

UN ESTUDIO COMARCAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN GALICIA A PARTIR DE INDICADORES¹

Francisco Jesús Ferreiro Seoane
franciscojesus.ferreiro@usc.es
Universidad de Santiago de Compostela

Alberto Vaquero García
vaquero@uvigo.es
Universidad de Vigo

Marta Camino Santos
martacaminosantos@yahoo.es
Quorum Económico S.L.

RESUMEN

Los indicadores económicos señalan que el turismo refuerza en gran medida la actividad económica regional. El objetivo de este artículo es, en primer lugar, identificar desde una perspectiva cuantitativa las principales comarcas turísticas de Galicia. En segundo lugar, se realizará un análisis estadístico para justificar la concentración de la actividad turística en algunas zonas de la Comunidad Autónoma gallega. Entre otros temas, se estableció si las comarcas de la costa tienen más actividad turística que las del interior, si las del sur de Galicia tienen una mayor actividad turística que las del norte, si las de la costa de las "Rías Baixas" muestran una mayor actividad turística que las de las "Rías Altas", si existe una relación positiva entre el turismo y la actividad económica en las comarcas de Galicia y si existe una relación positiva entre la actividad turística y su población residente. Este estudio finaliza con una serie de conclusiones a partir de los resultados presentados.

Palabras clave: Actividad económica, turismo, Galicia, análisis comarcal.

ABSTRACT

The economic indicators point out that tourism strengthens to a large extent the regional economic activity. The aim of this article is firstly identify from a quantitative perspective the main touristic regions of Galicia. Secondly, it will be performed a statistical analysis to justify the concentration of the tourist activity in certain areas in Galicia. Among other issues, it will be established if the regions of the coast have more tourist activity than the interior regions, if the regions of the South of Galicia have a

¹Este artículo no recibió ninguna beca o premio. Una versión preliminar del mismo fue presentado en el XVII Congreso Internacional de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Carballiño (Ourense).

greater tourist activity than the ones of the North, if the regions of the coastline of “Rias Baixas” show a greater tourist activity than the regions of “Rias Altas”, if there is a positive relationship between tourist and economic activity in Galicia’s regions and if there is a positive relationship between the touristic activity by regions and their level of population. This study finalizes with a set of conclusions from the results presented.

Keywords: *Economic activity, tourism, Galicia, regional analysis.*

1. Introducción

En 2013 España recibió 60,6 millones de visitantes, lo que supuso un aumento del 5,6% respecto a 2012 (IET España, 2013). Este resultado resulta incluso más positivo si se tiene en cuenta que la economía española sigue inmersa en una profunda crisis, desde 2007, que viene provocando un fuerte retroceso económico generalizado.

El turismo forma parte de la economía de un país y es vital para el resto de sectores productivos, ya que es una actividad con una gran capacidad de arrastre sobre otros sectores (alcanza el 10% del PIB mundial), debido a la importante generación de efectos económicos tanto directos, como indirectos. Los primeros reflejan los efectos inducidos por aquellos subsectores y ramas de actividad que están en contacto directo con el turismo (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, etc.). Los indirectos, son aquellos que suponen un arrastre sobre otras ramas de actividad proveedoras de bienes y servicios intermedios para el sector turístico, como pueden ser los suministradores de alimentos, la construcción, las empresas textiles, de electricidad, gas y agua, servicios de asesoría a empresas, etc.

Los últimos años del siglo XX y los primeros del siglo XXI han supuesto un verdadero avance en política turística en España. Se pasa de enfatizar el socorrido “turismo de sol y playa”, a desarrollar una serie de actuaciones centradas en la competitividad turística, la dinamización del sector, la mejora de la oferta en cuanto a cantidad y calidad y el turismo sostenible (Vaquero *et al.*, 2013). Según Santos y Fernández (2010), este cambio de estrategia que se produce al pasar del turismo tradicional a otros tipos de turismo, en el que se incluye el turismo cultural, se debe a un cambio en la demanda. Siguiendo a García y Alburquerque (2003), al estar la demanda turística cada vez más segmentada, puesto que el usuario tiene más acceso a la información, el visitante reclama una oferta de calidad y diversificada que satisfaga sus expectativas.

El turismo en Galicia es un sector estratégico, lo que obliga a una planificación y gestión que permita posicionar adecuadamente a la comunidad autónoma. Una de las últimas medidas ha sido el Plan de Acción del Turismo de Galicia 2010-2013, que ha permitido sentar las bases del posicionamiento de nuestra comunidad autónoma como destino turístico.

La apuesta comarcal por el turístico en Galicia puede ser una oportunidad para desarrollar con mayor éxito las actuaciones en este campo, puesto que permitirá la realización de actividades y líneas de trabajo más acordes con la realidad de cada zona. Sin embargo, y como veremos más adelante, la Ley del Turismo de Galicia no señala expresamente la importancia de la comarca a nivel turístico, ya que sitúa en su lugar a

las entidades locales supramunicipales. Lo contrario se observa en Cataluña o en Aragón, donde en los últimos años se ha realizado una apuesta firme por el desarrollo turístico comarcal, como tendremos ocasión de señalar.

El presente trabajo tiene por objeto analizar la actividad turística en Galicia por comarcas, tratando de identificar aquellas con mayor actividad y las diferencias que existen entre ellas. También se tratará de comprobar un conjunto de hipótesis para determinar la incidencia turística comarcal en Galicia: si las comarcas gallegas del litoral poseen mayor actividad turística que las del interior; si hay diferencias en la actividad turística entre las comarcas del norte y del sur; si hay diferencias entre las comarcas del litoral; la relación entre la actividad turística y económica en las comarcas gallegas y la influencia entre la actividad turística y la población residente.

La principal aportación de este artículo es la novedad en el tratamiento de la información, ya que habitualmente se establecen análisis locales de la importancia económica del turismo.

2. La actividad turística en Galicia

Desde 1989, la comunidad gallega forma parte de la “España Verde”, junto a Asturias, Cantabria y el País Vasco. Esta agrupación se caracteriza por albergar algunos de los espacios ecológicos más valiosos y mejor conservados de Europa.

