



**Universidad de Valladolid**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS**

**Y DE LA COMUNICACIÓN**

Grado en Turismo

**“DISEÑO DE UN ITINERARIO SOSTENIBLE PARA EL TURISTA  
ALEMÁN EN GALICIA: NATURALEZA, TERMALISMO Y  
GASTRONOMÍA LOCAL”**

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Presentado por: Irene Blanco Rodríguez

Tutelado por María de la O Oliva Herrer

Segovia, 16 de junio de 2025

## **RESUMEN**

Galicia se consolida como un destino atractivo para el turismo alemán gracias a su riqueza natural, cultural y su creciente apuesta por la sostenibilidad. La demanda de experiencias responsables por parte del viajero alemán impulsa la creación de itinerarios adaptados que integren naturaleza, termalismo, gastronomía de kilómetro cero y alojamientos ecológicos. Las nuevas propuestas turísticas buscan desconectar del turismo masificado y conectar con lo auténtico, fomentando un modelo que beneficia tanto al visitante como a las comunidades locales. En este contexto, la planificación estratégica y la promoción digital son claves para posicionar Galicia como referente europeo en turismo sostenible.

### **Palabras clave**

turismo sostenible, turista alemán, Galicia, itinerario ecológico, gastronomía local

## **ABSTRACT**

Galicia is emerging as an attractive destination for German tourists due to its natural beauty, cultural heritage, and strong commitment to sustainability. The growing demand for responsible travel experiences among German visitors is driving the development of tailored itineraries that include nature, thermal tourism, local gastronomy, and eco-friendly accommodations. These new tourism models aim to move away from mass tourism and toward authentic, meaningful experiences that benefit both travellers and local communities. Strategic planning and digital promotion are essential to positioning Galicia as a leading sustainable tourism destination in Europe.

### **Key words**

sustainable tourism, German tourist, Galicia, ecological itinerary, local gastronomy



## ÍNDICE

### CAPÍTULO 1

#### INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

<b>1.1. Introducción</b> .....	[8]
<b>1.2. Justificación</b> .....	[9]

### CAPÍTULO 2

#### OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

<b>2.1. Objetivos generales y específicos</b> .....	[11]
2.1.1. Objetivo General .....	[11]
2.1.2. Objetivos específicos .....	[12]
<b>2.2. Marco metodológico</b> .....	[13]
2.2.1. Objeto de la investigación .....	[14]
2.2.2. Preguntas de investigación .....	[14]
<b>2.3. Técnicas de investigación</b> .....	[15]
2.3.1. Investigación cualitativa .....	[15]
2.3.2. Investigación cuantitativa .....	[16]
<b>2.4. Procedimiento para investigar el perfil del turista alemán</b> .....	[16]

## CAPÍTULO 3

### GALICIA COMO DESTINO TURÍSTICO PARA EL TURISTA ALEMÁN

<b>3.1. Similitudes culturales entre Galicia y Alemania .....</b>	<b>[18]</b>
3.1.1. Creando un perfil de turista alemán en base a sus preferencias de viaje.....	[18]
<b>3.2. Historia del turismo alemán en Galicia .....</b>	<b>[21]</b>
<b>3.3. El atractivo de Galicia para los turistas alemanes .....</b>	<b>[22]</b>
<b>3.4. Proyecciones y tendencias futuras .....</b>	<b>[22]</b>
<b>3.5. Los cruceristas alemanes en Galicia: preferencias y comportamiento de gasto.....</b>	<b>[23]</b>
<b>3.6. Aspectos de Galicia más valorados por los alemanes .....</b>	<b>[24]</b>
3.6.1. El Camino de Santiago .....	[25]
3.6.2. Paisajes naturales .....	[25]
3.6.3. Patrimonio histórico y cultural .....	[26]

## CAPÍTULO 4

### TURISMO SOSTENIBLE Y TERMALISMO EN GALICIA

<b>4.1..La oferta natural y ecológica de Galicia: senderismo, parques naturales y ecoturismo.....</b>	<b>[27]</b>
<b>4.2. La gastronomía de kilómetro cero como eje del turismo sostenible....</b>	<b>[28]</b>
<b>4.3. Termalismo gallego: Balnearios y centros termales destacados.....</b>	<b>[29]</b>

#### **4.4. Iniciativas ecológicas y sostenibilidad en Galicia:**

**Proyectos de conservación y turismo responsable..... [30]**

**4.6. Congreso Internacional de Turismo Termal en Ourense..... [33]**

## **CAPÍTULO 5**

### **CREACIÓN DE UN ITINERARIO PARA TURISTAS ALEMANES EN GALICIA**

#### **Y PROMOCIÓN DE ESTE**

<b>5.1. Los destinos turísticos .....</b>	<b>[36]</b>
5.1.1. Catedral de Santiago de Compostela .....	[37]
5.1.2. Playa de Rodas (Islas Cíes) .....	[37]
5.1.3. Ribeira Sacra y sus viñedos heróicos .....	[38]
5.1.4 Torre de Hércules .....	[38]
5.1.5. Murallas de Lugo .....	[39]
5.1.6. Playa de las Catedrales .....	[39]
5.1.7. Balnearios y termalismo en Ourense .....	[40]
5.1.8. Fragas do Eume .....	[40]
5.1.9. Combarro y sus Hórreos .....	[41]
5.1.10. Castro de Santa Trega .....	[41]

<b>5.2. Alojamientos turísticos ecológicos cercanos .....</b>	<b>[42]</b>
5.2.1. Nidos de Carnota .....	[42]
5.2.2. Ecoagroturismo Arqueixal.....	[43]
5.2.3. Rectoral de Chandrexa.....	[43]
5.2.4. Quinta de San Amaro .....	[43]
5.2.5. Las Cabañas de Canide .....	[43]
5.2.6. A Torre de Laxe .....	[44]
<b>5.3. Restaurantes de kilómetro cero.....</b>	<b>[44]</b>
5.3.1. Culler de Pau .....	[46]
5.3.2. O Refuxio de Lis .....	[47]
5.3.3. A Horta do Obradoiro .....	[47]
5.3.4. Casa Solla .....	[47]
5.3.5. La oferta culinaria y hotelera de Pepe Vieira .....	[48]
<b>5.4. La artesanía como punto de referencia turístico.....</b>	<b>[49]</b>
5.4.1. Cerámica .....	[49]
5.4.2. Danza y música.....	[50]
5.4.3. Trajes Regionales .....	[50]
5.4.4. Vajillas .....	[51]

<b>5.5. Plan promocional del itinerario turístico .....</b>	<b>[51]</b>
5.5.1. Estrategia creativa y concepto de la campaña: .....	[51]
5.5.2. Ideas creativas concretas para el diseño de la campaña .....	[52]
5.5.3. Tipografía.....	[53]
5.5.4. Estrategias de difusión y canales de promoción.....	[54]
5.5.5. Medición de resultados y ajustes .....	[55]

## **CAPÍTULO 6**

### **ESTUDIO DE VIABILIDAD E IMPACTO DEL ITINERARIO PROPUESTO A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA**

<b>6.1. Qué es un análisis DAFO .....</b>	<b>[57]</b>
<b>6.2. Debilidades .....</b>	<b>[57]</b>
<b>6.3. Amenazas.....</b>	<b>[58]</b>
<b>6.4. Fortalezas .....</b>	<b>[59]</b>
<b>6.5. Oportunidades.....</b>	<b>[59]</b>
<b>CONCLUSIÓN.....</b>	<b>[61]</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>[62]</b>

**ANEXO I**

Talleres divididos entre Geodestinos .....[72]

**ANEXO II**

Borrador de preguntas sobre el público encuestado .....[73]

**ANEXO III**

Los Geodestinos .....[80]

**ANEXO IV**

Gráficos generados en base a las respuestas obtenidas en Google Forms...[85]

# CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

## 1.1 Introducción:

El turismo es una de las actividades económicas y culturales más relevantes del siglo en el que vivimos, constituyendo no solo una principal fuente de ingresos para las regiones comúnmente reconocidas, sino también un medio para promover el intercambio cultural, la sostenibilidad y el respeto al entorno natural. En este marco, Galicia sobresale como un destino único que fusiona un incomparable patrimonio natural, una abundante tradición culinaria y una identidad cultural fuertemente vinculada a sus raíces. Este potencial hace que la región sea el sitio ideal para formular propuestas turísticas que se alineen con las tendencias actuales del turismo, especialmente para aquellos que valoran la sostenibilidad, la naturaleza y la adquisición de productos locales o de kilómetro cero.

De acuerdo con Monge y Perales (2016), se considera práctica turística sostenible a aquella que puede progresar de forma sostenible a largo plazo en los contextos ambiental, económico y social. Este tipo de actividad promueve un intercambio provechoso entre los visitantes y la comunidad local, al mismo tiempo que asegura una repartición justa de los beneficios producidos. Para lograr estos objetivos, es esencial una adecuada planificación, administración y control que posibiliten reducir, en la medida de lo posible, los efectos adversos provenientes de la actividad turística.

Existe un creciente interés entre los turistas internacionales, especialmente los alemanes, por las experiencias auténticas, orientadas a la naturaleza y responsables. Los turistas alemanes, conocidos por su afición a las actividades al aire libre y su respeto por el medio ambiente, son un objetivo clave para el turismo gallego.

El mercado teutón busca destinos que ofrezcan oportunidades para desconectar en entornos naturales, consumir productos sostenibles y apoyar a las comunidades locales. Galicia, con sus parques naturales, productos gastronómicos de alta calidad y compromiso con el turismo sostenible, es idónea para satisfacer estas demandas. Para atraer y captar a este público de forma eficaz, es necesario crear itinerarios turísticos a medida, que incorporen las tendencias actuales

y las prácticas sostenibles, al tiempo que aprovechan los recursos locales. El objetivo de este trabajo es crear un itinerario turístico que se ajuste a lo que valoran los turistas alemanes: experiencias en la naturaleza, actividades respetuosas con el medio ambiente y productos de origen local.

## **1.2 Justificación**

La elección de este tema se justifica desde varios ámbitos. En primer lugar, responde a la necesidad de promover un modelo turístico que reduzca el impacto ambiental y potencie las economías locales, en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). (Miluska.Jara 2018, 14 septiembre)

En segundo lugar, se sustenta en el potencial de crecimiento del mercado turístico alemán en Galicia, un segmento que ha mostrado un creciente interés por la región gracias a sus atractivos paisajísticos y culturales. Finalmente, este trabajo busca contribuir al desarrollo académico y práctico del turismo sostenible en Galicia, proporcionando una herramienta que sirva tanto para la gestión turística como para la promoción del destino en mercados internacionales.

El trabajo está estructurado en varios capítulos que permiten un desarrollo progresivo de mi investigación. En primer lugar, se muestran mis objetivos y metodología mostrando el destino y el porqué de su atractivo para el público objetivo y se expone el perfil del turista alemán y las tendencias actuales, abordando sus motivaciones, intereses y preferencias.

A continuación, se analiza la oferta de recursos naturales y gastronómicos de Galicia, identificando los elementos clave que mejor se alinean con estas tendencias.

Posteriormente, se exponen ejemplos exitosos en varios ámbitos dentro del turismo sostenible en la región para, por último, presentar el diseño del itinerario turístico, con un enfoque en la creación de experiencias sostenibles y de calidad. Contará con su correspondiente desarrollo de la estrategia de difusión y promoción del itinerario.

En síntesis, este trabajo busca no solo potenciar el atractivo turístico de Galicia para el mercado alemán, sino también sentar las bases para un modelo turístico sostenible y responsable que beneficie tanto a los visitantes como a las comunidades locales.

Con ello, se pretende contribuir al desarrollo de una oferta turística diferenciada y competitiva que posicione a Galicia como un referente en turismo ecológico y sostenible en el mercado internacional.

## CAPÍTULO 2: OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

### 2.1 Objetivos generales y específicos

#### 2.1.1 Objetivo general

1. Analizar el perfil del turista alemán en Galicia para comprender sus motivaciones intereses y comportamiento en la región.
2. Diseñar un itinerario turístico en Galicia que responda a las preferencias del turista, basándonos en tendencias actuales como la sostenibilidad del turismo de la naturaleza y el consumo de productos de kilómetro cero, con el fin de poder potenciar la atracción de este mercado y fomentar un modelo de turismo sostenible que beneficie tanto a nuestras comunidades locales como al medio ambiente.
3. Evaluar el impacto que tiene el turismo alemán en el desarrollo cultural, social y económico de Galicia, identificando oportunidades de mejora y promoviendo unas experiencias turísticas que sean enriquecedoras para todos.
4. Proponer estrategias innovadoras de promoción y digitalización utilizando todos los conocimientos adquiridos en los estudios previos a este trabajo de fin de grado y posicionar Galicia como un destino de referencia en el turismo sostenible y cultural.

Como afirmó Álvaro Cunqueiro (1911-1981), uno de los grandes referentes literarios de Galicia en *El pasajero en Galicia*, publicado en 1989: "Galicia es un sueño verde suspendido sobre el Atlántico."

También Lois Pereiro, poeta, escribió sobre qué era Galicia para él «El Alma es el Atlántico y es el Acantilado el cuerpo de su llamada Atroz.» (Tam-Tam Press, 2014)

Esta frase evoca la esencia verde y mágica de Galicia, un destino único que cautiva al viajero internacional con su belleza y autenticidad.

## 2.1.2 Objetivos específicos

- Analizar el perfil del turista alemán:
    - Realizar un estudio detallado sobre el comportamiento, intereses y motivaciones del turista alemán en relación con el turismo sostenible.
    - Identificar los factores que influyen en su elección de destinos, como actividades al aire libre, autenticidad cultural y compromiso con el medio ambiente.
    - Evaluar las preferencias del turista alemán en cuanto a alojamiento, transporte y actividades turísticas, con un enfoque en la sostenibilidad y el contacto con la naturaleza.
  - Estudiar los recursos turísticos de Galicia:
    - Hacer un inventario de los recursos naturales más destacados de Galicia, como parques naturales, rutas de senderismo y áreas protegidas, que puedan integrarse en el itinerario, ubicándolos en los 26 Geo destinos propuestos por la Xunta de Galicia en 2022. (*Novo Mapa de Xeodestinos de Galicia Que Amplía Ata 26 As Áreas Xeográficas Diferenciadas - GALICIA*, 27 de octubre de 2022.)
    - Identificar los productos gastronómicos de kilómetro cero más representativos de la región, tales como vinos, mariscos, quesos y otros alimentos autóctonos.
    - Analizar la infraestructura turística disponible en Galicia (alojamientos rurales, transporte ecológico, etc.) para asegurar su adecuación al público alemán.
  - Diseñar un itinerario sostenible y personalizado:
    - Crear un recorrido turístico que incluya actividades relacionadas con la naturaleza, tales como senderismo, observación de fauna y visitas a espacios protegidos.
    - Incorporar experiencias culturales y gastronómicas genuinas, como visitas a los mercados locales, bodegas ecológicas, furanchos y talleres artesanales.
    - Establecer unas opciones de transporte y alojamiento que reduzcan la huella de carbono, promoviendo alternativas sostenibles como transporte público o alojamientos que cuenten con certificaciones ecológicas.
4. Proponer estrategias de promoción:

- Diseñar una estrategia de marketing específica para el mercado alemán, destacando los valores de sostenibilidad y autenticidad del itinerario.
- Utilizar herramientas digitales como redes sociales, blogs de viajes y plataformas especializadas en turismo ecológico para llegar al público objetivo.
- Utilizar los conocimientos del grado en Publicidad y Relaciones Públicas para desarrollar un branding, colores corporativos y logotipos que puedan integrarse en posibles folletos turísticos.

#### 5. Evaluar el impacto potencial del itinerario:

- Realizando un análisis del impacto económico que la implementación del itinerario podría tener en las comunidades locales, incluyendo la generación de empleo y el apoyo a pequeños productores, a través del análisis de datos
- Examinar cómo el itinerario puede contribuir a la preservación del patrimonio natural y cultural de Galicia, fomentando un modelo de turismo responsable.
- Proponer indicadores para medir la sostenibilidad y el éxito del itinerario, como la satisfacción del turista, el impacto ambiental y el beneficio para las economías locales.

Como destaca la organización mundial del turismo (OMT) “El turismo sostenible no solo fomenta el crecimiento económico, sino que también promueve la conservación de la biodiversidad y el respeto por las comunidades locales” este itinerario aspira a convertirse en un ejemplo práctico de esta visión global aplicada al contexto gallego.

## **2.2 Marco Metodológico**

El trabajo se fundamenta en un enfoque metodológico mixto que combina técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa. Este enfoque permite abordar el objeto de estudio desde diferentes perspectivas, asegurando un análisis integral de las tendencias del turismo alemán y su relación con los recursos turísticos de Galicia.

