. Prácticamente el 45% de las mismas está concentrado en los hoteles de 4 y 3 estrellas (San Martín, Francisco II, Auriense y Princess) y llama la atención la inexistencia de ningún hotel de 5 estrellas. Por ello actualmente están en proyecto dos nuevos hoteles en dos calles céntricas de la ciudad (laregion.es).

Resumiendo, hasta hace pocos años, el turismo en la ciudad no era una actividad relevante. Por ello la población vivía ajena a ello y no le daba especial importancia. Actualmente éste ha tomado interés, especialmente el turismo termal, lo cual la población ha acogido con entusiasmo y referente de la ciudad, por lo que cualquiera indicará la ubicación de éstas a un turista de forma agradable y "orgullosa"; además del mayor disfrute de las pozas por la propia población local.

4. Conclusiones

Queda más que demostrado que actualmente el turismo termal es un sector que está en auge, con un alto nivel de facturación, oferta diversificada, incremento gradual del número de usuarios o termalistas e interesantes perspectivas de generación de empleo con cierta especialización. Todo ello es fruto de la diversificación y ampliación que este sector ha sufrido, pasando de centrarse en su faceta más terapéutica demandada en gran parte por personas de edades maduras con ciertas dolencias, a complementar la misma con la faceta más lúdica (ocio, descanso y estética), pudiendo así captar un mercado mucho más amplio.

Tal auge se traduce en la creación de nuevos balnearios o puesta en marcha de balnearios ya olvidados, llegando actualmente a la cifra de 125 en España (DBK, 2009), de los cuales 20 se encuentran concentrados en la comunidad gallega (Asociación de Balnearios de Galicia, 2011).

Con el nuevo apogeo del turismo termal se presenta una excelente oportunidad de negocio para aquellas zonas con manantiales de aguas mineromedicinales, ya que la materia prima de calidad es la base de esta industria. Galicia es una de las regiones que cuenta con tal concentración de establecimientos termales, dada la calidad de sus aguas y los numerosos manantiales que posee. La explotación de tales recursos, se convierte en una circunstancia provechosa para la propia población local, la cual se ve beneficiada de forma directa e indirecta con la aparición del establecimiento termal:

- Disfrute de las propias instalaciones.
- Acciones indirectas asociadas a la aparición del balneario o establecimiento termal: acondicionamiento de zonas próximas, mejora de infraestructuras o generación de empleo en la zona.

Una muestra práctica de la teoría expuesta es el caso de la ciudad de Ourense, ciudad con rico potencial en aguas termales, lo que se ha traducido en significativas mejoras de los márgenes del río que atraviese la ciudad, zona con numerosos manantiales. A sus orillas se han acondicionado hasta 7 zonas con pozas y termas, 5 de ellas de carácter público y 2 inversiones de carácter privado. Además de los excursionistas y turistas que se acercan a la ciudad motivados por el reclamo turístico de "Ourense, capital termal", son numerosos los residentes de la ciudad que a diario disfrutan de las zonas verdes y pozas que se han acondicionado.

5. Referencias bibliográficas

- ANBAL (2005): INFORME TURISMO TERMAL 2005
- BALNEGAL (2008): INFORME BALNEARIOS DE GALICIA 2008.
- BRENNER E. L. (2005) "El desarrollo turístico de la región de aguas termales de Goiás, Brasil", *Cuadernos de Turismo* 16: 105-121.
- DBK (2009): Estudio Sectores de DBK: Balnearios.
- LÓPES, P., HENN M. R., ALÉN, M. E., GONÇALVES, J. M. (2011): "El turismo de salud y el uso terapéutico del agua", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 20, págs. 462-477.
- LÓPEZ, D. y FERRERES, J.B. (2004): "Propuestas de desarrollo turístico integrado para un destino maduro de turismo de salud: Benassal", *Cuadernos de Turismo*, vol. 13, págs. 27-49.
- MARTÍNEZ, O. (2010): "Estudio de la sensación de mejoría de una población balnearia de la tercera edad tras la cura termal (balneario de Baños de Molgas, 2010)", *Medicina Naturista*, vol. 4, nº 2, págs. 87-92.
- SAVIA (2006): "La nueva edad de oro de los balnearios españoles", *SAVIA*, págs. 48-52.

Recursos electrónicos

http://www.laregion.es [08/07/2009]

http://www.lavozdegalicia.es/hemeroteca [01/03/2006]

www.turismodeourense.com [21/06/2011]

www.turismourense.com [21/06/2011]