Hasta la década de los 90, la oferta turística en Galicia, sin considerar la ciudad de Santiago de Compostela, era casi exclusivamente de litoral. No fue hasta 1993 cuando el turismo en Galicia tuvo su despegue, gracias al Xacobeo. A partir de entonces, las diferentes administraciones se volcaron en el desarrollo del sector turístico, sobre todo en los caminos de Santiago, potenciando principalmente establecimientos hoteleros y albergues para peregrinos (Santos, 2012).

Desde entonces, se han producido importantes cambios. Tal y como señala Carrascal *et al.*, (2013), “El turismo se configura actualmente en Galicia, y en la mayoría de los países, como un sector estratégico para la economía no sólo por su dimensión cuantitativa, sino también por su condición de actividades heterogénea que se nutre de un conjunto diverso de ramas productivas para satisfacer su demanda”.

En 2013, Galicia fue una de las comunidades autónomas más visitadas, con un significativo incremento de visitantes desde 2012 (IGE, 2014). En Galicia, el turismo constituye una actividad con un gran dinamismo como elemento impulsor del desarrollo económico, tanto por sus impactos directos, como por los efectos multiplicadores.

La **tabla 1** realiza un análisis de la evolución de la actividad turística en Galicia durante el período 2007-2012. Se observa una reducción en el número de viajeros a partir del 2007, que coincide con el comienzo de la crisis económica, cuya recuperación no tiene lugar hasta el Xacobeo de 2010. Así, la media de visitantes cuando no hay Xacobeo está en torno a los 3,5 millones, aumentando en más de 200.000 cuando se trata de un

año santo. Así, la consolidación turística del Xacobeo, repercute especialmente sobre la frecuencia en que se visita Galicia como destino turístico (Murias *et al.*, 2013) y más concretamente, Santiago de Compostela, que ve incrementado el número de visitantes y pernoctaciones durante los años que se celebra el evento (Santos, 2012).

Debido a la relevancia del Camino de Santiago en relación a la capacidad de atracción del turismo en Galicia desde la óptica municipal, es necesario traer a colación los resultados del estudio de Pardellas y Padín (2014) en relación al “camino portugués”. Del trabajo se obtiene la escasa presencia de personal estable en los puestos de atención turística local, el reducido personal dedicado a estas tareas, la temporalidad en el funcionamiento de las instalaciones, la fuerte dependencia de otras instituciones en la preparación de los materiales y el desconocimiento municipal acerca de las posibilidades de promoción conjunta de la ruta turística. Se manifiesta, por lo tanto, una mayor necesidad de impulsar la actividad turística a nivel local y comarcal en Galicia.

Tabla 1: Principales indicadores de la actividad turística en Galicia (2007-2012)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Entrada de viajeros	3.739.522	3.532.737	3.399.456	3.798.994	3.354.068	3.216.346
Pernoctas	8.024.978	7.790.366	7.444.455	8.174.139	7.158.335	6.643.326
Grado de ocupación de las plazas	37,0%	34,8%	32,4%	35,3%	35,1%	28,5%
Estancia media (en días)	2,2	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1
Número de establecimientos abiertos	1.454	1.497	1.533	1.543	1.534	1.548
Capacidad ofertada	58.828	60.646	62.394	62.701	62.586	63.155
Personal empleado	7.614	7.539	7.201	7.395	7.355	6.869

Fuente: Estadísticas del Turismo, IGE (Varios años)

3. Metodología aplicada

El turismo permite un desarrollo económico de la zona donde se presta la actividad. Díaz (2003) señala que “el desarrollo creciente que está experimentando el turismo en Galicia se erige en uno de los principales activos dinamizadores del potencial endógeno de desarrollo local”. Según Torres (2013), es importante cuantificar el uso del turismo como estrategia de desarrollo local mediante la puesta en valor de los recursos endógenos del territorio, como también señalan Díaz y Llurdés (2013).

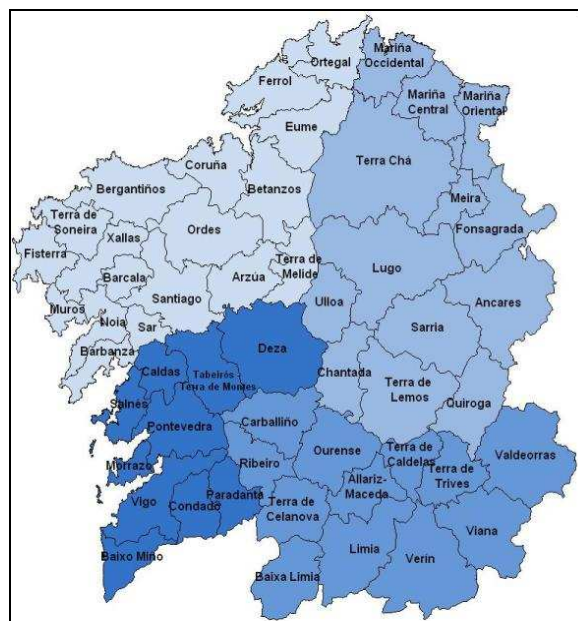
En consecuencia, la actividad turística presenta unos importantes efectos sobre la economía regional y comarcal. Si bien para el caso gallego, a nivel comarcal no se dispone de información estadística directa, es posible realizar una agregación de datos

municipales para delimitar la incidencia de la actividad turística por comarcas. Esto permite utilizar indicadores ponderados a nivel municipal que se agregarán a nivel comarcal (Camino *et al.*, 2012).

Galicia cuenta con 314 ayuntamientos repartidos en 53 comarcas: 18 en A Coruña, 13 en Lugo, 12 en Ourense y 10 en Pontevedra (**figura 1**). Una comarca es una división del territorio que comprende varias poblaciones. Su dimensión no es homogénea, pero tiende a coincidir con una región natural que comparte características físicas (orografía, hidrografía, clima, vegetación, suelos), humanas (demografía, usos económicos, vivienda rural, urbanismo) e históricas. La justificación de utilizar esta unidad geográfica reside en que cuenta con un conjunto de elementos comunes, que la diferencia del resto de entidades geográficas próximas, a la vez que permite la construcción de indicadores que posibilita la determinación de su capacidad turística potencial.