## **Objeto de la investigación**

El objeto de esta investigación es diseñar un itinerario turístico en Galicia que se ajuste a las preferencias y demandas del turista alemán, teniendo en cuenta sus motivaciones, intereses y comportamientos en torno al turismo de naturaleza, ecología y productos de kilómetro cero. Además, se busca entender cómo estos elementos pueden integrarse en una propuesta sostenible y atractiva para este mercado.

El objetivo de esta investigación es diseñar un itinerario turístico en Galicia que se ajusta a las preferencias y demandas del turismo alemán, teniendo en cuenta sus motivaciones, intereses y comportamientos en torno al turismo, naturaleza, ecología y productos de kilómetro cero. Además, se busca entender cómo estos elementos pueden integrarse en una propuesta sostenible y atracción para este mercado.

En este apartado se llevará a cabo una o no a ver si es detallado del perfil del turista alemán, con el fin de comprender sus intereses y características a la hora de elegir un destino turístico como Galicia. A partir de los resultados obtenidos, se ha desarrollado una propuesta - itinerario que ofrece una experiencia única, basada en principios de sostenibilidad autenticidad cultural y conexión con las comunidades locales ajustado a las preferencias del turista alemán en la región.

## **Preguntas de investigación**

Para guiar el desarrollo de mi investigación, he planteado las siguientes preguntas clave:

1. ¿Cuáles son las principales características del perfil del turista alemán interesado en el turismo sostenible?
2. ¿Qué recursos naturales, culturales y gastronómicos de Galicia se alinean con las demandas del turista alemán?
3. ¿Cómo se pueden integrar los principios de sostenibilidad en el diseño de un itinerario turístico atractivo para este mercado?

4. ¿Qué estrategias de promoción resultan más efectivas para captar la atención del turismo alemán?
5. ¿Qué impacto potencial puede tener este itinerario en las comunidades locales y en la sostenibilidad de Galicia como destino?

## **2.3 Técnicas de investigación**

### **2.3.1 Investigación cualitativa:**

#### **Análisis documental:**

La investigación cualitativa se ha llevado a cabo mediante la recopilación de fuentes documentales seleccionadas en función de la información relevante para el estudio. Se han consultado una amplia variedad de fuentes, incluidas las páginas web oficiales de instituciones turísticas como la Xunta de Galicia, turismo de Galicia y VisitGermany que ofrecen información y estudios sobre el perfil del turista animal y las tendencias turísticas actuales en la región. Además, se han revisado publicaciones especializadas en turismo y sostenibilidad, así como informes de la Organización Mundial del turismo (OMT) y la página web del INE.

También se ha recurrido a libros y artículos académicos sobre el turismo en Galicia y las preferencias del turista alemán que han servido para contextualizar y enriquecer la investigación, así como publicaciones en revistas de turismo como *ROTUR: Revista de Ocio y Turismo*, publicada cada 6 meses por la Universidade da Coruña, que dan una visión actualizada del panorama del turismo en la región

### **2.3.2 Investigación cuantitativa:**

#### **- Encuestas:**

- Se diseñarán cuestionarios dirigidos a turistas alemanes que hayan visitado Galicia o que tengan interés en destinos sostenibles.
- Las encuestas incluirán preguntas relacionadas con sus preferencias en actividades, alojamientos, transporte y gastronomía, así como su percepción sobre Galicia como destino turístico.
- Los datos serán analizados utilizando herramientas estadísticas para identificar patrones y tendencias.
- Posibles preguntas de la encuesta: link y encuesta en anexos
- Resultados de la encuesta

#### **- Análisis de datos turísticos:**

- Se utilizarán datos estadísticos sobre el turismo alemán en España y Galicia, disponibles a través de fuentes oficiales como Turespaña y Eurostat.
- Este análisis permitirá comprender la evolución del flujo de turistas alemanes, su gasto promedio, duración de estancia y actividades más demandadas.

## **2.4 Procedimiento para investigar el perfil del turista alemán**

Para comprender en profundidad el perfil del turista alemán, seguiré las siguientes estrategias:

#### **- Segmentación del público objetivo:**

Se identifican de manera ordenada diferentes segmentos entre el mercado alemán como las familias, los jóvenes que viajan en grupos de amigos, los adultos que son viajeros más solitarios o por ejemplo los mayores o recién jubilados. Y sus intereses específicos

relacionados para cada nicho, como pueden ser sumergirse en la naturaleza, los alojamientos asequibles el turismo gastronómico.

- **Estudio de casos:**

Se analizaron ejemplos de destinos turísticos europeos que han desarrollado estrategias exitosas para atraer al turismo alemán extrayendo lecciones aplicables al caso gallego.

- **Monitorización de tendencias online:**

Se han utilizado herramientas digitales como Google trends, redes sociales y foros de viaje para analizar qué buscan y comparten los turistas alemanes respecto a Galicia y otros destinos similares.

- **Operadores turísticos en Alemania:**

Se consultarán las páginas web de agencias y touroperadores de España y Alemania que trabajen con viajeros germanos para conocer de primera mano las expectativas y demandas de sus clientes, así como la forma de venta y promoción actual del destino.

La metodología propuesta combina diversas técnicas y fuentes de información para garantizar un análisis exhaustivo y multifacético del perfil del turista alemán, permitiendo la creación de un itinerario que no sólo cumpla con sus expectativas, sino que también apoye el desarrollo sostenible de Galicia.

## CAPÍTULO 3: GALICIA COMO DESTINO

### TURÍSTICO PARA EL TURISTA ALEMÁN

Un <sup>1</sup>destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud

Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado. (*Glosario de Términos de Turismo* | OMT, s. f.)

#### 3.1 Similitudes culturales entre Galicia y Alemania

La región de Galicia y Alemania comparten a nivel territorial una serie de similitudes que favorecen la conexión entre ambos destinos, no solo de manera física. Ambos territorios están profundamente ligados a tradiciones costumbres y un respeto profundo por su naturaleza. Tanto los gallegos como los alemanes y todos aquellos los que habitan en estas tierras tienen inculcado el valor de su patrimonio cultural, ya sea en forma de festivales que lo celebran, como en la gastronomía que todos conocemos o su característica arquitectura. Esta conexión cultural es una de las claves para comprender el atractivo de Galicia como destino turístico para el turista alemán. Pensar en los puntos de convergencia más evidentes que tienen, es pensar en ese interés común por la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente. En los próximos capítulos veremos que tanto Galicia como Alemania cuentan con políticas,

---

<sup>1</sup> El destino principal de un viaje turístico se define como el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje (*Glosario de Términos de Turismo* | OMT, s. f.)

ayudas y prácticas orientadas a la conservación de la naturaleza lo que atrae a los turistas alemanes, quienes valoran enormemente la oferta del turismo ecológico y sostenible.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible es una tendencia creciente entre los viajeros internacionales, especialmente aquellos procedentes de países como Alemania, donde existe un fuerte compromiso con la protección medioambiental y el respeto por la biodiversidad (OMT, 2022).

### **Creando un perfil y del turista alemán en base a sus preferencias de viaje:**

Conocidos por ser viajeros exigentes que valoran la autenticidad y la calidad en sus viajes, los turistas buscan lugares que ofrezcan un equilibrio entre la paz, la naturaleza y la posibilidad de sumergirse en la forma de vida local, lo que hace de Galicia el destino perfecto para este tipo de viajero.

Los turistas alemanes también son conocidos por su meticulosa planificación y su búsqueda de lugares que ofrezcan actividades al aire libre como vela, ciclismo u observación de fauna, todas ellas bien representadas en la geografía. Además, Galicia, con sus pequeños pueblos, playas tranquilas, playas y paisajes de montaña, se adapta perfectamente al deseo del turista alemán de disfrutar de viajes más auténticos que los destinos comercializados masivamente.

El Instituto de Estudios Turísticos de la Xunta de Galicia destaca que los turistas alemanes valoran positivamente los destinos que les permiten estar en contacto con la naturaleza, al tiempo que disfrutan de una rica oferta gastronómica y cultural, dos de los aspectos más destacados de la oferta turística gallega (Instituto de Estudios Turísticos, 2021).

### **<sup>2</sup>BUYER PERSONA:**

---

<sup>2</sup> Los Buyer persona son representaciones ficticias de los clientes típicos de una empresa, creadas a partir de datos recopilados a través de encuestas o entrevistas, teniendo en cuenta no sólo sus características sociodemográficas, psicográficas y de comportamiento, sino también información

Thomas Müller, 42 años. Se dedica a la ingeniería de software y reside en Múnich, Alemania. Está Casado, y tiene dos hijos de doce y quince años. Su nivel económico es Medio-alto y sus motivaciones para viajar son buscar tranquilidad y naturaleza, el interés por la cultura auténtica y no masificada, escapar del turismo de masas, conectar con el entorno local y probar gastronomía típica y busca la posibilidad de realizar actividades al aire libre (senderismo, rutas en bicicleta, visitas a bodegas)

Sus preferencias de viaje suelen ser de viajar en familia y algunas veces puntuales en pareja, mientras sus hijos van a campamentos o se quedan con sus abuelos.

Prefiere destinos sostenibles y auténticos, le atraen paisajes verdes, mar y montaña (como los de Galicia). Valora mucho la hospitalidad y el contacto directo con los locales de las zonas que visita. Además, Thomas usa internet y redes sociales para buscar destinos poco conocidos, a través de revistas online y prescriptores digitales y prefiere alojamientos rurales, casas de turismo o pequeños hoteles con encanto que descubre a través de otros usuarios como él. En cuanto a su comportamiento digital, usa Instagram y blogs de viajes para inspirarse. Reserva los vuelos y alojamientos via online (Booking, Airbnb) y confía en recomendaciones de TripAdvisor y lee las reseñas en Google Maps. Por otro lado, sigue cuentas de viajes en alemán que muestran experiencias reales. Thomas aprendió algo de español en el colegio, y practica viendo videos en youtube de vloggers españoles que hacen el camino de Santiago.

¿Qué busca ver y hacer en Galicia? Estar en contacto con naturaleza virgen (Fragas do Eume, Ribeira Sacra) rutas de senderismo y ciclismo (Camino de Santiago, Serra do Xurés) visitar pueblos con encanto (Combarro, Allariz), probar la gastronomía local (mariscos, vinos, quesos...), participar en eventos tradicionales como las romerías o fiestas gastronómicas.

---

personal, citas y formas de decir que pueden resultar útiles en la creación de productos/servicios. (EAE Barcelona Buiness School, 2024)

### 3.2 Historia del turismo alemán en Galicia

Según el Cluster de Turismo de Galicia, el mercado alemán era el segundo mercado emisor con más peso solo por detrás del portugués, en cuanto a número de turistas recibidos en 2019, cifra que se ha visto superada en 2025 en un 0.2% por América (sin Estados Unidos), tal y como recoge el informe FRONTUR del INE para Galicia (mayo de 2025).

Según turismo de Galicia en el año de 2015:

El Turismo alemán en Galicia comenzó a cobrar relevancia en las últimas décadas del siglo XX especialmente con la mejora de las conexiones aéreas y la creciente promoción de Galicia como destino turístico en ferias internacionales. Desde la apertura de rutas aéreas directas entre Alemania y Galicia en la década de 1990 el número de turistas alemanes que visitan la región ha aumentado paulatinamente.

Los turistas alemanes llegaban a Galicia por su oferta de turismo de naturaleza y paisajístico. En el año 1994 Galicia participó por primera vez en la Feria Internacional de turismo (FITUR) En Madrid, lo que supuso un punto de inflexión en la promoción internacional del destino, incluyendo el mercado alemán. Esta participación ayudó a Galicia a posicionarse como un destino ideal para el turismo sostenible y cultural. (Gómez et al., 1994)

Desde principios del siglo XXI, el interés por Galicia ha crecido, especialmente en los turistas alemanes que buscan descubrir la región más allá de las grandes ciudades. Las rutas de senderismo como el Camino de Santiago o la ruta de los faros han sido un motor clave para atraer a turistas alemanes. El Camino de Santiago, reconocido por la UNESCO como patrimonio de la humanidad es una de las rutas más transitadas por los turistas alemanes, quienes valoran la conexión espiritual, cultural y natural que ofrece esta experiencia. (Ferradáns, 2025)

### **3.3 El atractivo de Galicia para los turistas alemanes**

A lo largo de los años Galicia ha logrado consolidarse como un destino clave para los turistas alemanes, especialmente deliciosos paisajes naturales su rica historia y cultura sofoquen la sostenibilidad. A la región le ha beneficiado también la estrecha relación con Alemania en términos de intercambio cultural y educativo, que ha favorecido el flujo de turistas alemanes interesados en explorar su historia, sus tradiciones y, en especial su patrimonio gastronómico.

Tal y como recoge en el libro *Alta cocina gallega*, (Xunta de Galicia, 2015) La gastronomía gallega, en especial los mariscos, el vino Albariño y los quesos de la región, también son un atractivo fundamental para los turistas alemanes. Estos productos de calidad, junto con la rica tradición culinaria, son elementos que los turistas alemanes buscan en sus viajes a Galicia.

### **3.4 Proyecciones y tendencias futuras**

De acuerdo con el informe de la Xunta De Galicia (2022), se prevé que el número de alemanes turistas en Galicia siga aumentando en los venideros años debido a la creciente demanda de turismo responsable y sostenible. Galicia ha adoptado estrategias específicas de marketing para captar al público alemán, destacando sus fortalezas en turismo naturaleza patrimonio cultural y gastronomía local

La tendencia a largo plazo indica que los turistas alemanes van a seguir siendo uno de los principales mercados emisores de turistas hacia Galicia, con un crecimiento sostenido en las áreas cuya economía se nutre del sector primario y del turismo rural, cultural y de naturaleza. Esto está en línea con las expectativas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que resalta que la sostenibilidad será uno de los principales motores del turismo mundial en las próximas décadas (OMT, 2022) tres años después en la primera mitad de 2025, ya podemos constatar esto.

El pasado mes de abril, Ferradáns (2025) informaba de la visita de un grupo de 16 agentes de viajes alemanes del operador Dertour en Galicia, en un viaje de familiarización, en el marco de un plan de promoción turística con 130 acciones en 30 mercados y una inversión de 13 millones de euros. Dertour operará ocho vuelos

chárter este otoño en los que traerán a unos 1.200 turistas alemanes interesados en el patrimonio, las ciudades y el Camino de Santiago. Alemania es ya el tercer mercado internacional para Galicia, con un crecimiento del 24 % en gasto turístico en 2024.

El periódico El País señalaba el pasado 5 de mayo de 2025 que el turismo de nuestro país vivió el mejor primer trimestre de su historia en este mismo año, noticia que apoya la tendencia positiva y el auge del turismo en la comunidad, que comenzó con un crecimiento del 3,6% de viajeros alojados respecto al año anterior según los datos recogidos por el Cluster de Turismo gallego en abril del 2025.

### **3.5 Los cruceristas alemanes en Galicia: Preferencias y comportamiento de gasto**

Galicia ha experimentado un aumento en el número de turistas alemanes que llegan a la región a bordo de cruceros, especialmente a través de los principales puertos de Vigo, A Coruña y Ferrol. El mercado alemán representa un segmento importante de los turistas de crucero que visitan Galicia, atraídos por la oferta cultural, histórica y natural de la región. Según el informe de la Autoridad Portuaria de Vigo (2021), los turistas alemanes han mostrado un creciente interés en explorar Galicia, motivados por su belleza natural y su patrimonio cultural.

Galicia, ha experimentado un aumento en el número de turistas alemanes que desembarcan en la región a bordo de, cada día más completos cruceros, especialmente a través de los principales puertos de Vigo, A Coruña y Ferrol. El mercado alemán representa un segmento muy importante de los turistas denominados turistas de crucero, que visitan Galicia tan atraídos por la oferta cultural e histórica como por la natural que ofrece la región. Según el informe de la Autoridad Portuaria de Vigo (2021) los turistas alemanes han mostrado un creciente interés en explorar Galicia, motivados por su belleza natural y su patrimonio cultural.

Aunque existen otros gastos satélites, el gasto de los cruceristas alemanes en Galicia se concentra principalmente en actividades de ocio, gastronomía y compras de productos locales. Según el Estudio de Cruceristas en Galicia (2021), los turistas alemanes gastaron en promedio entre 70 y 120 euros por persona en un día, que se concentra horas realmente, de estancia en puerto. Este gasto lo destinan a hacer

excursiones, inscribirse en visitas culturales, comprar de productos típicos y la degustación de platos tradicionales en restaurantes locales.

Hasta la fecha, los turistas alemanes son conocidos por ser viajeros organizados, por lo que prefieren realizar actividades guiadas que les permitan aprovechar al máximo su tiempo en tierra. Aunque su estancia es breve, el impacto económico es notable debido al número elevado de turistas alemanes que llegan cada año.