El uso de este espacio geográfico para el análisis económico y turístico es algo muy frecuente. Así, tanto organismos públicos (Instituto Nacional de Estadística, Instituto Gallego de Estadística), como entidades privadas (Grupo Unicaja, Catalunya Caixa), además de artículos científicos (Martín y Lizarraga, 1994; Nogués, 2006; Guisán y Aguayo, 2008; Mendoza *et al.*, 2010; García, 2011, Román, 2011, Melgosa, 2011) y publicaciones turísticas regionales por los diferentes Institutos Turísticos provinciales y autonómicos, utilizan esta unidad geográfica como referencia para el análisis turístico. Además, en los últimos años, se observa un creciente desarrollo de proyectos turísticos a partir de los territorios supramunicipales, como son las comarcas (López y Pulido, 2013).

Figura 1: Comarcas en Galicia



Fuente: Portal educativo, IGE (2014)

De esta forma, la comarcalización podría ayudar a la explotación de recursos turísticos de municipios, que si bien tienen capacidad de atracción de visitantes, no siempre tienen los medios para poder promocionarlos. Así, cabe la posibilidad de que municipios, que por sí solos no son capaces de generar una demanda de visitantes, de manera conjunta sí que pueden ofertar un producto de calidad y competitivo.

Es más, algunas Comunidades Autónomas han venido aprobando abundante normativa con el objeto de atribuir a las comarcas la promoción de la actividad y de la oferta turística de su territorio. Este es el caso, por ejemplo, de Aragón, donde las comarcas, en coordinación con el gobierno autonómico tiene la responsabilidad de la promoción turística, de la creación y gestión de infraestructuras turísticas comarcales y del desarrollo de las indicaciones de la Comunidad Autónoma para la ordenación de la actividad turística, tal y como se establece en el Decreto Legislativo 1/2006, de 27 de diciembre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Comarcalización de Aragón.

Así, entre las funciones que tienen asignadas las comarcas aragonesas en materia turística estaría la capacidad para autorizar, inspeccionar y sancionar las empresas y establecimientos turísticos y la conservación, mejora y protección de los recursos turísticos, así como la gestión de las oficinas comarcales de turismo y la coordinación de las oficinas municipales. Finalmente, las comarcas aragonesas también son las responsables de elaborar y aprobar el Plan de Dinamización Turística Comarcal².

Algo similar sucede en Cataluña, donde a partir de la Ley 13/2002, de 21 de junio, del turismo de Cataluña, se atribuye a las comarcas un conjunto de competencias en materia turística: declaración, protección y fomento de los recursos turísticos de interés comarcal, coordinación turística de los municipios de la comarca una vez obtenida la declaración de interés turístico, la colaboración en las iniciativas llevadas a cabo por la Generalitat de Cataluña para promover la imagen turística de la Comunidad Autónoma o la elaboración del plan de turismo de Cataluña. Además, los consejos comarcales tienen la capacidad para establecer y prestar los servicios mínimos a la condición de municipio turístico en caso de necesidad y el ejercicio, si fuera el caso, de las competencias municipales en materia turística³.

En Cantabria, la Ley 5/1999, de 24 de marzo, de ordenación del municipio turístico establece las comarcas turísticas, para promocionar y comercializar la actividad turística. Para ello, la Consejería responsable determinará las comarcas turísticas, por medio de la agrupación de los territorios en función de sus recursos. Estas serán las responsables de promocionar, gestionar y comercializarlos productos turísticos en su territorio.

En Castilla y León, la Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de Turismo establece que las comarcas tendrán competencia en la promoción turística, en colaboración con los

² Véase al respecto la web de la Comarca de Ribagorza (Gobierno de Aragón), <http://www.ribagorza.org/index.php/mod.servicios/mem.detalle/idservicio.4/relcategoria.108/chk.19ae6c93436b490ce596eb9e82556bdb.html>

³ Véase al respecto la web de la Organización espacial de la Administración Turística de la Generalitat de Catalunya, <http://www.ub.edu/mapaturismecat/ARTS/261.html>

municipios que los componen, siendo, además las responsables de la coordinación de las acciones de promoción y fomento del turismo municipal. También se les atribuyen el desarrollo de la política de infraestructuras turísticas, el desarrollo de los Consorcios o Patronatos comarcales de turismo y la aprobación de los planes de desarrollo turístico dentro de su territorio.

Finalmente, en Galicia, la Ley 7/2011, de 27 de octubre, del turismo, señala que entre las competencias que tienen las entidades supramunicipales en materia turística se encuentran la promoción de sus recursos turísticos y geodestinos, el asesoramiento y apoyo de las entidades locales en coordinación y fomento de las estrategias de promoción de la actividad turística, y la colaboración con administración autonómica en el diseño de los instrumentos de planificación turística.

Por lo tanto, en el diseño de las actuaciones turísticas, las comarcas tienen cada vez una mayor presencia, de ahí la necesidad de analizar, desde esta óptica, sus repercusiones.

Para conocer la incidencia comarcal de la actividad turística, se van a utilizar un conjunto de indicadores. El primero es el índice turístico, calculado en función de la cuota tributaria del Impuesto de Actividades Económicas (IAE), que tiene en cuenta el número de habitaciones, así como la ocupación anual y categoría de los establecimientos turísticos, y que expresa la participación de cada municipio (en tanto por 100.000) sobre la base nacional. Este indicador permite una aproximación a la importancia de la oferta turística.

El segundo indicador es el índice de actividad económica, obtenido en función del IAE correspondiente al total de actividades económicas empresariales (industriales, comerciales y de servicios) y profesionales. El valor del índice expresa la participación de la actividad económica de cada municipio, provincia o comunidad autónoma sobre una base nacional de 100.000 unidades equivalente a la recaudación del IAE de empresarios y profesionales.

Estos dos indicadores, elaborados por el Anuario Socioeconómico de la Fundación La Caixa, se complementan con otros dos más. En primer lugar, la oferta de plazas para pernoctar en hoteles, pensiones, turismo rural y campamentos por comarcas, que permite conocer la capacidad de alojamiento turístico comarcal. En segundo lugar, la población residente por comarcas, puesto que la actividad turística permite el desarrollo poblacional, ya que permite la fijación y crecimiento de la población residente. Ambos indicadores son elaborados por el Instituto Gallego de Estadística (IGE). Para realizar este ejercicio se utilizó la información disponible en el momento de la realización del trabajo, a saber, para el índice turístico (2006 y 2012), índice de actividad (2006 y 2012), plazas para pernoctar (2006 y 2011⁴).

A partir de esta batería de indicadores se realizarán dos tipos de análisis. El primero de naturaleza descriptiva, que conformará el siguiente epígrafe, donde se realizará un estudio de la actividad turística por comarcas. A continuación, en el apartado cinco, se efectuará un análisis de inferencia estadística, para contrastar si resultan significativas

⁴El último dato disponible cuando se realizó el estudio para este indicador fue el de 2011.

una serie de hipótesis relacionadas con la actividad turística comarcal en Galicia. El objetivo es delimitar la relevancia estadística de si las comarcas del litoral gallego poseen mayor actividad turística que aquella del interior; si las comarcas del sur de Galicia tienen una actividad turística mayor que las del norte; si dentro de las comarcas del litoral gallego, las de las Rías Baixas tienen mayor actividad turística que las de las Rías Altas; si es posible concluir que en Galicia existe una relación positiva entre la actividad turística y la actividad económica comarcal y, finalmente, si es posible señalar una relación positiva entre la población residente y la actividad turística comarcal en Galicia.

Este análisis trata de establecer, entre otras cuestiones, si en las comarcas con una mayor concentración de la actividad turística se produce una especial expansión del sector servicios y si se produce un mayor crecimiento del Valor Añadido Bruto y desarrollo poblacional (Gómez y Horna, 2006).

4. Análisis de la actividad turística gallega por comarcas

Clasificando las comarcas según el índice turístico (**tabla 2**), se observa cómo las de Santiago, A Coruña, Vigo y O Salnés son las cuatro con un mayor indicador. La comarca de Santiago (508) ocupa el primer lugar, por ser el municipio de Santiago de Compostela cabecera de comarca y capital de Galicia, teniendo en la Catedral el máximo referente turístico de la comunidad autónoma y un casco histórico declarado por la UNESCO en 1985 como Patrimonio de la Humanidad, contando asimismo, con numerosos monumentos, museos, parques y jardines, galerías de arte y salas de exposiciones.

En segundo lugar se encuentra la comarca de A Coruña (506), que cuenta con la Torre de Hércules, declarada en 2009 como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y una amplia oferta cultural. Además, hay que añadir una importante actividad marítima de cruceros, que anualmente supera los sesenta atraques. Asimismo, esta comarca cuenta también con otros municipios con cierta relevancia turística, como son Oleiros (36), Culleredo (21) o Sada (12). A diferencia de la comarca de Santiago, los recursos de la comarca de A Coruña se encuentran menos concentrados.

Vigo es la tercera comarca según el índice turístico, pivotando la actividad en torno a la ciudad olívica, que cuenta con una ría de gran atractivo, con numerosas playas, un puerto deportivo y las Islas Cíes, declaradas parque natural en 1980, y que están incluidas en el Parque Nacional de las Islas Atlánticas de Galicia. Además, en esta comarca se encuentran otros municipios que son grandes referentes turísticos, especialmente en época estival, como Baiona (22) o Nigrán (10). Finalmente, la cercanía con Portugal es otro motivo adicional que explica el peso turístico de esta comarca.

Resulta destacable la cuarta posición de la comarca de O Salnés, que a pesar de tener la menor población residente de las primeras ocho comarcas obtiene un índice turístico (282) superior a las comarcas de tres ciudades capitales de provincia de Galicia (Lugo, Ourense y Pontevedra) y Ferrol. Dentro de la comarca de O Salnés

destacan algunos municipios de interés turístico, especialmente Sanxenxo (133) y O Grove (92), con una fuerte actividad estival por su importante número de kilómetros de playas. Como se puede constatar, figuran unos resultados negativos en la variación de índice turístico, que son fruto de la crisis económica que sufrió la economía gallega (y la española) desde 2008. Lo anterior, afectó, sobre todo –salvo el caso de O Salnés– a aquellas comarcas con un peso menor en el índice turístico, que fueron las que más sufrieron el recorte de la actividad turística. Sin embargo, aquellas con una actividad más consolidadas, fueron capaces de sortear mejor esta situación.

Tabla 2: Las 10 primeras comarcas gallegas según índice turístico (2006, 2012)

Posición	Comarca	Índice turístico 2006	Índice turístico 2012	Variación 2006-2012 (%)
1	Santiago	535	508	-5,1%
2	A Coruña	526	506	-3,8%
3	Vigo	422	389	-7,8%
4	O Salnés	383	282	-26,4%
5	Lugo	112	103	-8,0%
6	Ourense	111	101	-9,0%
7	Ferrol	91	80	-12,1%
8	Pontevedra	108	80	-25,9%
9	O Baixo Miño	77	55	-28,6%
10	Terra Chá	30	35	16,6%

Fuente: Anuario Económico Fundación La Caixa (2013)

La **tabla 3** señala las primeras diez comarcas según el índice de actividad económica. Considerando la totalidad de las comarcas de Galicia, se produce una caída en el 60% en el índice económico, debido a las consecuencias de la crisis sobre la economía gallega. A pesar de ello, en las comarcas de Vigo, Ferrol y A Mariña Occidental se produce una leve mejoría en el indicador para el período analizado consecuencia del crecimiento que se produce en ayuntamientos como el de Mos, O Porriño, Mugardos, Narón, Oulol y Xove. Destaca el importante aumento que se produce en la comarca del Eume, apoyado en el crecimiento económico registrado por la localidad de As Pontes de García Rodríguez.

Tabla 3: Las 10 primeras comarcas según el índice de actividad económica (2006, 2012)

Posición	Comarca	Índice de actividad económica 2006	Índice de actividad económica 2012	Variación 2006-2012 (%)
1	A Coruña	1.014	996	-1,8%
2	Vigo	902	906	0,4%
3	Santiago	358	332	-7,3%
4	Ourense	348	326	-6,3%
5	Ferrol	250	257	2,8%
6	Lugo	269	232	-13,8%
7	Pontevedra	234	202	-13,7%
8	Eume	107	150	40,2%
9	O Salnés	161	149	-7,5%
10	A Mariña Occidental	119	127	6,7%

Fuente: Anuario Económico Fundación La Caixa (2013)

En 2011 había en Galicia 119.459 plazas para pernoctar (**tabla 4**). Es la comarca de O Salnés (23.503), la que tiene una mayor oferta (10 veces más que la media de todas las comarcas de Galicia), y más del doble de la segunda comarca, que es Vigo (11.987). Una vez más se vuelve a manifestar la importancia del litoral en la medida que ocho de las diez principales comarcas tienen costa exceptuando Santiago y Lugo. En cuanto a la variación producida entre 2007 y 2011, se comprueba un aumento en el número de plazas para todas las comarcas.