En cuanto a la frecuencia de repetición de los viajes de los cruceristas alemanes, es importante señalar que, debido a la naturaleza del turismo de cruceros, los viajes repetidos entre los mismos turistas no son tan comunes. Sin embargo, los turistas alemanes que han visitado Galicia en alguna ocasión suelen mostrar un interés por regresar en futuros cruceros, ya sea para explorar más profundamente la región o para realizar actividades adicionales como el Camino de Santiago o disfrutar de una estancia más prolongada en alguna de las localidades gallegas.

Según El Faro de Vigo, 2024, el Puerto de Vigo, que en 2024 recibió siete escalas inaugurales y siete dobles recibiendo algunas de hasta 10.000 turistas, espera la llegada de 115 cruceros y 300.000 pasajeros en 2025.

Además, cinco cruceros coincidieron en el puerto de A Coruña en abril, transportando cerca de 15.000 pasajeros. Según cálculos de la Autoridad Portuaria, su visita podría haber generado un impacto económico superior a un millón y medio de euros. Devesa (2025)

El informe de la Autoridad Portuaria de Vigo (2021) señala que, aunque la mayoría de los cruceristas alemanes no repiten con frecuencia el mismo destino, Galicia sigue siendo un destino atractivo para aquellos que desean realizar un recorrido más exhaustivo por la región en viajes posteriores.

### **3.6 Aspectos de Galicia más valorados por los alemanes**

Los cruceristas alemanes que hoy en día visitan Galicia suelen buscar destinos que les permitan disfrutar de una experiencia auténtica, en la que se combine la riqueza cultural con la conexión natural. Entre los múltiples aspectos que más atraen a los turistas alemanes, son merecedores de ser destacados los siguientes:

### **3.6.1 El Camino de Santiago:**

Uno de los mayores atractivos para los turistas alemanes es la posibilidad de conocer una de las rutas más importantes de peregrinación existentes en el mundo, considerada una de las 5 peregrinaciones clave del S. XXI, aunque esta lleve doce siglos siendo transitada. La Catedral de Santiago de Compostela, junto con el patrimonio histórico de la ciudad, es uno de los principales puntos de interés para este segmento de turistas. Muchos alemanes, ya tienen una conexión emocional con el Camino de Santiago, lo que favorece que elijan Galicia como destino. Según Martín (2025) Tras España, Estados Unidos fue el segundo país con mayor número de peregrinos en el Camino de Santiago, con 38.052 personas, lo que representa casi el 8% del total. Le siguieron Italia con 28.599, Alemania

con 23.462 y Portugal con 21.935. En conjunto, los peregrinos internacionales alcanzaron los 268.233, superando en número a los españoles. La ruta más transitada fue el camino francés. Además, la franja más representativa de edad fue la de 45 a 65 años.

### **3.6.2 Gastronomía gallega:**

Como ya se menciona anteriormente, los turistas alemanes disfrutaban de la gastronomía gallega, especialmente los mariscos y el vino Albariño. La calidad de los productos locales, como el pulpo a la gallega, mejillones, percebes y otros mariscos, atrae enormemente a los cruceristas de este mercado. Además, las bodegas que ofrecen degustaciones de Albariño también se han convertido en un atractivo para los turistas alemanes.

### **3.6.2 Paisajes naturales:**

Galicia ofrece paisajes que atraen especialmente a los turistas alemanes, quienes valoran la tranquilidad y la belleza natural. Las Rías Baixas, las Islas Cíes y las zonas de senderismo como el Parque Nacional de las Islas Atlánticas son altamente valoradas por este tipo de turistas. Además, tal y como señala Pato (2018) la comunidad está repleta de sitios maravillosos para disfrutar del entorno natural, colgarse los prismáticos o el telescopio y cargar con la Cámara de fotos para

contemplar los seres vivos que nos rodean y habitar entre nosotros, especialmente las aves, protagonistas del turismo ornitológico.

### **3.6.3 Patrimonio histórico y cultural:**

Los cruceristas alemanes tienen un profundo interés por la historia y la cultura local, lo que hace que la visita a los monumentos históricos de Galicia, como castillos, monasterios y pueblos tradicionales, algunos de los cuales serán citados posteriormente, sea un atractivo importante.

## CAPÍTULO 4: TURISMO SOSTENIBLE

### Y TERMALISMO EN GALICIA

Tal y como señaló Alfonso Rueda, presidente de la Xunta en FITUR, el turismo sostenible se ha consolidado en Galicia como un modelo clave para promover el desarrollo turístico respetuoso con el medio ambiente y la cultura local. Este tipo de turismo no solo tiene en cuenta la conservación de los recursos naturales, sino que también busca ofrecer una experiencia auténtica al turista, alineada con el respeto por el entorno y las tradiciones. En su discurso también destacó que cerca del noventa por ciento de los gallegos valoran de forma positiva o muy positiva el impacto económico y social que causa el turismo en la región. En este capítulo, exploraremos cómo Galicia ha logrado integrar el turismo sostenible en sus recursos naturales, su gastronomía y el termalismo, con un enfoque particular en el turista alemán, un mercado cada vez más interesado en estas prácticas sostenibles, y la similitud de Galicia con destinos como Baden-Baden, conocido por su tradición termal y su compromiso con la sostenibilidad, que figuran en la misma lista de destinos “top” del termalismo europeo, según la diputación provincial de Ourense (2021)

#### **4.1. La oferta natural y ecológica de Galicia: Senderismo, parques naturales y ecoturismo**

Galicia es un destino turístico privilegiado gracias a su impresionante patrimonio natural. La región alberga una gran cantidad de parques naturales y áreas protegidas que, además de ser un atractivo para los turistas, juegan un papel crucial en la conservación de la biodiversidad. Para el turista alemán, un público que valora especialmente la conexión con la naturaleza, Galicia se presenta como un destino idóneo para el <sup>3</sup>ecoturismo, con motivos demostrados como la asistencia a ferias con

---

<sup>3</sup> El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. Por consiguiente, este incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema. (*Glosario de Términos de Turismo | OMT, s. f.*)

espacios de información turística como es BioCultura en los que se promueve el turismo sostenible. (Vinetur, 2025)

Uno de los principales atractivos naturales de Galicia es el Parque Nacional Marítimo Terrestre de las Islas Atlánticas, que incluye las famosas Islas Cíes, conocidas por su belleza virgen y sus ecosistemas únicos. A ello se suman el Parque Natural de las Fragas do Eume y el Parque Natural de los Ancares, entre otros, que ofrecen una amplia variedad de rutas de senderismo adaptadas a diferentes niveles de dificultad, lo que atrae a los turistas alemanes que buscan experiencias activas y saludables en la naturaleza.

El turismo sostenible en Galicia también pone énfasis en el senderismo como actividad clave. Las rutas del Camino de Santiago, que atraviesan la región, ofrecen a los turistas una experiencia que combina naturaleza, cultura y espiritualidad, alineándose con los valores de sostenibilidad que los turistas alemanes valoran profundamente. Las rutas en Galicia están diseñadas no solo para que los viajeros disfruten de paisajes impresionantes, sino también para que promuevan prácticas responsables que respeten el medio ambiente.

## **4.2. La gastronomía de kilómetro cero como eje del turismo sostenible**

Uno de los pilares fundamentales del turismo sostenible es la promoción del consumo de productos locales, también conocido como "kilómetro cero". Galicia, con su rica tradición agrícola y pesquera, es un destino ideal para quienes buscan disfrutar de una gastronomía auténtica que respete tanto el medio ambiente como las tradiciones culinarias locales. (*Guía Michelin, 2023*)

Los productos de kilómetro cero en Galicia son muy apreciados por los turistas alemanes, que, al igual que los gallegos, valoran la frescura y la calidad de los alimentos. Entre los productos más destacados se encuentran el marisco gallego, especialmente las vieiras, percebes, y el pulpo a la gallega, que son altamente demandados en los restaurantes de la región. Además, la Denominación de Origen Rías Baixas y el vino Albariño son un atractivo turístico para los visitantes, que disfrutan no solo de su sabor, sino también del proceso sostenible de cultivo de las uvas en la región.

---

Galicia cuenta con una red de restaurantes certificados por Slow Food Compostela como espacios Km 0. Estos establecimientos promueven la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> al minimizar el transporte de alimentos y apoyan a los agricultores familiares locales. Para obtener esta distinción, al menos el 50% de sus proveedores deben estar ubicados en un radio de 100 kilómetros. (Leo, 2025)

El turismo gastronómico en Galicia es, por ende, una parte fundamental del modelo de turismo sostenible, ya que los viajeros pueden disfrutar de una oferta culinaria que respeta la producción local, contribuye al desarrollo económico de las comunidades rurales y promueve la conservación del entorno natural.

### **4.3. Termalismo gallego: Balnearios y centros termales destacados**

La región galaica, además de su ya mencionada oferta natural y gastronómica, es también un destino destacado para termalismo, siendo un referente a nivel nacional. En este sentido el turismo de bienestar y salud ha cobrado una gran relevancia especialmente entre los turistas alemanes que son grandes aficionados a los tratamientos termales (Turismo de Galicia, 2021) Las aguas termales gallegas tienen una larga tradición y se encuentran en diversas localidades de la región como Mondariz, Cadas de Reis y Ourense, donde se concentran algunos de los balnearios y centros termales más conocidos de Galicia.

Baden-Baden, en Alemania, es uno de los destinos más emblemáticos en cuanto a termalismo, y la similitud con Galicia radica en que ambas regiones cuentan con una larga tradición en baños termales y bienestar. Según Asun (2023) al igual que Baden-Baden, donde los turistas disfrutan de un entorno natural privilegiado, Galicia ofrece un equilibrio perfecto entre la naturaleza y los servicios de bienestar, lo que hace que los turistas alemanes se sientan atraídos por sus centros termales.

Los balnearios gallegos, como el Balneario de Mondariz, destacan no solo por sus aguas termales, sino también por su compromiso con la sostenibilidad, utilizando energías renovables y aplicando prácticas ecológicas en sus instalaciones. (*Balneario de Mondariz, un Proyecto Sostenible A Partir de las Propiedades de Sus Aguas Mineromedicinales*, 2024)

Además, muchos de estos centros se encuentran rodeados de paisajes naturales, lo que permite que los visitantes puedan disfrutar de un ambiente relajante mientras son partícipes del ecoturismo, realizando senderismo o explorando la región.

#### **4.4. Iniciativas ecológicas y sostenibilidad en Galicia: Proyectos de conservación y turismo responsable**

En cuanto a la sostenibilidad en Galicia, esta nosotros se limita a la protección del medio ambiente, sino que se extiende a diversos aspectos del turismo, entre los cuales se incluyen las prácticas de conservación de la flora y fauna locales y el fomento de la educación ambiental comenzando por los más pequeños. Pudiendo decir así, que en este sentido Galicia cuenta con varias iniciativas que buscan integrar la conservación con el desarrollo turístico para crear sinergias.

Uno de los más destacados es el parque natural de las islas cías, donde se han implementado políticas estrictas para preservar la biodiversidad Marina y terrestre, limitando el número de visitantes y promoviendo el turismo responsable (*Islas Atlánticas de Galicia: Conservación de la Biodiversidad*, s. f.)

Asimismo, existen diversas rutas de ecoturismo que permiten a los turistas conocer de manera respetuosa los ecosistemas gallegos, sin poner en riesgo su conservación.

La Xunta de Galicia, a través de la Agencia de Turismo de Galicia, ha impulsado varias campañas para promover el turismo sostenible, destacando la importancia de respetar los recursos naturales y culturales de la región. Esto resuena especialmente con los turistas alemanes, que tienen una fuerte conciencia ecológica y buscan destinos que fomenten la sostenibilidad. (*A Xunta Promove Este Verán o Destino Galicia Como Lugar Sostible No Que Desconectar - XUNTA DE GALICIA*, s. f.)

#### **4.5 Ayudas económicas e institucionales a estos proyectos**

A continuación, se presentan variedad de opciones de financiación para proyectos sostenibles y relacionados con el turismo, apoyadas tanto por iniciativas de la Xunta de Galicia como por programas europeos y organizaciones financieras éticas:

## Turismo Sostenible:

- Programa LIFE: Este instrumento de la Unión Europea financia proyectos de conservación medioambiental y desarrollo sostenible. Desde su creación en 1992, ha cofinanciado más de 4.300 proyectos, contribuyendo con aproximadamente 3.400 millones de euros para la protección del medio ambiente y del clima en el período 2014-2020 (Comisión Europea, s.f.).
- Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER): Estos fondos están diseñados para reducir las disparidades entre las regiones europeas, financiando proyectos que promuevan el desarrollo sostenible y la cohesión económica. Según Aninha(2025) Municipios gallegos, como Tui y Salvaterra do Miño, han presentado candidaturas conjuntas para optar a inversiones de 10 millones de euros de fondos europeos, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos mediante la valorización del patrimonio cultural y natural, y la promoción del turismo local (Cadena SER, 2025).
- Iniciativas Municipales: Municipios gallegos han obtenido financiación para proyectos que potencian el turismo y el bienestar. Por ejemplo, el Concello de Oia ha recibido 78.580 euros de la Diputación de Pontevedra para completar la reforma de la Plaza de Abastos, transformándola en un centro sociocultural que incluirá áreas de juegos infantiles y espacios para actividades comunitarias (Cadena SER, 2025).

## Otras Fuentes de Financiación:

Coop57: Es una cooperativa de servicios financieros ética que concede préstamos a proyectos de la economía social, incluyendo aquellos relacionados con el turismo sostenible y el termalismo. Desde su expansión en 2005, Coop57 cuenta con una sección territorial en Galicia desde 2009, apoyando iniciativas que buscan un impacto social positivo (Coop57, s.f.).

Además, Galicia cuenta con un sólido respaldo institucional para proyectos de turismo sostenible y termalismo, ofreciendo diversas ayudas y colaboraciones a través de la Xunta de Galicia y asociaciones especializadas.

#### Apoyos Institucionales de la Xunta de Galicia:

- Estrategia de Turismo de Galicia 2030: La Xunta ha diseñado una estrategia que prevé una inversión de más de 1.000 millones de euros hasta 2030, enfocada en potenciar un turismo sostenible, hospitalario y diversificado en todo el territorio (Xunta de Galicia, 2024).
- Plan de Turismo Termal 2025-2028: Este plan, presentado recientemente, cuenta con una dotación de 10 millones de euros y busca consolidar a Galicia como un referente en turismo de salud y bienestar. Incluye la creación de proyectos emblemáticos en Ourense, sinergias con aseguradoras médicas, transporte gratuito a balnearios y promoción internacional como destino termal (Cadena SER, 2025).
- Líneas de Ayuda para Infraestructuras Termales: La Xunta ha anunciado una nueva línea de ayudas de hasta ocho millones de euros destinada a modernizar y mejorar las instalaciones termales, como parte de un plan más amplio para potenciar este sector en Galicia (Turismo de Galicia, 2025).

#### Asociaciones y Clústeres de Apoyo:

- Clúster Turismo de Galicia: Es una agrupación de empresas vinculadas por una misma cadena de valor que desarrollan sus actividades en el ámbito turístico gallego. Su objetivo es fomentar la colaboración entre empresas y mejorar la competitividad del sector (Clúster Turismo de Galicia, s.f.).
- Galicia Destino Sostible: Esta iniciativa reúne a empresas y experiencias comprometidas con el turismo sostenible en Galicia, ofreciendo una plataforma para promover prácticas responsables y sostenibles en el sector turístico (Galicia Destino Sostible, s.f.).

Termalismo:

- Asociación Gallega de la Propiedad Balnearia (BALNEGAL): Constituida en 1985, BALNEGAL tiene como objetivo gestionar y promocionar el termalismo gallego, colaborando en el desarrollo de iniciativas que potencien el sector (Turismo de Galicia, 2025).

Además, la Xunta colabora con instituciones internacionales, como la Organización Mundial del Turismo (OMT), para promover el turismo termal en la región. Un ejemplo de ello es la organización conjunta del Congreso Internacional de Turismo Termal en Ourense, que coincide con el Día Mundial del Turismo (OMT, 2024)

## 4.6 Congreso Internacional de Turismo Termal en Ourense

El Congreso Internacional de Turismo Termal es un acontecimiento de importancia global que tiene lugar en Ourense, en Galicia, y que congrega a especialistas, profesionales y académicos del sector termal para discutir y compartir saberes acerca de las tendencias y retos del turismo sanitario y de bienestar.

La última edición del congreso tuvo lugar del 27 al 29 de septiembre de 2022, bajo el lema "Destinos Termales Sostenibles para el Futuro". Este evento coincidió con la celebración de Termatalia 2022, la Feria Internacional de Turismo Termal, Salud y Bienestar, consolidando a Ourense como epicentro mundial del termalismo durante esa semana (Termatalia, 2022).