Esto indica que los establecimientos situados en estas comarcas han logrado capear mejor la crisis económica. Además, es notorio el aumento de plazas producido en la comarca de Pontevedra por el municipio de Poio, al tratarse de un ayuntamiento de litoral, con gran atractivo turístico, al igual que los municipios de Sanxenxo, Combarro o Portonovo. También destaca el aumento del número de plazas en la comarca de Santiago de Compostela, lo que vuelve a poner de manifiesto la importancia del turismo vinculado al Camino de Santiago.

Tabla 4: Las diez primeras comarcas por el número de plazas ofertadas para pernoctar (2007, 2011)

Posición	Comarca	Total plazas 2007	Total plazas 2011	Variación 2007-2011 (%)
1	O Salnés	21.297	23.503	3,1%
2	Vigo	10.145	11.987	6,0%
3	Santiago	7.361	10.820	9,5%
4	A Coruña	8.189	10.070	3,9%
5	O Baixo Miño	3.820	4.198	4,6%
6	Ferrol	2.644	3.513	3,3%
7	Pontevedra	2.641	3.481	13,8%
8	Barbanza	2.644	3.337	7,0%
9	Lugo	2.045	3.184	2,3%
10	A Mariña Oriental	2.311	2.839	6,5%

Fuente: Instituto Gallego de Estadística (Varios años)

5. El comportamiento turístico comarcal: contraste de hipótesis

A continuación se establecen un conjunto de hipótesis relacionadas con el turismo comarcal en Galicia para determinar si: i) las comarcas del litoral poseen mayor actividad turística que las de interior; ii) si las comarcas del sur de Galicia poseen mayor actividad turística que las del norte; iii) si las comarcas del litoral de las Rías Baixas tienen mayor actividad turística que las de las Rías Altas; iv) si existe una relación positiva entre la actividad turística y la actividad económica comarcal y v) si existe una relación positiva entre la población residente y la actividad turística por comarcas.

Hipótesis 1: Las comarcas gallegas del litoral poseen una mayor actividad turística que las de interior.

Para comprobar esta hipótesis, se utilizarán como variables la oferta de plazas para pernoctar y el índice turístico. La **tabla 5** resume esta información diferenciando entre comarcas del litoral y del interior. Como se constata, y a pesar de ser más las comarcas interiores que las del litoral, son estas últimas las que presentan un mayor valor medio, aunque con una mayor dispersión que las del interior. Ahora bien, se debe comprobar estadísticamente si la diferencia es lo suficientemente grande como para ser significativa, asumiendo que son muestras independientes, pues si una comarca es de litoral, no será del interior.

Tabla 5: Actividad turística por comarcas del litoral e interior en Galicia

		Número de observaciones	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Oferta de plazas para pernoctar 2011	Litoral	20	4.115,9	5.413,1	1.210,4
	Interior	33	1.125,5	1.849,9	322,0
Índice turístico 2012	Litoral	20	79,4	139,5	31,2
	Interior	33	28,5	88,8	15,5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Anuario Socioeconómico La Caixa e IGE (2013)

Para contrastar estos resultados se utilizará el test de Levene, que permite contrastar la varianza de ambos grupos, siendo una opción mucho más recomendable al ser menos sensible a la falta de normalidad de las distribuciones⁵. En el caso que nos ocupa, se comprueba como el estadístico F es inferior a 0,05, rechazando la hipótesis nula y aceptando que las varianzas son distintas. El siguiente paso, una vez que se asume que las varianzas no son iguales, es comprobar la significatividad de las variables. La oferta de plazas para pernoctar sí es significativa (p-valor de 0,026), y por tanto, se podría dar por válida la hipótesis planteada. Lo anterior no se produce con el índice turístico que resulta no significativo, con un probabilidad del 15,5% de rechazar la hipótesis nula de igualdad de medias (**tabla 6**).

Tabla 6: Prueba de muestras independientes para comarcas del litoral e interior en Galicia

Test de Levene de calidad de varianzas		F-estad.	Nivel Sig.	t-estad.	N	Nivel Sig. (bilateral)
Oferta de plazas para pernoctar 2011	H ₀ : Se asumen varianzas iguales	9,331	0,004	2,920	51	0,005
	H ₁ : No se asumen varianzas iguales			2,387	21,72	0,026
Índice turístico 2012	H ₀ : Se asumen varianzas iguales	4,776	0,033	1,625	51	0,11
	H ₁ : No se asumen varianzas iguales			1,461	28,47	0,155

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Anuario Socioeconómico La Caixa e IGE (2013)

⁵ Este tipo de contraste es habitual en los estudios en materia de turismo por la naturaleza de los datos empleados (López y López, 2006; Flores, 2008; Hernández *et al.*, 2012; Castañeda *et al.*, 2013).

Hipótesis 2: Las comarcas del sur poseen una mayor actividad turística que las del norte de Galicia.

Para contrastar esta hipótesis, se medirán las posibles diferencias en relación a la oferta de plazas para pernoctar y el índice turístico. Se establece una distinción entre las comarcas que se sitúan en las provincias del norte y sur de Galicia. La razón de esta distinción es consecuencia de la existencia de zonas del sur de gran interés turístico como las “Rías Baixas”, así como la zona de balnearios de Ourense, frente a las Rías Altas o la zona de aguas del norte encuadrada en Terra Chá. Al igual que se planteó en la hipótesis 1, nuevamente se trata de muestras independientes debido a su situación geográfica.

La **tabla 7** recoge los estadísticos básicos, comprobando cómo apenas hay diferencias entre los dos grupos en la media del índice turístico. La dispersión en ambas variables es también muy similar. Sin embargo, se observan fuertes divergencias, tanto en media, como en desviación en la oferta de plazas de pernocta. El resultado de este análisis concuerda con lo visto en el apartado anterior, pues las dos comarcas con mayor número de plazas son la de O Salnés y Vigo (sur) frente a Santiago y A Coruña (norte).

Tabla 7: Actividad turística por comarcas del norte y sur

		Número de observaciones	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Oferta de plazas para pernoctar 2011	Norte	31	1.939,8	2.473,1	444,2
	Sur	22	2.696,6	5.285,9	1.126,9
Índice turístico 2012	Norte	31	47,5	124,3	22,3
	Sur	22	47,9	95,3	20,3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Anuario Socioeconómico La Caixa e IGE (2013)

Repitiendo el análisis realizado para la primera de la hipótesis se comprueba (**tabla 9**) cómo si se pueden asumir varianzas iguales (el estadístico F tiene nivel de significación superior al 0,05). Una vez verificada la condición anterior, se comprueba cómo las dos variables son no significativas, ya que todas tienen una significación (bilateral) muy superior a 0,05. En consecuencia, no se puede rechazar la hipótesis nula y por lo tanto, es necesario aceptar que la medias son iguales (**tabla 8**).

Tabla 8: Prueba demuestras independientes por comarcas del norte o sur

Prueba de Levene de calidad de varianzas		F-estad.	Nivel Sig.	t-estad.	N	Nivel Sig. (bilateral)
Oferta de plazas para pernoctar 2011	H ₀ : Se asumen varianzas iguales	2,65	0,11	-0,699	51	0,488
	H ₁ : No se asumen varianzas iguales			-0,625	27,566	0,537

Índice turístico 2012	H ₀ : Se asumen varianzas iguales	0,038	0,845	-0,015	51	0,988
	H ₁ : No se asumen varianzas iguales			-0,016	50,649	0,988

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Anuario Socioeconómico La Caixa e IGE (2013)

Hipótesis 3: Las comarcas de litoral de las Rías Baixas poseen una mayor actividad turística que aquellas pertenecientes a las Rías Altas.

Como es conocido, las Rías Altas las forman la parte norte y noroeste de la provincia de A Coruña y toda la costa de la provincia de Lugo. Por su parte, las Rías Baixas ocupan la costa oeste de la provincia de A Coruña y toda la costa de la provincia de Pontevedra, desde el cabo de Finisterre a la frontera portuguesa. Para comprobar esta hipótesis, se utiliza la oferta de plazas para pernoctar y el índice turístico.

Como puede observarse (**tabla 9**), las comarcas pertenecientes a las Rías Baixas poseen mayor media en el índice turístico y número de plazas para pernoctar, que las pertenecientes a las Rías Altas, sobre todo en este último indicador.

Tabla 9: Actividad turística por comarcas entre las Rías Altas y Rías Baixas

		Número	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Oferta de plazas para pernoctar 2011	Rías Altas	11	2.633,5	2.638,5	795,5
	Rías Baixas	9	5.927,7	7.360,4	2.453,5
Índice turístico 2012	Rías Altas	11	63,6	148,1	44,6
	Rías Baixas	9	98,7	134,3	44,8

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Anuario Socioeconómico La Caixa e IGE (2013)

Los resultados de la **tabla 10** permiten asumir varianzas iguales en el índice turístico pero el estadístico no resulta significativo. La oferta de plazas para pernoctar no puede asumir varianzas iguales al tener el estadístico F un nivel de significación no superior a 0,05, obteniendo un resultado no significativo a nivel bilateral por el t-estadístico.

Este resultado parece deberse a que, si bien se apreciaba que las comarcas de las Rías Baixas tienen más oferta de plazas para pernoctar, ésta se encuentra muy concentrada en las comarcas de O Salnés (23.503) y Vigo (11.987), siendo muy diferentes del resto de las comarcas del Sur, por ejemplo de Muros (1.276) o Noia (1.797). De esta forma, para que se cumpliera la hipótesis planteada serían necesarias dos condiciones: i) que las Rías Baixas tengan mejores medias respecto a las Rías Altas, aspecto que se cumple y ii) que exista homogeneidad intergrupar, aspecto que no sucede ya que existe mucha desviación típica, lo que muestra que existen grandes diferencias entre las comarcas de las Rías Baixas (Ferreiro y Vaquero, 2011).

Tabla 10: Prueba demuestras independientes por comarcas Rías Altas vs Rías Baixas

Prueba de Levene de calidad de varianzas		F-estad.	Nivel Sig.	t-estad.	N	Nivel Sig. (bilateral)
Oferta de plazas para pernoctar 2011	H ₀ : Se asumen varianzas iguales	5,282	0,034	-1,386	18	0,183
	H ₁ : No se asumen varianzas iguales			-1,277	9,685	0,231
Índice turístico 2012	H ₀ : Se asumen varianzas iguales	0,165	0,69	-0,55	18	0,589
	H ₁ : No se asumen varianzas iguales			-0,556	17,768	0,585

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Anuario Socioeconómico La Caixa e IGE (2013)

Hipótesis 4: Existencia de una relación positiva entre la actividad turística y la actividad económica por comarcas.

Tal y como se ha señalado parece que, a priori, una mayor actividad turística aumenta la actividad económica. Para comprobar esta hipótesis se utiliza el Coeficiente de Pearson en correlaciones bivariadas (**tabla 11**). Del análisis comarcal, se obtiene cómo un mayor índice turístico redunda en una mayor actividad económica comarcal, lo que pone de manifiesto la importancia turística dentro de las economías comarcales. La conclusión de esta hipótesis parece lógica pero no hay razones, a priori, para predecir el alto nivel de correlación entre ambas variables (0,848) a través de sus comarcas (y altamente significativa), ya que hay comarcas donde el índice turístico resulta insignificante. En cualquier caso, se trata de un resultado agregado, de forma que la casuística por comarcas no tiene porqué ser la misma.

Tabla 11: Relación entre la actividad turística y la actividad económica en las comarcas gallegas

Índice de actividad económica 2012	Correlaciones		Índice Turístico
	Correlación de Pearson		0,848
	Nivel de significación		0,000
	Número de observaciones		53

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Anuario Socioeconómico La Caixa e IGE (2013)

Hipótesis 5: Existencia de una relación positiva entre la actividad turística en las comarcas gallegas y el nivel de población residente.