A continuación, se muestran algunas de las conclusiones destacadas recogidas por la prensa tras el Congreso 2022:

**Impulso a la sostenibilidad:** Se enfatizó la necesidad de desarrollar prácticas sostenibles en los destinos termales, promoviendo la conservación del medio ambiente y el uso responsable de los recursos hídricos. Galicia, considerada el principal destino termal de España, cuenta con numerosos manantiales de aguas mineromedicinales, lo que la convierte en un referente del sector (Huffington Post, 2024).

**Innovación y digitalización:** Se destacó la importancia de incorporar tecnologías digitales en la gestión y promoción de los destinos termales para mejorar la experiencia del usuario y aumentar la competitividad del sector. En la última edición de Termatalia, se discutió cómo la digitalización puede optimizar los servicios termales y atraer a un público más amplio (Cadena SER, 2024).

**Colaboración público-privada:** Se subrayó la relevancia de fortalecer las alianzas entre el sector público y privado para el desarrollo de infraestructuras y servicios termales de calidad. El crecimiento del termalismo en Galicia ha sido impulsado por este tipo de sinergias, lo que ha permitido mejorar la oferta y atraer mayor inversión (Campus da Auga, 2022).

**Diversificación de la oferta:** Se recomendó ampliar la gama de servicios ofrecidos en los destinos termales, integrando actividades culturales, gastronómicas y de bienestar para atraer a un público más diverso. En este sentido, Ourense ha promovido iniciativas que combinan el termalismo con el turismo cultural y de naturaleza (Cadena SER, 2024).

**Formación y capacitación:** Se resaltó la necesidad de invertir en la formación de profesionales especializados en el sector termal para garantizar un servicio de excelencia y adaptado a las nuevas demandas del mercado. La Universidad de Vigo, a través del Campus da Auga, ha desarrollado programas de formación enfocados en la gestión del termalismo sostenible y la innovación en el sector (Campus da Auga, 2022).

En resumen, Galicia presenta un panorama excepcional para el desarrollo del turismo sostenible y el termalismo, con una oferta única de recursos naturales y termales, respaldada por una estrategia institucional clara que busca potenciar estos sectores de manera responsable y competitiva. A través de la colaboración público-privada, el fortalecimiento de las infraestructuras turísticas y el fomento de prácticas sostenibles, la región se perfila como un destino clave en el ámbito del turismo de bienestar.

Sin embargo, para seguir avanzando en la consolidación de Galicia como un destino atractivo para turistas internacionales, es necesario adaptar las propuestas turísticas a los perfiles de diferentes mercados. En este sentido, el turismo alemán representa una oportunidad significativa debido a su creciente interés por el turismo de bienestar y la sostenibilidad. En el siguiente capítulo, se presentará un itinerario específico dirigido a turistas alemanes, integrando sus preferencias y necesidades dentro de las

propuestas turísticas de Galicia, con el objetivo de ofrecer una experiencia completa y diferenciadora que combine los recursos termales de la región con las expectativas de este mercado.

## **CAPÍTULO 5: CREACIÓN DE UN ITINERARIO PARA TURISTAS ALEMANES EN GALICIA Y PROMOCIÓN DE ESTE**

Un itinerario turístico como producto turístico es una propuesta organizada de actividades, lugares y experiencias que un destino ofrece a los turistas. (Glosario de Términos de Turismo | OMT, s. f.-b) Este producto se diseña cuidadosamente para proporcionar una experiencia coherente y atractiva, agrupando una serie de recursos turísticos (naturales, culturales, gastronómicos, etc.) en un recorrido específico. El objetivo es generar una oferta que responda a las motivaciones y expectativas del visitante, permitiéndole conocer un destino de forma completa y enriquecedora en un tiempo determinado.

### **5.1 Los destinos turísticos**

El consello de la Xunta aprobó en 2022 el nuevo mapa gallego de geodestinos turísticos, que se encuentra incluido en los anexos, fue elaborado por Turismo de Galicia en colaboración con los ayuntamientos, al que se suman doce nuevos geodestinos hasta alcanzar un total de veintiséis áreas geográficas diferenciada,

A través de este documento, se busca profundizar en la puesta en valor de los geodestinos como polos de desarrollo turístico a nivel local y como agentes coordinadores y ejecutores de una gestión holística del destino para todo el territorio que abarcan.

Los geodestinos turísticos de Galicia son áreas o espacios geográficos que comparten una homogeneidad territorial basada en sus recursos turísticos naturales, patrimoniales y culturales, con capacidad para generar flujos turísticos y que, junto con su población, conforman una identidad turística diferenciada y singular que está en continua evolución. (Crónicas de la emigración, 2022)

El mapa de geodestinos vigente hasta la actualidad fue diseñado en el año 2011 como herramienta de promoción turística, impulsando el turismo experiencial, especializado y de calidad, lo que supuso un salto cualitativo en la forma de entender el turismo desde el territorio, enriqueciendo la singularidad y la diversidad de Galicia como multidesino.

Tal y como se afirma en el artículo de La Voz de Galicia (2022) gracias a la aprobación del nuevo mapa, la Comunidad contará con un total de veintiséis geodestinos, doce más que hasta el momento.

A continuación, se presentarán una serie de destinos visitables, indicando a que geodestino pertenece.

### **5.1.1. Catedral de Santiago de Compostela**

Ubicación: Santiago de Compostela, A Coruña

Acceso: Entrada gratuita (excepto para el museo y visitas guiadas)

Horario: Abierto todos los días, horario variable según la temporada

El Camino de Santiago, una de las rutas de peregrinación más antiguas y relevantes de Europa, se concluye en la Catedral de Santiago, que fue reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1985. Su edificación se inició en el siglo XI y fusiona tendencias románicas, góticas y barrocas. Históricamente, los visitantes alemanes, atraídos por caminos espirituales y culturales, han incrementado su presencia en el Camino en las últimas décadas. Según datos de la Oficina del Peregrino (2023), Alemania es el segundo país extranjero con mayor número de peregrinos, solo después de Italia

### **5.1.2. Playa de Rodas (Islas Cíes)**

Ubicación: Parque Nacional Marítimo-Terrestre de las Islas Atlánticas, Pontevedra

Acceso: Gratuito, pero con control de aforo (se necesita autorización previa)

Horario: Visitable en temporada alta mediante barcos autorizados

La Playa de Rodas, reconocida por *The Guardian* como "la mejor playa del mundo" en 2007, es un refugio natural que cautiva a los visitantes en busca de naturaleza pura y aguas transparentes. Su entrada regulada asegura la preservación del ecosistema. Los visitantes alemanes, reconocidos por su gusto por lugares naturales y turismo sustentable, encuentran aquí un lugar perfecto.

### **5.1.3. Ribeira Sacra y sus viñedos heroicos**

Ubicación: Lugo y Ourense

Acceso: Visitas a bodegas desde 10-20 €

Horario: Diferentes en cada bodega y tour

La Ribeira Sacra es famosa por su viticultura heroica, practicada en terrazas sobre cañones fluviales desde la época romana. Esta región está en proceso de ser declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. La Denominación de Origen Ribeira Sacra ha despertado un creciente interés entre los turistas alemanes, que valoran tanto el enoturismo como la autenticidad de productos locales.

En el interior de esta región, Chantada, se ha transformado en el primer municipio de la región en conseguir la certificación Starlight, un galardón que certifica la excelencia de sus cielos para la observación astronómica. El municipio se destaca como un nuevo ícono del astroturismo en Galicia debido a su reducida contaminación lumínica y a sitios naturales como el Monte do Faro o la ribera de Amedo.

Esta distinción constituye un logro en la estrategia de turismo local, con acciones para edificar miradores estelares, organizar seminarios y eventos astronómicos, y formar observadores expertos. La meta es captar un turismo sustentable que fusiona el respeto por el cielo nocturno con la abundancia patrimonial, cultural y paisajística de la región, como el casco histórico de Chantada, el paseo fluvial del Asma o su proximidad al embalse de Belesar. (Castellanos, 2025)

### **5.1.4. Torre de Hércules**

Ubicación: A Coruña

Acceso: Entrada general 3 €

Horario: Abierto todos los días de 10:00 a 18:00

La Torre de Hércules ha funcionado como faro y emblema de la entrada al puerto de La Coruña (noroeste) desde el primer siglo de nuestra época, en el que los romanos lo edificaron bajo el nombre de Farum Brigantium. Este imponente faro de 55 metros de

alto se construye sobre una piedra de 57 metros de altura. La torre se compone de tres pisos que se acercan a la cúspide, siendo el primero de ellos el que se asemeja a la configuración del faro romano. A su base, se encuentra un diminuto edificio romano de forma rectangular.

También se incluyen en el lugar los petroglifos del Monte dos Bicos que pertenecen a la Edad de Hierro, un cementerio de origen musulmán y un parque de estatuas. Las bases romanas del faro fueron descubiertas durante una serie de estudios arqueológicos realizados en la década de los 90. Desde la época medieval hasta el siglo XIX, múltiples mitos han ido moldeando la narrativa de la Torre de Hércules. Es el único faro de la antigua Grecia que ha preservado hasta cierto punto su estructura y que continúa cumpliendo con la misma función. (UNESCO World Heritage Centre, s.f.)

### **5.1.5. Murallas de Lugo**

Ubicación: Lugo

Acceso: Gratuito

Horario: Abiertas 24 horas

Las murallas de Lugo, edificadas en el siglo III por los romanos, son las únicas murallas romanas a nivel mundial que se mantienen totalmente intactas, razón por la cual fueron reconocidas como Patrimonio de la Humanidad en el año 2000. Alemania, que mantiene un profundo legado romanizado en ciudades como Tréveris, muestra un interés cultural en la antigua arquitectura defensiva.

### **5.1.6. Playa de las Catedrales**

Ubicación: Ribadeo, Lugo

Acceso: Gratuito, pero con reserva obligatoria en temporada alta

Horario: Visitable en marea baja

Este monumento natural de acantilados esculpidos por la erosión del Atlántico es un icono paisajístico de Galicia. Alemania, con su pasión por el turismo de naturaleza (como la Selva Negra o los Alpes Bávares), ha convertido este lugar en uno de sus destinos favoritos en Galicia.

### **5.1.7. Balnearios y termalismo en Ourense**

Ubicación: Ourense

Acceso: Termas públicas gratuitas, balnearios privados desde 10

Horario: Variable según el balneario

Ourense es denominada la "capital termal de España", donde se han utilizado aguas mineromedicinales desde la era romana. En Alemania, el termalismo es uno de los tipos de turismo más populares, con lugares como Baden-Baden, de origen romano. Hasta bien entrado el siglo XX, no había ninguna idea de bienestar o de spa, por lo que las termas estaban destinadas a personas de edad avanzada o con problemas de salud. Estas aguas provienen de una variedad de fuentes que emanan a temperaturas que oscilan entre los 45 y los 69°C. Esta vinculación cultural promueve la atracción de los visitantes alemanes por las aguas termales de la ciudad auriense. (López, 2024)

Las fuentes termales de As Burgas constituyen uno de los lugares más representativos y apreciados de la ciudad, vinculado directamente a sus raíces. Aquí surgiría la antigua Auria (vocablo indoeuropeo asociado al agua), una colonia, también romana establecida alrededor de estos manantiales mineromedicinales que hoy siguen funcionando a más de 60° C en el núcleo del Centro Histórico. (*As Burgas: Termas Con Historia – Turismo De Ourense*, n.d.)

### **5.1.8. Fragas do Eume**

Ubicación: A Coruña

De acceso gratuito y abierto todo el año

Este parque natural alberga uno de los bosques atlánticos mejor conservados de Europa, con una biodiversidad comparable a la de parques naturales alemanes como el Bosque

Bávaro. Su red de senderos y su importancia ecológica hacen que sea un destino atractivo para los turistas alemanes que buscan contacto con la naturaleza.

### **5.1.9. Combarro y sus hórreos**

Ubicación: Pontevedra . Acceso: Gratuito y abierto todo el año

Este pueblo marinero es famoso por sus hórreos de piedra al borde del mar, una imagen icónica de Galicia. (Turismo Rías Baixas, s. f.) Alemania cuenta con construcciones similares, como los graneros elevados de Baviera, lo que genera un interés especial entre los turistas germanos por la arquitectura tradicional gallega.

### **5.1.10. Castro de Santa Trega**

Ubicación: A Guarda, Pontevedra

Acceso: Entrada 1€, centro etnográfico abierto de martes a domingo, 11:00 - 20:00

Este castro celta, ocupado desde el siglo IV a.C., ofrece una panorámica única del océano Atlántico. La conexión celta entre Galicia y Alemania, que tiene importantes yacimientos celtas en Baviera y Baden-Württemberg despierta un gran interés en los turistas alemanes apasionados por la arqueología. (*Monte Santa Trega | Turismo A Guarda, 2025*)

Más allá de las anteriores analogías, la distinción principal entre Galicia y Alemania que resulta particularmente atractiva para el visitante alemán reside en la mezcla singular de su ambiente natural virgen, su clima oceánico cálido y su modo de vida tranquilo, en contraposición a la industrialización y el urbanismo alemán. Aunque Alemania posee una considerable diversidad cultural y paisajística, Galicia brinda una opción más genuina y menos aglomerada, con escenarios de costa abrupta, bosques densos y una sólida identidad cultural. una fuerte identidad cultural marcada por la tradición y la hospitalidad de sus habitantes.

El turista alemán descubre en Galicia un sitio donde es común el turismo sostenible, con un equilibrio entre la naturaleza y la cultura que resulta complicado de hallar en otras áreas. Según un estudio de la Oficina Nacional de Turismo de Alemania, los visitantes alemanes valoran especialmente los sitios que ofrecen experiencias genuinas, el contacto con la naturaleza y la gastronomía local (Deutsche Zentrale für Tourismus, 2024). En este marco, la oferta de turismo rural, los servicios de termas, la gastronomía de kilómetro cero y los únicos paisajes costeros convierten a Galicia en una opción ideal para aquellos que quieren desvincularse del ritmo acelerado de las urbes alemanas y adentrarse en un entorno natural y culturalmente enriquecedor.

## **5.2 Alojamientos turísticos ecológicos cercanos**

### **5.2.1. Nidos de Carnota**

Ubicado en Carnota, A Coruña.

Este establecimiento está situado cerca de 100 kilómetros de la Playa de As Catedrais.

En Galicia, la arquitectura verde está cobrando relevancia, y Nidos de Carnota es un magnífico ejemplo de cómo la bioconstrucción y la armonía con el medio ambiente pueden brindar una experiencia extraordinaria para los turistas. (*Nidos de Carnota-Cabañas Con Encanto En Galicia*, 2023)

Este alojamiento se compone de seis cabañas de madera que se integran armoniosamente en el entorno natural. Cada "nido" ofrece una experiencia única de conexión con la naturaleza, combinando turismo y ornitología.

### **5.2.2. Ecoagroturismo Arqueixal**

Ubicado en pleno camino de Santiago Francés Palas de Rei, Lugo. Según Friol (2019) este alojamiento, que lleva más treinta y cinco años abierto es la prueba de que el turismo rural y ecológico se está consolidando como una de las alternativas más atractivas para aquellos viajeros que desean escapar del ajetreo urbano y sumergirse en la naturaleza de Galicia.

Perfecta para alojarse cerca de la Catedral de Santiago de Compostela, aproximadamente a 70 km. Situada en el corazón de Galicia, esta granja familiar ha restaurado antiguas casas rurales utilizando técnicas de bioconstrucción. Ofrece una experiencia holística que refleja el amor por la tierra, permitiendo a los huéspedes conocer su modo de vida sostenible.

### **5.2.3. Rectoral de Chandrexa**

Ubicado en Parada de Sil, Ourense.

Tal y como se señala en [arquitectura-sostenible.es](http://arquitectura-sostenible.es) "Los alojamientos sostenibles en Galicia están mejorando la calidad de vida de los viajeros mientras favorecen la conservación del patrimonio natural y cultural."

Situado en A Casalta, a 6 kilómetros de los balcones de Madrid, punto perfecto para avistar los cañones. Esta antigua casa rectoral, construida en piedra y madera de castaño, ha sido restaurada con principios de bioconstrucción. Rodeada de huertas, viñedos y bosques, ofrece una inmersión total en la naturaleza y la cultura gallega. (Reitoral de Chandrexa, s. f.)

### **5.2.4. Quinta de San Amaro**

Ubicada en Meaño, Pontevedra. En la comarca del Salnés, a 12 km de combarro Galicia está emergiendo como un líder en turismo sostenible, y la Quinta de San Amaro es un claro ejemplo de esta tendencia, destacándose por su conexión con el entorno rural y su compromiso con la preservación del medio ambiente. En forma de hotel boutique rodeado de viñedos de Albariño, esta casa rural combina tradición y modernidad. Ofrece actividades relacionadas con la naturaleza, como talleres de cocina, enoturismo y avistamiento de aves, todo ello en un entorno sostenible. García (2024)

### **5.2.5. Las Cabañas de Canide**

Oleiros, A coruña. A 15 km de la ciudad.

Estas cabañas forman parte de un proyecto eco-friendly ubicado en la Reserva de la Biosfera 'Mariñas Coruñesas e Terras do Mandeo'. Construidas en madera y con una

decoración nórdica minimalista, ofrecen una estancia sostenible y confortable. (*Las Cabañas de Canide – Alojamientos En Cabañas de Lujo En A Coruña*, s. f.)

Tal y como también señala [trotandomundos.com](https://www.trotandomundos.com) "El turismo ecológico está en auge en Galicia, y las Cabañas de Canide ofrecen una oportunidad única para disfrutar del entorno natural mientras se respeta el medio ambiente."

### **5.2.6. A Torre de Laxe**

Laxe, A Coruña. A 45 km de Finisterre, a 25 km de Camariñas y 30 de Muxía. Este complejo rural combina tradición y modernidad en un entorno rural privilegiado. Ofrece una experiencia de tranquilidad y contacto directo con la naturaleza, siendo un punto estratégico para descubrir la Costa da Morte. Además, según Besada (2024) el hotel produce gran parte de su sustento eléctrico a partir de energías renovables.

Según la página [viajeroscallejeros.com](https://viajeroscallejeros.com), Los viajeros que buscan el contacto con la naturaleza y una experiencia de vida tranquila encuentran en A Torre de Laxe el lugar perfecto para desconectar y disfrutar de esta zona de la Costa da Morte.

## **5.3 Restaurantes de kilómetro cero**

Previamente se ha mencionado que los establecimientos gastronómicos de Galicia que siguen la filosofía del kilómetro cero y la sostenibilidad son una alternativa atractiva para el visitante alemán. La cocina de Alemania, fundamentada en ingredientes frescos, autóctonos y de estación, se alinea con los gustos de los turistas alemanes. Además, según indica Peñalver (2023) para Hosteltur, el visitante alemán es de los que más aprecian nuestra calidad y frescura en los productos que vendemos, junto con el respeto hacia el medio ambiente, atributos que caracterizan la oferta de estos establecimientos gastronómicos.

El enfoque sostenible de restaurantes como Culler de Pau, Casa Solla, entre otros, coincide con los valores y tendencias que predominan en el mercado alemán. Este tipo de turismo gastronómico no solo ofrece una inmersión en sabores locales, sino que también promueve una conexión con el entorno natural, pareciéndoles un factor clave a aquellos que requieren de un turismo más consciente y respetuoso con el medio ambiente. Además, muchos de estos establecimientos cuentan con un compromiso hacia la defensa de la biodiversidad real, como redacta Gómez (2025) para La Voz de Galicia en una

noticia acerca de Gastronomic Forum de Barcelona. evento en el que la conservación de los recursos naturales y el apoyo a los pequeños productores locales motivos, que atraen aún más al turista alemán, sensible a las prácticas ecológicas y responsables, también fueron tema de conversación.

Es por eso, que la oferta gastronómica de Galicia, que destaca por su autenticidad, frescura y sostenibilidad, se presenta como una alternativa ideal para los turistas alemanes que desean disfrutar de una experiencia única y enriquecedora, a la vez que contribuyen a la preservación del patrimonio natural y cultural de la región.

Galicia cuenta con diversas Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) que garantizan la calidad y autenticidad de sus productos gastronómicos. Estas certificaciones protegen alimentos tradicionales, vinculados al territorio y con métodos de producción específicos.

#### Denominaciones de Origen Protegidas (DOP)

1. DOP Queixo Tetilla
2. DOP San Simón da Costa
3. DOP Arzúa-Ulloa
4. DOP Cebreiro
5. DOP Mexillón de Galicia
6. DOP Pemento de Herbón

## Indicaciones Xeográficas Protexidas (IXP)

- a. IXP Ternera Gallega
- b. IXP Pan de Cea
- c. IXP Grelos de Galicia
- d. IXP Patata de Galicia
- e. IXP Lacón Gallego

En los siguientes espacios gastronómicos y restaurantes se pueden degustar algunos de los anteriores productos.

### 5.3.1 Culler de Pau

- Ubicado en O Grove, Provincia de Pontevedra

Desde 2009, y bajo la dirección del ya citado y reconocido chef Javier Olleros, Culler de Pau se ha consolidado como un ícono de la cocina gallega moderna. Su propuesta se fundamenta en la utilización de productos locales y cercanos, junto con una filosofía de respeto total hacia los ingredientes y el medio ambiente. Este restaurante se inspira en la gastronomía basada en los recursos naturales de la comunidad, con platos que destacan la esencia de los productos locales como mariscos, pescados, carnes de razas autóctonas y productos de la huerta con la que cuentan dentro de sus instalaciones, con 300 variedades cultivadas en 2.500 metros cuadrados (Fernández,2022).

- Posee tres Estrellas Michelin y tres Soles Repsol, lo que lo sitúa entre los restaurantes más destacados de Galicia.
- Ha sido incluido en varias ocasiones en la lista de los 50 mejores restaurantes de España y recientemente entre los 50 mejores restaurantes europeos. (Pazos, 2025)

Culler de Pau también se distingue de otros restaurantes del mismo rango por su orientación hacia la sostenibilidad, con un sólido compromiso en la protección del entorno y la implementación de prácticas responsables en su gastronomía, además de colaborar de cerca con productores locales para asegurar frescura y calidad.

### **5.3.2. O Refuxio de Lis**

En Oleiros, A Coruña.

O Refuxio de Lis es un restaurante de cocina tradicional gallega donde se usan productos locales como pescados frescos, mariscos y verduras autóctonas, en su mayoría de pequeños productores gallegos. Ofrecen un enfoque saludable y sostenible con platos elaborados con ingredientes de kilómetro cero. (Restaurante El Refugio, 2021)

Reconocido por la crítica gastronómica por su calidad y su implicación con la sostenibilidad, este restaurante se ha consolidado como uno de los mejores lugares para disfrutar de la cocina gallega ecológica.

### **5.3.3 A Horta do Obradoiro**

Este restaurante, ubicado en Santiago de Compostela, se dedica a presentar platos creados con ingredientes ecológicos y cercanos, como el pescado de lonja, seleccionado diariamente, los grelos o el queso de Arzúa, otros muchos provienen de su propia finca. La gastronomía de A Horta do Obradoiro enfatiza los gustos locales de Galicia y fomenta un modelo de consumo consciente y sustentable.

Ha obtenido reconocimiento por su compromiso con la gastronomía sostenible y ecológica, ganando galardones a la mejor propuesta culinaria de la región. (*A Horta Do Obradoiro*, 2021)

### **5.3.4 Casa Solla**

Ubicado en Poio, Pontevedra.

Este restaurante se destaca como uno de los íconos de la gastronomía alta de Granada, con un énfasis evidente en la utilización de ingredientes autóctonos. La oferta de Casa Solla cambia dependiendo de la estación, proporcionando productos frescos de las huertas próximas, el mar de Galicia y ganado local. (Restaurante Casa Solla: Cocina Moderna con Productos de Siempre, s.f)

Premios Michelin: Casa Solla obtuvo su primera estrella Michelin en 1995, transformándose en uno de los establecimientos gastronómicos más reconocidos de Galicia. Moreno (2024) lo menciona como una distinción concedida, resaltando su excelencia y su innovadora propuesta gastronómica fundamentada en los productos de la región.

### 5.3.5 La oferta culinaria y hotelera de Pepe Vieira

Restaurante ubicado en Raxo, Pontevedra.

El restaurante Pepe Vieira se distingue por su orientación hacia la gastronomía gallega moderna, con una propuesta gastronómica que pone de relieve los productos locales. El chef recién nombrado se enfoca en la excelencia de los ingredientes autóctonos y presenta una gastronomía de lujo, donde la innovación y la tradición se fusionan para presentar platos vanguardistas que preservan la esencia de Galicia. Además, en el restaurante se utiliza una técnica de cocina moderna que respeta los sabores originales de los ingredientes. (*Pepe Vieira - Restaurant & Hotel | Hotel de Lujo Poio | Relais & Châteaux*, s. f.)

- Ha sido destacado en varias ocasiones por su cocina de calidad y su enfoque en los ingredientes locales de la región.
- Ganó una Estrella Michelin (2012), como reconocimiento que lo ha consolidado uno de los grandes referentes gastronómicos de Galicia.

Alojamiento en costa da Morte: el restaurante está vinculado a un hotel rural llamado Pepe Vieira Costa da Morte, situado cerca de la costa, en el municipio de Muxía, y ofrece un alojamiento único en un entorno natural impresionante.

Este alojamiento denominado como hotel paisaje cuenta con habitaciones en las que evadirse con vistas al bosque, y se enfoca en proporcionar una experiencia tranquila y exclusiva, con un diseño moderno que se integra perfectamente con el paisaje natural de la Costa da Morte. Además, brinda a los visitantes la oportunidad de deleitarse con la comida del restaurante, enriqueciendo la experiencia gastronómica con un ambiente de tranquilidad y naturaleza.

Pepe Vieira Costa da Morte se distingue como el sitio ideal para aquellos que desean una experiencia culinaria y de hospedaje de lujo, poniendo énfasis en la calidad, la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente.

## **5.4 La artesanía como punto de referencia turístico**

La artesanía de Galicia representa la identidad cultural de la zona, pasada de una generación a otra mediante prácticas que aún perduran en el tiempo. La abundancia de materiales locales y la destreza de los artesanos han generado una variedad de producción que va desde la cerámica hasta la ropa tradicional. Incorporar estos talleres en la propuesta turística no solo ayuda a mantener estas costumbres, sino también a brindar vivencias genuinas y enriquecedoras a los turistas. (Galicia turismo rural, s. f.)

Se puede considerar como un punto de referencia en el plano turístico ya que representa la identidad cultural de una zona, vinculando a los visitantes con su historia y costumbres. Proporciona vivencias genuinas y singulares, permitiendo a los viajeros curiosos, involucrarse en estos fabulosos talleres y adquirir conocimientos sobre métodos antiguos. Además, los artículos hechos a mano son recuerdos únicos que no se hallan en establecimientos comerciales, lo que cautiva a aquellos que buscan lo auténtico y lo único. Soporte a la artesanía también favorece la preservación de las tradiciones y el crecimiento económico de las comunidades locales, transformando el turismo en un instrumento para la perpetuidad de estas prácticas. Por lo tanto, la artesanía se transforma en un recurso esencial para ampliar la propuesta turística, mejorar la experiencia del turista y fomentar el turismo sustentable.

Galicia es un territorio con una gran tradición artesanal en diversas disciplinas. A continuación, se presentan algunos talleres destacados en diferentes ámbitos como la cerámica, la danza, la música, la confección de trajes regionales y la elaboración de vajillas, junto con su ubicación geográfica. En la página web de Artesanía de Galicia encontramos una completa guía de talleres en la que se puede filtrar la búsqueda por oficios, provincias, nombre y búsqueda de tiendas online.

### **5.4.1. Cerámica**

- Raposiñas, Área da Barbanza (A Coruña): Los talleres como este de A Pobra, dedicados a la producción de piezas de cerámica inspiradas en la tradición gallega, combinando métodos ancestrales con diseños modernos, están ante un relevo generacional. Este taller que abrió en 2020 cuenta con clases en las que conocer como moldear y trabajar con la arcilla y tienda online con productos muy originales con toque gallego. En su página web indican que diseñan a partir de conceptos como la casa, el jardín y el juego. La memoria, el mar y la orilla. Lluvia y sequía. Lo global y

lo local. Y que sus cocciones imitan procesos geológicos. Mezclan compuestos minerales y los hornean a altas temperaturas. (Raposinhas, 2025)

- Cerámica Cacharro (Gundivós, Sober, Lugo): Especializado en la cerámica negra típica de la zona, este espacio ofrece experiencias en las que los visitantes pueden aprender sobre el proceso de fabricación y su historia. (*Talleres Artesanales En Galicia -XUNTA DE GALICIA*, s. f.)

#### 5.4.2. Danza y Música

- Centro Coreográfico Galego (A Coruña): Institución comprometida con la conservación y promoción de la danza tradicional de Galicia, mediante programas y eventos que exhiben la abundancia del folclore regional. (*Centro Coreográfico Galego | Axencia Galega Das Industrias Culturais*, s. f.)
- Obradoiro de Instrumentos de Música Tradicional Antón Corral (Tuy, Pontevedra): Taller donde se elaboran instrumentos emblemáticos de la música gallega, como la gaita y el tamboril, además de impartir formación sobre su uso y construcción. (*Obradoiro Anton Corral*, s. f.)

#### 5.4.3. Trajes Regionales y joyería

- Artesanía Noroeste (Santiago de Compostela, A Coruña): Noroeste Obradoiro, es un ejemplo en Santiago de la mejor artesanía llevada a las joyas (Soler, 2022). La Xunta ha valorado la habilidad de la compañía para fusionar la tradición de nuestro país con la innovación tecnológica, demostrando cómo se puede producir un producto con una identidad única y un elevado grado de sostenibilidad. Además, se enfatiza la relevancia de estos proyectos como un medio para robustecer la industria de Galicia y establecerla como un modelo a seguir en el sector. En 2021, obtuvo el Premio Nacional de Artesanía en la categoría de Producto. (*Noroeste Obradoiro -*, s. f.)
- En cuanto a trajes regionales y moda, el taller de Maria Del Carmen Lopez Díaz, en Lugo, lleva dos décadas vinculada al mundo del corte y la sastrería, entre hilos, agujas y patrones que poco a poco fueron dando paso a un taller del que, desde hace 15 años, salen múltiples diseños de trajes regionales con los más diversos destinos y usos. (*El Progreso*, 2012)

#### **5.4.4. Vajillas**

- Cerámicas Ojea Studio (Vigo, Pontevedra): Es un taller que fusiona la tradición de la cerámica con diseños vanguardistas, generando piezas exclusivas de vajilla fabricadas a mano con una esencia moderna. (*OJEA STUDIO*, 2022)
- Alén das Olas (Malpica de Bergantiños, A Coruña): Este obrador toma inspiración del mar y la costa de Galicia para elaborar vajillas artesanales que transmiten la esencia del mar mediante sus colores y formas. (Alén das Olas, 2025)

#### **5.5. Plan promocional del itinerario turístico.**

El objetivo principal de esta campaña que se pretende crear es posicionar Galicia como un destino premium para el turismo termal y sostenible, enfocado en el bienestar, la naturaleza, la autenticidad y la gastronomía km cero, especialmente para el mercado alemán. A través de estrategias de publicidad, marketing digital y creatividad visual, se busca atraer y convertir a turistas alemanes interesados en experiencias únicas y responsables, en contacto con la naturaleza, el patrimonio y el termalismo.

##### **5.5.1 Estrategia Creativa y Concepto de la Campaña:**

El objetivo principal de esta campaña que se pretende crear es posicionar Galicia como un destino premium para el turismo termal y sostenible, enfocado en el bienestar, la naturaleza, la autenticidad y la gastronomía km cero, especialmente para el mercado alemán. A través de estrategias de publicidad, marketing digital y creatividad visual, se busca atraer y convertir a turistas alemanes interesados en experiencias únicas y responsables, en contacto con la naturaleza, el patrimonio y el termalismo.

El slogan de la Campaña, que ha sido de creación propia, será "Dame tiempo, Galicia: naturaleza, bienestar, patrimonio y tradición, en cada gota de agua."

Este eslogan que he ideado manifiesta la orientación integral de la campaña, apelando al anhelo de los visitantes alemanes de vivencias relajantes, naturales, culturales y culinarias.

Con esta expresión, lo que pretendo es crear un vínculo emocional con mi público final resaltando los valores que se vienen resaltando en cada página de este trabajo. También en saber disfrutar de poder parar el tiempo y la rutina, basado en ese deseo extendido entre el imaginario popular de intentar alargar lo máximo posible la estancia cuando se está a gusto en un lugar.

El concepto creativo se basa en tres pilares "bienestar natural, sostenibilidad real, sabor local." La campaña se estructura alrededor de la fusión entre la naturaleza gallega, sus aguas termales, la historia del patrimonio y la gastronomía local. La narración visual es fundamental, empleando tonalidades delicadas y naturales que evoquen paz y tranquilidad, al tiempo que se exhiben imágenes de escenarios verdes, centros de bienestar, restaurantes a km cero y monumentos históricos. Esta propuesta tiene como objetivo destacar la autenticidad de los destinos gallegos, fusionando la naturaleza, el bienestar, la cultura y la gastronomía sustentable en una experiencia singular.

### **5.5.2 Ideas Creativas Concretas para el Diseño de la Campaña:**

#### **1. Colores Corporativos:**

Los colores que he seleccionado para la campaña van a transmitir sensación de calma y bienestar vinculados a la naturaleza, patrimonio y frescura del destino. La paleta de colores que quiero utilizar es suave y armoniosa, evitando colores demasiado saturados o estridentes, para mantener la sensación de calma y bienestar que se asocia con el turismo termal, mientras que se integran tonos que reflejan la historia y la conexión con la tierra.