A partir de los análisis previos efectuados se ha podido comprobar cómo los mejores indicadores turísticos se presentan en aquellas comarcas con mayor población residente. Así, si existe una mayor actividad turística y por tanto económica, es lógico pensar que exista población que resida en dichas comarcas al tener cierta base económica que la sustenta. En segundo lugar, y a pesar de que la construcción del índice turístico se basa en resultados fiscales, el que exista más población afecta positivamente al número de negocios que se dan de alta en el IAE vinculados, entre otras, al sector turístico. Quizás el indicador oferta de plazas para pernoctar es el que aparentemente tiene menos relación con la población residente, ya que la oferta está pensada para el turista.

En la **tabla 12** se observa la fuerte correlación entre el índice turístico y la población residente (0,854) y altamente significativa. La correlación entre los residentes y la oferta de plazas se reduce notablemente (0,645), pero sigue siendo significativa.

Tabla 12: Relación entre la actividad turística y la población residente en las comarcas gallegas

Correlaciones		Población residente 2012	Índice turístico 2012	Oferta de plazas para pernoctar 2011
Población residente 2012	Correlación de Pearson		0,854	0,645
	Nivel de significación		0,000	0,000
	Número de observaciones		53	53
Índice turístico 2012	Correlación de Pearson			0,793
	Nivel de significación			0,000
	Número de observaciones			53

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Anuario Socioeconómico La Caixa e IGE (2013)

6. Conclusiones

En este trabajo se ha realizado un análisis estadístico de la actividad turística en Galicia desde la perspectiva comarcal, con datos agregados. Como se ha señalado en el artículo, si se aglutina la actividad turística en torno a la comarca, se podrán ofertar más y mejores servicios turísticos, que si cada municipio realiza su propia oferta. Sin cuestionar los esfuerzos a nivel municipal en el campo turístico, la comarcalización de esta actividad ayudaría a la explotación de recursos turísticos municipales, especialmente aquellos de pequeño tamaño, que no tienen ni la capacidad, ni los medios materiales y humanos para proyectar su oferta a los potenciales demandantes.

A partir de los indicadores utilizados para la mediación de la importancia turística comarcal, se observa una mayor concentración en la ruta de A Coruña-Santiago-O Salnés-Vigo. Por lo que respecta a la actividad económica, de nuevo las comarcas de A Coruña, Vigo y, menor medida, Santiago, presentan los indicadores más elevados. Finalmente, las comarcas de O Salnés, Vigo, Santiago y A Coruña, son las que tienen un mayor número de plazas para pernoctar. Estos resultados permiten señalar una fuerte polarización del turismo en cuatro comarcas: A Coruña, Santiago, Vigo y O Salnés, las dos primeras en la provincia de A Coruña, las dos últimas en Pontevedra.

Además, esta investigación tiene como valor añadido, el establecimiento de varios modelos de contrastes de hipótesis en el análisis turístico. Así, en vez de determinar la importancia turística en base únicamente a la cuantificación de indicadores, este artículo plantea cinco hipótesis, comprobando, estadísticamente, la significatividad y validez de una serie de planteamientos. A saber: i) si las comarcas gallegas del litoral poseen mayor actividad turística que las del interior; ii) si hay diferencias significativas en la actividad turística entre las comarcas del norte y del sur; iii) si hay diferencias significativas entre las comarcas del litoral (Rías Baixas vs Rías Altas); iv) si hay una relación positiva significativa entre la actividad turística y económica en las comarcas gallegas y, finalmente, v) si hay relación positiva significativa entre la actividad turística y la población.

De los análisis realizados se obtienen los siguientes resultados: i) las comarcas del litoral tienen, en su conjunto, mejores indicadores que las del interior, a pesar de que el índice turístico no resulta mejor de manera significativa; ii) las comarcas del sur de Galicia, aparentemente más turísticas, no tienen significativamente mejores indicadores que las comarcas del norte; iii) las comarcas del sur del litoral (Rías Baixas) tampoco poseen mayor actividad turística que las del norte (Rías Altas); iv) la actividad turística se relaciona positivamente con la actividad económica comarcal y v) se manifiesta una relación muy positiva entre la actividad turística y la población residente por comarcas.

Bibliografía

Camino, M. Ferreiro, F. y Vaquero, A. (2012): "Análisis turístico de Galicia a través de sus comarcas", *XVII Congreso Internacional de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo*, Carballiño (Ourense), noviembre, disponible en http://www.equipoquorum.com/publicaciones/congresos/p02_comarcas.pdf

Carrascal, A.; Fernández, M. y Pereira, X. (2013): "Generación de residuos derivados del turismo receptor en Galicia", *Revista Galega de Economía*, vol. 22, núm. 1, pp. 31-50, Universidad de Santiago de Compostela, disponible en https://www.usc.es/econo/RGE/Vol22_1/castelan/art2c.pdf

Castañeda, J. A.; Rodríguez, M. A.; Herrera, F. J. y Sabiote, M^a (2013): "Análisis de las reacciones del turista ante distintos sellos de calidad para alojamientos rurales", *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, vol. 17, núm. 1, pp. 105-126, disponible en http://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/130320_162458_E.pdf

Decreto Legislativo 1/2006, de 27 de diciembre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Comarcalización de Aragón, disponible en http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ar-dleg1-2006.html

Díaz, J. (2003): "La política de desarrollo local y su contribución al desarrollo de las potencialidades del turismo en Galicia". *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, núm. 7, pp. 39-75, disponible en <http://cederul.unizar.es/revista/num07/03.htm>

Díaz, I. y Llurdés, J. C. (2013): "Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local". *Cuadernos de Turismo*, núm. 32, pp. 65-88, Universidad de Murcia, disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/177421/149141>

Ferreiro, F. y Vaquero, A. (2011): "Desarrollo económico sostenible del litoral gallego", *I Congreso Modelo (Marco de Oportunidades para el desarrollo local)*, Concurbiión, abril, disponible en <http://7areas.com/congreso/comunicaciones/Litoral%20Galego.pdf>

Flores, D. (2008): "Segmentación del turismo en parques estratégicos de competitividad. Un análisis comparado en Andalucía", *Papers de Turisme*, núm. 43-44, pp. 69-81, disponible en <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/48/44>

Fundación La Caixa (2013): *Anuario Económico de España*, disponible en http://www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com/java/X?cgi=caixa.le_DEM.pattern&CLEAR=YES (consultado en junio de 2014).

García, R. (2011): "Turismo y desarrollo local en la comarca de la región de Murcia: los programas Leader", *Cuadernos del Turismo*, núm. 27, pp. 419-435, Universidad de Murcia.