A continuación, se sugieren los colores corporativos clave que se utilizarían:

-Verde esmeralda: Pantone 3278 C Un color que evoca la naturaleza y la serenidad, que me ha parecido el ideal para transmitir la conexión con el entorno natural gallego y los destinos rurales.

-Azul celeste: Pantone 290 C Personalmente creo que es el color que representa a la perfección las aguas termales, la tranquilidad y el bienestar. Este color sugiere limpieza, pureza y frescura, clave para atraer a los turistas interesados en el termalismo.

-Blanco puro: Pantone White. Usado en detalles, tipografía y fondos, este es un color que simboliza la paz, la pureza y el equilibrio, contribuyendo a la sensación de un destino limpio y saludable.

-Gris suave o piedra: El tono de Pantone 428 C, es un color evoca elegancia y sostenibilidad, además de ser un color neutral que puede dar balance al uso de colores más vivos, asociándose con la calidad y la sofisticación de los servicios.

-Amarillo dorado: el “vibrant yellow” de Pantone 13-0858 TCX se utilizará en detalles de llamada a la acción (botones, enlaces, promociones), sugiriendo el calor de la hospitalidad gallega y el lujo accesible.

-Tono terracota o beige, como el 15-1216 TCX de Pantone para resaltar la riqueza histórica y patrimonial de Galicia, asociándose con la arquitectura tradicional y la autenticidad local.

### **5.5.3. Tipografía:**

Para asegurar coherencia visual y facilidad de lectura en todos los materiales promocionales, siempre se recomienda el uso de tipografías que transmitan una imagen moderna, accesible y profesional. Roberto (2024)

-Tipografía Principal: Montserrat: Es una tipografía sans serif moderna, limpia y fácil de leer, perfecta para títulos, eslóganes y encabezados. Su diseño geométrico y equilibrado puede transmitir la sensación de sofisticación y accesibilidad al mismo tiempo.

-Tipografía Secundaria: Lora: Una tipografía serif ideal para textos más largos o descripciones de itinerarios. Su estilo clásico y elegante refleja la tradición de Galicia y puede complementar bien el enfoque más moderno de la tipografía Montserrat.

Estas tipografías van a ayudarme a crear un diseño profesional y accesible, manteniendo un estilo visual armónico que refleje la elegancia, la sostenibilidad y el bienestar que Galicia ofrece.

#### 5.5.4 Estrategias de Difusión y Canales de Promoción:

##### Marketing digital:

Redes Sociales: considero que, en el caso de este proyecto, se pueden utilizar plataformas como Instagram, Facebook y Pinterest, con el objetivo de generar contenido visual cautivador basado en la gama de colores escogida. Las publicaciones contendrán fotografías de excelente resolución de lugares turísticos, monumentos históricos, centros de balnearios y restaurantes a km cero.

Stories e Instagram Reels : Elaboración de contenido interactivo mediante breves videos que ilustran la experiencia del recorrido, que abarca la visita a lugares patrimoniales, la comida local y los centros de balnearios termales.

Facebook Ads: Promociones destinadas a visitantes alemanes con fotografías dinámicas de Galicia durante la primavera y el verano, resaltando el bienestar, la naturaleza, el patrimonio y la gastronomía a partir de cero kilómetros.

Publicidad pagada (Google Ads y Facebook Ads): Los anuncios deben destacar la exclusividad del producto, la experiencia de bienestar, la riqueza cultural del patrimonio gallego y la gastronomía sostenible. Los textos deben incluir llamados a la acción claros como “Descubre el paraíso termal de Galicia” o “Viaja al corazón de Galicia, donde historia, naturaleza y gastronomía se encuentran”.

##### Marketing de contenidos:

**Blogging SEO:** Se creará contenido específico sobre los beneficios del turismo termal y cultural en Galicia, utilizando palabras clave en alemán como *Wellnessurlaub in Galicien* y *Thermalurlaub und Kulturerlebnis*. Además, se crearán guías bajo los títulos: *Cómo disfrutar del mejor turismo termal en Galicia y su patrimonio cultural* o *Los mejores balnearios de Galicia y su gastronomía km cero*.

**Testimonios de influencers:** Colaboración con influencers alemanes de wellness, naturaleza, gastronomía y viajes sostenibles que promocionen el itinerario a través de sus plataformas. Estos influencers podrían compartir sus experiencias utilizando filtros naturales y tonos suaves, alineados con la estética de la campaña. Además, pueden hacer hincapié en los restaurantes km cero y la oferta cultural que pueden disfrutar durante su visita. También se

contará con creadores de contenido españoles que tengan un número amplio de seguidores de cultura germana, pues muchos de ellos siguen perfiles de españoles que muestran los tesoros de nuestra geografía a través de las redes.

**Publicidad tradicional:** Promociones y folletos en eventos turísticos: Se producirá contenido visual (carteles, folletos) utilizando los colores y tipos de letra propuestos para el ITB Berlín y otras ferias de turismo en Alemania. Los flyers deben contener el itinerario, resaltando los lugares de interés cultural, histórico, balnearios, termas y restaurantes que ofrecen productos locales y sostenibles.

**Marketing relacional:** Programas de fidelización y descuentos: Ofrecer descuentos a los turistas alemanes que reserven a través de plataformas asociadas con el itinerario. La tipografía y los colores del descuento deben coincidir con la identidad visual de la campaña, asegurando que el mensaje sea claro y atractivo.

#### **5.5.5. Medición de Resultados y Ajustes:**

Para medir la efectividad de la campaña, se deben utilizar KPIs clave como el CTR (Click-Through Rate) de los anuncios, el engagement en redes sociales (likes, comentarios y compartidos), y las reservas realizadas. Además, se evaluará el rendimiento de los influencers a través de métricas como alcance y conversiones.

Se podrán realizar ajustes en tiempo real de las campañas de Google Ads y Facebook Ads para optimizar los anuncios según el rendimiento, ajustando el contenido visual si es necesario para mantener la coherencia y maximizar el impacto.

## **CAPÍTULO 6: ESTUDIO DE VIABILIDAD E IMPACTO DEL ITINERARIO PROPUESTO A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA**

Este capítulo tiene como objetivo evaluar la factibilidad de llevar a cabo el itinerario turístico diseñado para atraer turistas alemanes a Galicia, tras haber analizado tanto sus aspectos operativos como su potencial impacto económico, social y ambiental. Además, aborda los recursos necesarios para la implementación del itinerario, la sostenibilidad del proyecto a largo plazo, las posibles fuentes de financiación y el retorno esperado en términos de generación de empleo y dinamización económica. Además se evaluarán los efectos del itinerario en la preservación del patrimonio cultural y natural de Galicia, así como la capacidad de la región para satisfacer las expectativas de los turistas alemanes en términos de calidad y experiencia. A través de este análisis del cuestionario y el análisis DAFO se busca garantizar que el itinerario propuesto sea una opción viable y beneficiosa para la comunidad local y el destino en su conjunto.

A través del cuestionario realizado (ver preguntas y gráficos elaborados a partir de las respuestas en ANEXO II y IV) <https://forms.gle/4ty3spAE3FbRS9jv6> en Google forms, se sacaron las siguientes conclusiones:

Después de revisar los datos de la encuesta, en la cual se lograron obtener 248 respuestas de público alemán, que fue contactado tanto por foros de Facebook como personalmente, en hoteles y puntos turísticos de la ciudad de A Coruña, queda bastante claro que el perfil de viajero interesado en Galicia valora principalmente la cultura, la naturaleza y las experiencias auténticas.

Lo que más llama la atención, es que, aunque muchos de los encuestados aún no han visitado Galicia, se muestra un alto nivel de interés, especialmente quienes tienen más de 30 años y estudios superiores. Cuando se les pregunta qué factores influyen más al elegir un destino sus respuestas se inclinan hacia la historia como la cultura y los paisajes naturales. Esto va de la mano con los tipos de destinos que prefieren: ciudades con riqueza cultural, zonas culturales y regiones conocidas por su gastronomía.

También se nota que hay una preocupación importante por el medio ambiente. La mayoría mencionan con sus respuestas que el turismo sostenible es algo que tiene en cuenta a la hora de planificar sus viajes. Y en la misma línea, la autenticidad de la experiencia

turística se valora mucho como lo que sugiere que no solo buscan descansar, sino vivir algo que les deje huella

Los individuos encuestados coinciden en que las actividades que más esperan encontrar en Galicia son muy representativas del lugar: rutas de senderismo, visitas culturales como y pueblos tradicionales y como por supuesto la gastronomía esto encaja muy bien con la idea de ofrecer itinerarios que combinen naturaleza y comida algo que más del 75% considera atractivo

Refiriéndonos al tipo de viaje, la mayoría prefiere viajar en pareja o con amigos y hay bastante disposición o pagar un poco más si la experiencia es realmente especial o personalizada. Además, por lo que vemos en los resultados, los alojamientos más deseados no siempre son necesariamente los más lujosos, sino aquellos con encanto que se encuentran en entornos más tranquilos, pero a su vez bien conectados.

Por último, la forma en la que los viajeros se informan sobre los destinos también dice mucho: algunos prefieren webs especializadas e influencers o personas que consideran prescriptores digitales de confianza, lo que demuestra una clara inclinación hacia lo digital a la hora de planificar sus viajes.

## **6.1 Qué es un análisis DAFO**

Según López (2017), un análisis DAFO es una herramienta estratégica que permite identificar y evaluar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un proyecto o situación, facilitando la toma de decisiones informadas.

Un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) es útil para identificar los factores internos y externos que pueden influir en el éxito o fracaso de un proyecto. En el caso de la creación de un itinerario turístico para atraer turistas alemanes en Galicia:

## **6.2 Debilidades**

El desconocimiento de Galicia en algunos mercados, puede ser una debilidad a tener en cuenta. A pesar de ser un destino reconocido dentro de España, Galicia no es tan conocida en otros mercados internacionales, incluido el alemán. Esto puede dificultar la atracción de

turistas si no se realiza una estrategia de promoción adecuada. (*Galicia, Destino Turístico Menos Masificado de España*, s. f.)

Las barreras idiomáticas y culturales: El idioma puede ser una barrera para algunos turistas alemanes que no dominan el español ni el gallego, lo que podría requerir adaptar la oferta turística a sus necesidades, por ejemplo, mediante guías en alemán o personal de atención que hable el idioma.

Estacionalidad del turismo: Galicia tiene una alta estacionalidad en su turismo, especialmente en los meses de verano, debido al clima, el cual es más fresco y es perfecto para quienes huyen del calor, pero no es tan atractivo durante otros meses del año. El itinerario creado debe ofrecer alternativas que se consideren atractivas durante todo el año para minimizar la dependencia de la temporada alta.

Falta de infraestructuras específicas para turistas internacionales: Aunque Galicia tiene una infraestructura adecuada, algunas zonas pueden carecer de servicios específicos para turistas internacionales, como alojamientos adaptados o itinerarios guiados en idiomas extranjeros.

### **6.3 Amenazas**

La competencia que tienen otros destinos turísticos en Europa: El mercado turístico internacional es muy competitivo con otros destinos europeos que también se están promoviendo activamente entre los turistas alemanes, como Portugal, Italia o las Islas Canarias.

El impacto de la pandemia y restricciones de viaje fueron una amenaza ya superada. Las restricciones de viaje impuestas por eventos globales, como la pandemia de COVID-19, afectaron el flujo de turistas internacionales, lo que podría retrasar la implementación del itinerario en el caso de que se diera cualquier otra amenaza de estas características extraordinarias.

Existen problemas de sostenibilidad y masificación: El aumento del turismo puede generar problemas de masificación y de impacto ambiental si no se gestionan adecuadamente. Esto podría afectar la percepción del destino y su sostenibilidad a largo plazo. (Molas, 2024)

Cambio en las preferencias del turista alemán: Los gustos y preferencias del turista alemán, como las de cualquier otro viajero pueden cambiar con el tiempo, sobretodo hoy en día con

tendencias tan cambiantes, lo que podría hacer que el itinerario diseñado deje de ser tan atractivo si no se mantiene actualizado con las tendencias del mercado.

#### **6.4 Fortalezas**

**Riqueza cultural y natural de Galicia:** Galicia ofrece una gran diversidad de recursos turísticos, como su patrimonio histórico, paisajes naturales, playas, montañas y una gastronomía única. Esto puede ser un gran atractivo para los turistas alemanes que buscan experiencias auténticas y diferenciadas.

**Interés por el turismo sostenible:** La creciente demanda de turismo sostenible y de calidad se alinea perfectamente con los valores de Galicia, conocida por sus prácticas responsables y su énfasis en la conservación ambiental.

**Accesibilidad desde Alemania:** Galicia está bien conectada con Alemania a través de vuelos directos y una infraestructura de transporte adecuada, lo que facilita la llegada de turistas alemanes.

**Atractivo de la gastronomía gallega:** La oferta de productos gastronómicos autóctonos, como el marisco, los quesos o el vino, puede ser un gran atractivo para los turistas alemanes, que valoran la autenticidad en la cocina.

#### **6.5 Oportunidades**

**Crecimiento del turismo alemán en España:** El turismo alemán ha mostrado un creciente interés en destinos más tranquilos y menos masificados, lo que favorece la creación de itinerarios fuera de los destinos tradicionales como Barcelona o Madrid.

**Interés por el turismo cultural y experiencial:** Los turistas alemanes buscan cada vez más experiencias que les permitan conectarse con la cultura local, participar en actividades artesanales, aprender sobre la historia de los destinos y disfrutar de la naturaleza.

**Promoción de Galicia como destino único:** La región puede aprovechar iniciativas de promoción y marketing internacional para posicionarse como un destino atractivo para el turista alemán, destacando su patrimonio natural, cultural y gastronómico. (*Comienza la Nueva Campaña de Promoción del Destino Galicia Que Este Año Refuerza el Potencial de la Comunidad Como un Lugar Sostenible En el Que Desconectar - GALICIA, s. f.*)

Turismo de bienestar y termalismo: El turismo de bienestar está en auge, y Galicia, con su oferta termal, puede atraer a turistas alemanes interesados en relajarse y disfrutar de los beneficios de sus aguas termales.

## CONCLUSIÓN

Este trabajo de investigación me ha brindado la oportunidad de observar y constatar el enorme potencial de Galicia como un destino turístico auténtico y sostenible para el público alemán. Durante el estudio, se ha determinado un perfil de turista que valora y prioriza las experiencias relacionadas con la naturaleza, la cultura local y el respeto al medio ambiente, lo cual se alinea de manera natural con los valores y recursos que ofrece Galicia.

Tras una ardua búsqueda de elementos que incluir en él, el actual diseño del itinerario creado se ajusta perfectamente a estas preferencias ya estudiadas, incorporando productos de kilómetro cero, espacios naturales protegidos, elementos de la cultura tradicional de Galicia y hospedajes con encanto que combinados crean una perfecta sintonía para todo aquel que viaje a Galicia.

Todo lo anterior, contribuye a una propuesta de oferta distinta, dirigida a un tipo de turista exigente, consciente y en la búsqueda de experiencias inolvidables y sostenibles, que está dispuesto a realizar una inversión de mayor valor económico en sus viajes y vacaciones, si en estos se ve reflejada una experiencia más auténtica.

Además, a través del estudio DAFO y el análisis cuantitativo de las encuestas, he podido corroborar con otros medios profesionales, la factibilidad del proyecto, tanto en términos de demanda como de su efecto beneficioso en el ambiente local. El itinerario no solo refuerza la proyección internacional de Galicia como un destino alternativo y respetuoso, sino que también abre oportunidades de desarrollo económico, generación de empleo y puesta en valor del patrimonio cultural y natural.

En definitiva, creo fielmente que este trabajo de fin de grado demuestra que es posible desarrollar una propuesta turística que, además de ser atractiva para el mercado alemán, fomente un modelo más ético, consciente y comprometido con el territorio. Galicia tiene todos los ingredientes para consolidarse como un referente en turismo sostenible en Europa, y este itinerario puede ser un primer paso hacia esa dirección.

## BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- A directora de Turismo de Galicia destaca o potencial de Galicia como destino de bienestar e saúde e a capacidade do termalismo para desestacionalizar a oferta turística - GALICIA. (s.f.) [https://www.turismo.gal/espazo-profesional/actualidade/detalle-nova?langId=gl\\_ES&content=nova\\_1983.html](https://www.turismo.gal/espazo-profesional/actualidade/detalle-nova?langId=gl_ES&content=nova_1983.html)
- A Torre de Laxe Viajeros Callejeros. (s.f.). Hoteles con encanto en Galicia. Viajeros Callejeros. Recuperado el 5 de marzo de 2025, de <https://www.viajeroscallejeros.com/hoteleshttps://www.viajeroscallejeros.com/hoteles-encanto-galicia/encanto-galicia/>
- A Xunta promove este verán o destino Galicia como lugar sostible no que desconectar - GALICIA. (s. f.). [https://www.turismo.gal/espazo-profesional/actualidade/detalle-nova?langId=gl\\_ES&content=nova\\_3158.html](https://www.turismo.gal/espazo-profesional/actualidade/detalle-nova?langId=gl_ES&content=nova_3158.html)
- Alén das Olas. (2025, 26 enero). Estudio de Cerámica– Alén das Olas. Alén Das Olas. <https://www.alendasolas.es/>
- Aninha. (2025, 28 febrero). Tui y Salvaterra de Miño presentan su candidatura conjunta a fondos FEDER. Telemariñas. <https://telemarinhas.com/tui-y-salvaterra-de-mino-presentan-su-candidatura-conjunta-a-fondos-feder/>
- Asun, & Asun. (2023, 14 marzo). Aguas termales de Baden-Baden | Caldaria Hoteles y Balnearios en Galicia. Caldaria Hoteles y Balnearios En Galicia. <https://www.caldaria.es/termalismo-mundo-agua-termal-baden/>
- Autoridad Portuaria de Vigo. (2021). *Estudio sobre el impacto del turismo de cruceros en Galicia*. <https://www.apvigo.com>
- Autoridad Portuaria de Vigo. (2021). *Informe sobre el impacto del turismo de cruceros en Galicia*. <https://www.apvigo.com>

- Balneario de Mondariz, un proyecto sostenible a partir de las propiedades de sus aguas mineromedicinales. (2024, septiembre). Comunicae. Recuperado 12 de abril de 2025, de <https://comunicae.es/notas-de-prensa/balneario-de-mondariz-un-proyecto-sostenible-a/>
- Balneario de Mondariz. (2021). *Termalismo en Galicia: Historia y sostenibilidad*. <https://www.balneariomondariz.com>
- Besada, C. G., & A, X. (2024, 2 julio). A Torre de Laxe se apunta a las energías renovables. *La Voz de Galicia*. [https://www.lavozdegalicia.es/noticia/carballo/laxe/2024/07/02/span-langgl-torre-laxespan-apunta-energias-renovables/0003\\_202407C2C8991.htm](https://www.lavozdegalicia.es/noticia/carballo/laxe/2024/07/02/span-langgl-torre-laxespan-apunta-energias-renovables/0003_202407C2C8991.htm)
- C, B. (2024, 23 diciembre). El Puerto de Vigo espera la llegada de 115 cruceros y 300.000 pasajeros en 2025. *Faro de Vigo*. <https://www.farodevigo.es/escaparate/2024/12/23/puerto-vigo-espera-llegada-115-112720995.html>
- Cadena ser (2025) Nuevo plan termal (<https://cadenaser.com/galicia/2025/01/17/rueda-presenta-el-nuevo-plan-termal-2025-2028-dotado-con-10-millones-de-euros-radio-ourense/>)
- Cadena SER. (2024, 26 septiembre). Comienza la edición número 22 de Termatalia. Radio Ourense. <https://cadenaser.com/galicia/2024/09/26/comienza-la-edicionnumero-22-de-termatalia-radio-ourense>
- Cadena SER. (2025, 10 marzo). *El Concello de Oia obtiene la financiación necesaria para completar la reforma de la Plaza de Abastos*. SER Baixo Miño. <https://cadenaser.com/galicia/2025/03/10/el-concello-de-oia-obtiene-la-financiacion-necesaria-para-completar-la-reforma-de-la-plaza-de-abastos-ser-baixo-mino/>
- Cadena SER. (2025, 17 enero). *Rueda presenta el nuevo Plan Termal 2025-2028 dotado con 10 millones de euros*. Radio Ourense.

- Cadena SER. (2025, 3 marzo). *Tui y Salvaterra forman una candidatura para optar a 10 millones de euros de fondos europeos*. SER Baixo Miño. <https://cadenaser.com/galicia/2025/03/03/tui-y-salvaterra-forman-una-candidaturapara-optar-a-10-millones-de-euros-de-fondos-europeos-ser-baixo-mino/>
- Campus da Auga. (2022). *Congreso Internacional de Turismo Termal 2022*. Universidade de Vigo. <https://campusauga.uvigo.es/es/evento/congresohttps://campusauga.uvigo.es/es/evento/congreso-internacional-de-turismo-termal-2022/internacional-de-turismo-termal-2022/>
- Cancela, R. R., & Vázquez, J. A. C. (2022b). La playa de los Cristales de Laxe como recurso efímero. *ROTUR Revista de Ocio y Turismo*, 16(1), 36-59. <https://doi.org/10.17979/rotur.2022.16.1.8763> Recuperado el 20 de abril de 2025
- Castellanos, S. (2025, 22 mayo). Descubre el primer municipio ‘Starlight’ de la Ribeira Sacra: dónde ver las estrellas en un rincón de España privilegiado. *elconfidencial.com*. [https://www.elconfidencial.com/viajes/2025-05-22/primer-municipio-starlight-ribeira-sacra-lugo-1qrt-1tna\\_4133848/](https://www.elconfidencial.com/viajes/2025-05-22/primer-municipio-starlight-ribeira-sacra-lugo-1qrt-1tna_4133848/)
- Castro de Santa Trega SienteGalicia. (s.f.). Los emblemas turísticos de Galicia. SienteGalicia. Recuperado de <https://www.sientegalicia.com/blog/emblemas-turisticos-galicia/>
- Catedral de Santiago de Compostela El País. (2025, 2 de marzo). El ingenio del Botafumeiro visita el taller: puesta a punto para seguir volando otros 400 años. El País. Recuperado de <https://elpais.com/espana/galicia/2025-03-02/el-ingenio-del-botafumeiro-visita-eltaller-puesta-a-punto-para-seguir-volando-otros-400-anos.html>
- Clúster Turismo de Galicia. (s.f.). *Inicio*. <https://clusterturismogalicia.com/>

- Combarro y sus hórreos El Español. (2023, 4 de junio). 15 curiosidades sobre Galicia que te van a sorprender. El Español. Recuperado de [https://www.elespanol.com/quincemil/cultura/20230604/curiosidades-galicia-vansorprender/768923279\\_0.html](https://www.elespanol.com/quincemil/cultura/20230604/curiosidades-galicia-vansorprender/768923279_0.html)
- Comienza la nueva campaña de promoción del destino Galicia que este año refuerza el potencial de la Comunidad como un lugar sostenible en el que desconectar – TURISMO DE GALICIA. (s. f.). [https://www.turismo.gal/espazo-institucional/actualidade/detalle-nova?langId=es\\_ES&content=nova\\_2959.htmla](https://www.turismo.gal/espazo-institucional/actualidade/detalle-nova?langId=es_ES&content=nova_2959.htmla)
- Coop57. (s.f.). *Historia*. Wikipedia. Recuperado el 10 de marzo de 2025, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Coop57>
- Cunqueiro, Á. (1955). *A nosa terra cha*. Galaxia.
- Deutsche Zentrale für Tourismus. (2024). *Reiseverhalten deutscher Touristen: Trends und Entwicklungen 2024*. Deutsche Zentrale für Tourismus. <https://www.germany.travel>
- Devesa, C. (2025, 22 abril). Jornada récord de cruceristas en A Coruña. *La Voz de Galicia*. <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/coruna/2025/04/22/jornada-record-cruce-ristas-coruna-especial-viaje-familia-procede-/00031745318195666149783.htm>
- Ecoagroturismo Arqueixal  
Arquitectura Sostenible. (s.f.). 4 alojamientos de turismo sostenible en Galicia. Arquitectura Sostenible. Recuperado el 5 de marzo de 2025, de <https://arquitecturasostenible.es/4-alojamientos-de-turismo-sostenible-en-galicia/>
- El análisis DAFO: López, J. (2017). *El análisis DAFO en la gestión estratégica de empresas*. Editorial XYZ.
- El itinerario turístico: Gómez, F. (2015). *Gestión y planificación de productos turísticos*. Editorial Universitaria.
- *El turismo de Galicia se promociona desde hoy en la feria ITB de Berlín apostando por la colaboración público-privada - GALICIA*. (4 de marzo de 2015.). [https://www.turismo.gal/espazo-institucional/actualidade/detalle-nova?content=nova\\_0614.html&langId=es\\_ES&utm](https://www.turismo.gal/espazo-institucional/actualidade/detalle-nova?content=nova_0614.html&langId=es_ES&utm)
- El vínculo de la artesanía de Galicia con el turismo rural. (s.f.) Galicia Turismo Rural. <https://galiciaturismorural.es/blog/artesania-turismo-rural>

- Estudio de Cruceristas en Galicia. (2021). *Impacto económico y comportamientos de los turistas de crucero en Galicia*.
- Ferradáns, J. (2025, 28 febrero). Santiago ya bate récord de peregrinos anual y va a por el medio millón. Diario de Santiago. Noticias de Santiago de Compostela y Galicia. [https://www.diariodesantiago.es/camino-de-santiago/santiago-ya-bate-record-de-peregrinos-anual-y-va-a-por-el-medio-millon/?utm\\_](https://www.diariodesantiago.es/camino-de-santiago/santiago-ya-bate-record-de-peregrinos-anual-y-va-a-por-el-medio-millon/?utm_)
- Ferradáns, J. (2025, 3 abril). *Dertour, operador turístico alemán, promociona Galicia con 1.200 turistas en ocho vuelos chárter este otoño*. Diario de Santiago. Noticias de Santiago de Compostela y Galicia. <https://www.diariodesantiago.es/santiago/dertour-operador-turistico-aleman-promociona-galicia-con-1-200-turistas-en-ocho-vuelos-charter-este-otono/>
- Fragas do Eume SienteGalicia. (s.f.). *Los emblemas turísticos de Galicia*. SienteGalicia. Recuperado de <https://www.sientegalicia.com/blog/emblemas-turisticos-galicia/>
- Friol, C. (2019, 27 junio). Arqueixal, 30 años de un proyecto que aprovecha al máximo los recursos - Campo Galego. Campo Galego. <https://www.campogalego.es/arqueixal-30-anos-de-un-proyecto-que-aprovecha-al-maximo-los-recursos//>
- Galicia arranca 2025 con un crecimiento del 3,6% en viajeros alojados respecto al año anterior. (s. f.). Cluster Turismo de Galicia. [https://clusterturismogalicia.com/galicia-arranca-2025-con-un-crecimiento-del-36-en-viajeros-alojados-respecto-al-ano-anterior/?utm\\_](https://clusterturismogalicia.com/galicia-arranca-2025-con-un-crecimiento-del-36-en-viajeros-alojados-respecto-al-ano-anterior/?utm_)
- Galicia destaca en Fitur 2025 como destino de turismo sostenible y acogedor. (s. f.). Cluster Turismo de Galicia. <https://clusterturismogalicia.com/galicia-destaca-en-fitur-2025-como-destino-de-turismo-sostenible-y-acogedor/>

- Galicia Destino Sostible. (s.f.). *Inicio*. <https://galiciadestinosostible.com/>
- Galicia, destino turístico menos masificado de España. (s. f.). Cluster Turismo de Galicia. Recuperado de: [https://clusterturismogalicia.com/galicia-destino-turistico-menos-masificado-de-espana/?utm\\_](https://clusterturismogalicia.com/galicia-destino-turistico-menos-masificado-de-espana/?utm_)
- García, T. (2024, 30 noviembre). 10 hoteles en las Rías Baixas para una escapada «slow» este puente de diciembre. El Español. [https://www.elspanol.com/treintayseis/vivir/escapadas/20241130/hoteles-rias-baixas-escapada-slow-puente-diciembre/902659945\\_0.html](https://www.elspanol.com/treintayseis/vivir/escapadas/20241130/hoteles-rias-baixas-escapada-slow-puente-diciembre/902659945_0.html)
- Glosario de términos de turismo | OMT. (s. f.). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Gómez, M. Á. S., Gómez, M. Á. S., & Gómez, M. Á. S. (1994, 24 mayo). El turismo cultural se institucionaliza. El País. [https://elpais.com/diario/1994/05/25/cultura/769816807\\_850215.html?utm\\_](https://elpais.com/diario/1994/05/25/cultura/769816807_850215.html?utm_)
- Huffington Post. (2024). *El primer destino termal de España es Galicia y estos son sus más preciados manantiales*. <https://www.huffingtonpost.es/sociedad/el-primerhttps://www.huffingtonpost.es/sociedad/el-primer-destino-termal-espana-galicia-son-mas-precitados-manantiales-hpe1.htmldestino-termal-espana-galicia-son-mas-precitados-manantiales-hpe1.html>
- INE. (2025). Turismo estranxeiro en Galicia (FRONTUR). En Sistema de Inteligencia Turística de Galicia. Recuperado 10 de mayo de 2025, de [https://aei.turismo.gal/osdam/filestore/1/2/8/5/8/7\\_ec94bf7eb83bf9d/128587\\_4c6dbe70c68a472.pdf](https://aei.turismo.gal/osdam/filestore/1/2/8/5/8/7_ec94bf7eb83bf9d/128587_4c6dbe70c68a472.pdf)
- Instituto de Estudios Turísticos de la Xunta de Galicia. (2021). *Informe de tendencias turísticas en Galicia*. Xunta de Galicia. Galicia. <https://www.turismo.gal>
- Islas Atlánticas de Galicia: Conservación de la biodiversidad. (s. f.). Ministerio Para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. <https://www.miteco.gob.es/es/parques->

[nacionales-oapn/red-parques-nacionales/parques-nacionales/islas-atlanticas/conservacion-biodiversidad.html](https://nacionales-oapn/red-parques-nacionales/parques-nacionales/islas-atlanticas/conservacion-biodiversidad.html)

La Eternidad del Viaje. Recuperado el 5 de marzo de 2025, de 2025 <https://laeternidaddelviaje.com/mejores-alojamientos-ribeira-sacra/>

La Eternidad del Viaje. (s.f.). *Los mejores alojamientos en la Ribeira Sacra*.

- Leo. (2025, 30 enero). Restaurantes e outros espazos Km 0. Km 0 Galicia slow food. [https://www.km0galiciaslowfood.com/2021/01/restaurantes-km-0.html?utm\\_](https://www.km0galiciaslowfood.com/2021/01/restaurantes-km-0.html?utm_)
- Martín, J. S. M. (2025, 21 febrero). Estadísticas del Camino de Santiago: lo que nos ha dejado el último año. Viajes Camino de Santiago. [https://viajecaminodesantiago.com/noticias/estadisticas-camino-ano/#Cuales\\_fueron\\_las\\_motivaciones\\_principales](https://viajecaminodesantiago.com/noticias/estadisticas-camino-ano/#Cuales_fueron_las_motivaciones_principales)
- Michelin, G. (2023, 24 febrero). Cuando el kilómetro cero es la base del menú. MICHELIN Guide. <https://guide.michelin.com/es/es/articulo/features/cuando-el-kilometro-cero-es-la-base-del-menu>
- Miluska.Jara. (2018b, septiembre 14). ¿Sabes cuáles son los 17 objetivos de desarrollo sostenible? Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2018/08/sabes-cuales-son-los-17-objetivos-de-desarrollo-sostenible>
- Molas, J. (2024, 26 marzo). Potencial y desafíos de la Galicia turística. La Voz de Galicia. <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/galicia/2024/03/25/potencial-desafios-galicia-turistica/00031711396301894274560.htm>
- Molina, C. (2025, 5 mayo). El turismo en España vive el mejor primer trimestre de su historia. El País. <https://elpais.com/economia/2025-05-05/el-turismo-en-espana-vive-el-mejor-primer-trimestre-de-su-historia.html>
- Murallas de Lugo Caldaria Hoteles y Balnearios. (s.f.). Curiosidades de Galicia. Caldaria. Recuperado de <https://www.caldaria.es/curiosidades-galicia/>
- N.D. (2022, 26 octubre). El mapa de geodestinos turísticos gallegos alcanza las 26 áreas. La Voz de Galicia.