García, A. y Albuquerque, F. J. (2003): "El turismo cultural y el de sol y playa: ¿Sustitutivos o complementarios?". *Cuadernos de turismo*, núm. 11, pp. 97-105, Universidad de Murcia, disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/19581/18921>

Gómez, A. y Horna, G. (2006): "El sector turístico en las comarcas aragonesas", *Documento de Trabajo 25*, Fundación Economía Aragonesa, disponible en http://www.comarcas.es/pub/documentos/documentos_El_sector_turistico_en_las_comarcas_aragonesas_4583b383.pdf

Guisán, C. y Aguayo, E. (2008): "Análisis del turismo en Galicia. Distribución territorial y comparación con otras regiones", *XXXIV Reunión de Estudios Regionales*, Jaén, disponible en <http://www.reunionesdeestudiosregionales.org/cdromjaen2008/htdocs/pdf/p176.pdf>

Hernández, E.; Fuentes, M. Lilibeth y Morini, S. (2012): "Una aproximación a la reputación en línea de los establecimientos hoteleros españoles", *Papers de Turismo*,

núm. 52, pp. 63-88, disponible en <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/64/63>

INSTITUTO GALLEGO DE ESTADÍSTICA (2014): *Información estadística por temas: turismo*, disponible en http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0305002 (consultado en octubre de 2014).

INSTITUTO GALLEGO DE ESTADÍSTICA (2014): *Portal educativo*, disponible en <http://www.ige.eu/estatico/educacion/> (consultado en octubre de 2014)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2014): *Cuentas satélites el turismo*, disponible en <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft35/p011&file=inebase&L=0> (consultado en octubre de 2014)

INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS DE ESPAÑA (2013): *Movimientos Turísticos en frontera, Informe Frontur*, disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/mensuales/Nota%20de%20 coyuntura%20de%20Frontur.%20Diciembre%202013.pdf> (consultado febrero de 2014)

Ley 5/1999, de 24 de marzo, de ordenación del turismo de Cantabria, disponible en http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ct-l5-1999.html

Ley 13/2002, de 21 de junio, del turismo en Cataluña, disponible en http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ca-l13-2002.t4.htm

Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de turismo de Castilla y León, disponible en http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/cl-l14-2010.t1.html

Ley 17/2011, de 27 de octubre, del turismo de Galicia, disponible en http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ga-l7-2011.html#a6

López, J. M. y López, L. M. (2006): "Influencia del patrón estacional en el turista experimentado", *Papers de Turisme*, núm. 40, pp. 93-103, disponible en <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/31>

López, Y. y Pulido, J. I. (2013): "La sostenibilidad en la política turística española. ¿Avances o retrocesos?", *Papers de Turisme*, núm. 53, pp. 44-68, disponible en <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/127/114>

Martín, M. y Lizarraga, M^a. C. (1994): "Evolución de las disparidades económicas regionales en Andalucía, 1970-1991, Principales tendencias evolutivas, *Revista de Estudios Regionales*, núm. 38, pp. 197-224, disponible en <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf437.pdf>

Mendoza, M^a. I.; Orgambidez, A. y Carrasco, A. M^a. (2010): "Orientación a la calidad total, satisfacción laboral, comunicación y compromiso en establecimientos de turismo

rural”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, núm.2, pp. 351-361, disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/8210/PS0210_08.pdf

Melgosa, F. J. (2011): “Administraciones locales y turismo: el municipio turístico” en VV.AA. *Administración local. Estudios en homenaje a Ángel Ballesteros Fernández*, Ed. El Consultor de los Ayuntamientos y Juzgados, pp. 1.167-1.207, disponible en http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/122131/1/DDAFP_MelgosaArcos_Administracioneslocalesyturismo.pdf

Murias, P.; Rodríguez, D. y Novello, S. (2013): “Valor añadido, autenticidad y lealtad en el Xacobeo 2010: Una evaluación del evento a partir de las percepciones de los visitantes”, *Cuadernos de Turismo*, núm. 31, pp. 225-244. Universidad de Murcia, disponible en <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/170851/146101>

Nogués, A. M. (2006): “Ruralismo y tecnotropismo: turismo y desarrollo en la Boniagua”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 4, núm.1, pp. 56-68, disponible en <http://www.pasosonline.org/Publicados/4106/PS040106.pdf>

Pardellas, X. y Padín, C. (2014): “El camino de Santiago Portugués en Galicia y las estrategias turísticas locales”, *Revista de Análisis Turístico*, núm. 17, 1º semestre, pp. 51-59, disponible en <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/176/146>

Roman, A. (2011): “Planes de dinamización y excelencia turística versus municipios turísticos: problemática, similitudes y referencias esenciales”, *Papers de Turisme*, núm. 49-50, pp. 25-43, disponible en <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/166/145>

Santos, X. M. (2012): “Los turismos de interior en Galicia. Balance y perspectivas”, *Polígonos. Revista de Geografía*, núm. 23, pp. 213-234, disponible en <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/poligonos/article/view/541>

Santos, E. L. y Fernández, A. (2010): “El litoral turístico español en la encrucijada: entre la renovación y el continuismo”, *Cuadernos de Turismo*, núm. 25, pp. 185-206, Universidad de Murcia, disponible en <http://revistas.um.es/turismo/article/view/109631>

Secretaría Xeral para o Turismo (2011): *Plan de acción para o turismo de Galicia*, Santiago de Compostela, disponible en <http://www.slideshare.net/botadechaplín/plan-de-accin-turismo-de-galicia-2010-2013>.

Torres, S. (2013): “Una estrategia de revitalización impulsada por los comerciantes: Simbiosis turismo y comercio en el casco histórico de Pontevedra”, *Aposta: Revista de Ciencias Sociales*, núm. 56, pp. 1-22.

TURGALICIA (2011): Disponible en <http://www.turgalicia.es/> (consultado en octubre de 2014).

Vaquero, A.; Ferreiro, F. y Camino, M. (2013): "Análisis turístico a través de sus comarcas: Principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo empresarial", *III Curso de verano de la Universidad de A Coruña. La evolución del turismo en el marco de las sociedad global: retos para su planificación y gestión*, Carballo (A Coruña), junio (mimeo).