<https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/galicia/2022/10/26/xunta-aprobara-nuevo-mapa-geodestinos-turisticos-26-areas/00031666783530607571290.htm>

- Nidos de Carnota Viajeros Callejeros. (s.f.). Hoteles con encanto en Galicia. Viajeros Callejeros. Recuperado el 5 de marzo de 2025, de <https://www.viajeroscallejeros.com/hotelesencanto-galicia/>
- Novo mapa de Xeodestinos de Galicia que amplía ata 26 as áreas xeográficas diferenciadas - GALICIA. (s. f.-b). [https://www.turismo.gal/espazo-profesional/actualidade/detalle-nova?langId=gl\\_ES&content=nova\\_2717.html](https://www.turismo.gal/espazo-profesional/actualidade/detalle-nova?langId=gl_ES&content=nova_2717.html)
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2022). *Tourism and sustainability: Global trends and future perspectives*. <https://www.unwto.org>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2024). *La OMT se une a sus socios en Galicia para promover el turismo termal*. <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-se-une-a-sus-socios-en-galicia-para-promover-el-turismo-termal>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). Desarrollo sostenible. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Ourense, entre los 12 destinos «top» del termalismo europeo | Deputación Provincial de Ourense. (2021). <https://www.depourense.gal/gl/nova/ourense-entre-los-12-destinos-top-del-termalismo-europeo>
- Peñalver, J. L. (2023, 21 septiembre). TSS: "Al turista europeo cada vez le interesa más la sostenibilidad" Hosteltur. [https://www.hosteltur.com/159297\\_tss-al-turista-europeo-cada-vez-le-interesa-mas-la-sostenibilidad.html](https://www.hosteltur.com/159297_tss-al-turista-europeo-cada-vez-le-interesa-mas-la-sostenibilidad.html)
- Pepe Vieira. (n.d.). Restaurante Pepe Vieira. Recuperado el 5 de marzo de 2025, de <https://www.pepevieira.com>
- Playa de las Catedrales SienteGalicia. (s.f.). Los emblemas turísticos de Galicia. SienteGalicia. Recuperado de <https://www.sientegalicia.com/blog/emblemas-turisticos-galicia/>

- Publicado por Clúster. (2019). mercado alemán | Cluster Turismo de Galicia. <https://clusterturismogalicia.com/tag/mercado-aleman/>
- Quinta de San Amaro Tripadvisor. (s.f.). *Hoteles ecológicos en Galicia*. Tripadvisor. Recuperado el 5 de marzo de 2025, de [https://www.tripadvisor.es/Hotels-g187506-zff24-Galicia-Hotels.htmlHotels.html](https://www.tripadvisor.es/Hotels-g187506-zff24-Galiciahttps://www.tripadvisor.es/Hotels-g187506-zff24-Galicia-Hotels.htmlHotels.html)
- Rectoral de Chandrexa La Eternidad del Viaje. (s.f.). *Los mejores alojamientos en la Ribeira Sacra*. La Eternidad del Viaje. Recuperado el 5 de marzo de 2025, <https://laeternidaddelviaje.com/mejores-alojamientos-ribeira-sacra/>
- Región de Baden-Württemberg. (2020). *El termalismo en Baden-Baden y su impacto en el turismo sostenible*. <https://www.baden-baden.de>
- Restaurante El Refugio. (2021, 15 febrero). RESTAURANTE OLEIROS - A CORUÑA - RESTAURANTE EL REFUGIO. Restaurante el Refugio. <https://restaurante-elrefugio.com/>
- Talleres | Artesanía de Galicia. (s.f.). <https://artesianiadegalicia.xunta.gal/es/talleres>
- Tam-Tam Press. (2014, 16 mayo). «¿Qué es Galicia?» y «Breve encuentro», por el poeta Lois Pereiro. TAM-TAM PRESS. <https://tamtampress.es/2014/05/16/que-es-galicia-y-breve-encuentro-por-el-poeta-lois-pereiro/?utm%3%A7>
- Termatalia. (2022). *Ourense se convertirá en epicentro mundial del turismo termal durante la última semana de septiembre de 2022*. <https://www.termatalia.com/ourense-se-convertira-en-epicentro-mundial-del-turismo-termal-durante-la-ultima-semana-de-septiembre-de-2022/>
- Torre de Hércules Ruteart. (s.f.). *11 curiosidades de Galicia que no sabías*. Ruteart. Recuperado de <https://ruteart.com/blog/curiosidades-de-galicia/>
- Turismo de Galicia. (2021). *Ecoturismo y senderismo en Galicia: Recursos y rutas*. Xunta de Galicia. <https://www.turismo.gal>

- Turismo de Galicia. (2025). *Línea de ayudas para infraestructuras termales*. [https://www.turismo.gal/espazo-profesional/actualidade/detallenova?content=nova\\_3332.html&langId=es\\_ES](https://www.turismo.gal/espazo-profesional/actualidade/detallenova?content=nova_3332.html&langId=es_ES)
- Vinetur. (2025, 12 febrero). BioCultura A Coruña 2025 impulsa el ecoturismo y la ecogastronomía en Galicia. Vinetur. <https://www.vinetur.com/2025021284693/biocultura-a-coruna-2025-impulsa-el-ecoturismo-y-la-ecogastronomia-en-galicia.html>
- Xunta de Galicia. (2015). Alta cocina gallega. [https://www.turismo.gal/osdam/filestore/2/5/8/7/2\\_302ff2a9a3fefe1/25872\\_8b4503163de4b5b.pdf](https://www.turismo.gal/osdam/filestore/2/5/8/7/2_302ff2a9a3fefe1/25872_8b4503163de4b5b.pdf)
- Xunta de Galicia. (2021). *Estudio del perfil del crucerista y su gasto en Galicia*.
- Xunta de Galicia. (2021). *Plan de acción de turismo sostenible de Galicia*. Xunta de
- Xunta de Galicia. (2021). *Turismo termal en Galicia: Proyectos e iniciativas ecológicas*. <https://www.turismo.gal>
- Xunta de Galicia. (2022). *Estudio de la demanda turística en Galicia 2022*.
- Xunta de Galicia. (2024). *Rueda anuncia que la Estrategia de Turismo de Galicia invertirá más de 1.000 millones de euros hasta 2030 para impulsar un turismo sostenible*. <https://www.xunta.gal/es/notas-de-prensa/-/nova/005703/rueda-anuncia-que-estrategia-turismo-galicia-invertira-mas-1-000-hasta-2030-para>

## ANEXO I

### TALLERES DIVIDIDOS ENTRE GEODESTINOS

- Cerámica

Terra de Outes (Outes, A Coruña): Geodestino Ría de Muros-Noia

Cerámica Cacharro (Gundivós, Sober, Lugo): Geodestino Ribeira Sacra

- Danza y Música

Centro Coreográfico Galego (A Coruña): Geodestino A Coruña e As Mariñas

Obradoiro de Instrumentos de Música Tradicional (Tuy, Pontevedra): Geodestino Rías Baixas

- Trajes Regionales

Artesanía Noroeste (Santiago de Compostela, A Coruña): Geodestino Santiago de Compostela e Terras de Santiago

- Vajillas

Cerámicas Ojea (Vigo, Pontevedra): Geodestino Rías Baixas

Alén das Olas (Malpica de Bergantiños, A Coruña): Geodestino Costa da Morte

## ANEXO II

Borrador de preguntas sobre el público encuestado:

**1. ¿Cuál es tu rango de edad?** (*Opción múltiple - una respuesta*)

- Menos de 20 años
- 21-30 años
- 31-40 años
- Más de 40 años

**2. ¿Cuál es su nivel de estudios?** *(Opción múltiple - una respuesta)*

- Estudios secundarios o equivalentes
- Formación profesional
- Estudios universitarios de grado
- Estudios de posgrado o máster

**3. ¿Estás relacionado/a con el sector del turismo?** *(Opción múltiple - una respuesta)*

- Sí, profesionalmente
- Sí, como estudiante
- No, pero tengo interés personal
- No tengo relación con el turismo

**4. ¿Has visitado Galicia alguna vez?**

- Sí, varias veces
- Sí, una vez
- No, pero me gustaría

- No, y no tengo interés

**5. ¿Con qué frecuencia viaja al extranjero para fines turísticos?**

- Varias veces al año
- Una vez al año
- Una vez cada dos años
- Menos de una vez al año

**6. ¿Cuál es el principal factor que influye en su decisión de elegir un destino turístico?**

- Cultura e historia
- Paisajes naturales
- Actividades deportivas y de aventura
- Gastronomía
- Bienestar (balnearios, termalismo, etc.)
- Recomendaciones de amigos o familiares
- Otros (especificar)

**7. ¿Cuáles de los siguientes destinos le atraen más cuando planifica un viaje?**

- Ciudades históricas y culturales
- Zonas rurales y paisajes naturales
- Destinos de sol y playa
- Regiones conocidas por su gastronomía

- Destinos con una rica tradición en termalismo y bienestar
- Otros (especificar)

**8. ¿Qué importancia le da al turismo sostenible y respetuoso con el medio ambiente a la hora de seleccionar un destino turístico?**

- Muy importante, busco destinos sostenibles
- Algo importante, prefiero destinos que promuevan la sostenibilidad
- No muy importante, el impacto ambiental no influye en mi decisión
- No me importa

**9. En relación con los destinos turísticos, ¿cuál de los siguientes aspectos considera más atractivo en Galicia?**

- Su patrimonio histórico y cultural
- Su naturaleza y paisajes (playas, montañas, parques naturales)
- Su gastronomía y viticultura
- Su tradición termal y centros de bienestar
- Sus festivales y tradiciones locales
- Otros (especificar)

**10. ¿Qué actividades le gustaría realizar en Galicia si visitara la región?**

- Realizar rutas de senderismo o actividades al aire libre
- Visitar monumentos históricos y museos

- Participar en talleres artesanales (cerámica, tejidos, etc.)
- Disfrutar de la gastronomía local (clases de cocina, degustaciones)
- Relajarse en centros termales y balnearios
- Explorar pueblos y localidades tradicionales
- Otros (especificar)

**11. ¿Estaría interesado/a en un itinerario turístico que combine la exploración de la naturaleza, la cultura y la gastronomía?**

- Sí, definitivamente
- Sí, dependiendo de la duración
- No, prefiero centrarse en un solo tipo de experiencia
- No, no me interesa

**12. ¿Cuál es el perfil de viaje que más le atrae cuando se trata de destinos turísticos?**

- Turismo familiar
- Turismo con amigos
- Viajero solitario
- Turismo en pareja
- Turismo en grupo con gente nueva

**13. ¿Qué tipo de alojamiento preferiría durante su estancia en Galicia?**

- Hoteles de lujo o boutique
- Alojamientos rurales o en casas tradicionales
- Apartamentos o casas de vacaciones
- Parques de caravanas o camping
- No tengo preferencia específica

**14. ¿Qué tipo de ubicación le llama más la atención al buscar donde alojarse en Galicia?**

- Alojamientos céntricos
- Alojamientos en las afueras, bien conectados
- Alojamientos en la naturaleza, zonas rurales
- Alojamientos cercanos o en el camino de Santiago

**15. ¿Estaría dispuesto/a a pagar más por un itinerario turístico que ofrezca una experiencia exclusiva o personalizada en Galicia?**

- Sí, si la calidad de la experiencia es superior
- Sí, dependiendo del costo adicional
- No, prefiero un itinerario más económico
- No, no estoy dispuesto/a a pagar más

**16. ¿Qué importancia tiene para usted la autenticidad de las experiencias que ofrece un destino turístico?**

- Muy importante, busco vivir experiencias auténticas
- Algo importante, me gusta probar lo auténtico, pero no es decisivo
- No me importa, me interesa más la comodidad
- No es importante en absoluto

**17. En cuanto a la gastronomía, ¿qué platos o productos le gustaría probar en Galicia?**

- Mariscos y pescados (pulpo, mejillones, almejas, etc.)
- Vinos y licores gallegos (Albariño, orujo, etc.)
- Comida tradicional gallega (empanada, lacón, caldo gallego, etc.)
- Postres típicos (tarta de Santiago, filloas, etc.)
- No tengo preferencias gastronómicas

**18. ¿Qué tan importante es para usted que los itinerarios turísticos incluyan actividades locales como la participación en festivales, ferias o eventos culturales?**

- Muy importante, me gusta disfrutar de la cultura local
- Algo importante, estaría interesado/a en actividades culturales locales
- Poco importante, prefiero actividades más tranquilas
- No me interesa en absoluto

**19. ¿En qué época del año prefiere viajar a Galicia?**

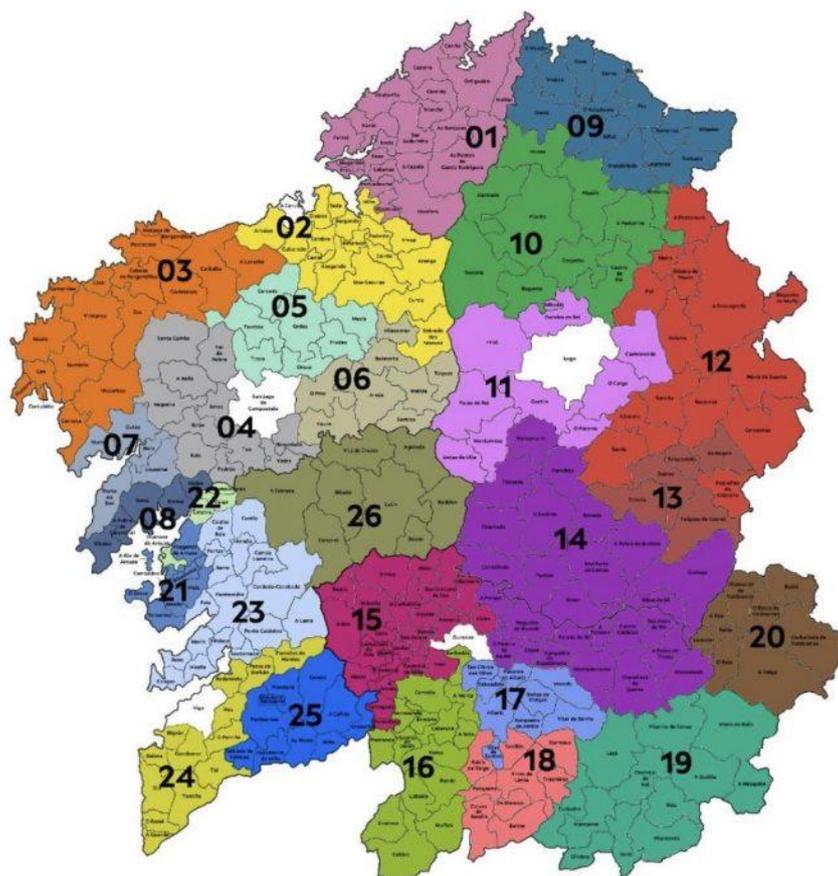
- Primavera
- Verano
- Otoño
- Invierno
- No tengo preferencia

**20. ¿Cómo prefiere que se le informe sobre destinos turísticos y itinerarios?**

- A través de sitios web especializados
- Mediante aplicaciones móviles de turismo
- En redes sociales (Instagram, Facebook, etc.)
- A través de folletos o materiales impresos
- No tengo preferencia

## ANEXO III

### MAPA Y LISTADO DE LOS 26 GEODESTINOS



- |                                       |                                |
|---------------------------------------|--------------------------------|
| 01. FERROLTERRA                       | 14. RIBEIRA SACRA              |
| 02. AS MARIÑAS                        | 15. RIBEIRO - CARBALLIÑO       |
| 03. COSTA DA MORTE                    | 16. CELANOVA - TERRAS DO XURÉS |
| 04. TERRAS DE SANTIAGO                | 17. ALLARIZ - MACEDA           |
| 05. TERRAS DA COMARCA DE ORDES        | 18. A LIMIA                    |
| 06. ULLA - TAMBRE - MANDEO            | 19. VERÍN - MONTERREI          |
| 07. RÍA DE MUROS - NOIA               | 20. TREVINCA - VALDEORRAS      |
| 08. BARBANZA - AROUSA                 | 21. SALNÉS                     |
| 09. MARIÑA LUCENSE                    | 22. MAR DE SANTIAGO            |
| 10. TERRA CHA                         | 23. TERRAS DE PONTEVEDRA       |
| 11. COMARCA DE LUGO - TERRAS DE ULLOA | 24. RÍA DE VIGO - BAIXO MIÑO   |
| 12. ANCARES - TERRAS DE BURÓN         | 25. CONDADO - PARADANTA        |
| 13. COUREL                            | 26. DEZA - TABELIÓS            |

## **1. FERROLTERRA**

Ares, Cabanas, A Capela, Cariño, Cedeira, Cerdido, Fene, Ferrol, Mañón, Moeche, Monfero, Mugardos, Narón, Neda, Ortigueira, Pontedeume, As Pontes de García Rodríguez, San Sadurniño, As Somozas, Valdoviño e Vilarmador.

## **2. AS MARIÑAS**

Abegondo, Aranga, Arteixo, Bergondo, Betanzos, Cambre, Carral, Coirós, Culleredo, Curtis, Irixoa, Miño, Oleiros, Oza-Cesuras, Paderne, Sada e Sobrado dos Monxes.

## **3. A COSTA DA MORTE**

Cabana de Bergantiños, Camariñas, Carballo, Carnota, Cee, Corcubión, Coristanco, Dumbria, Fisterra, Laracha, Laxe, Malpica de Bergantiños, Mazaricos, Muxía, Ponteceso, Vimianzo e Zas.

## **4. TERRAS DE SANTIAGO**

Ames, A Baña, Boqueixón, Brión, Negreira, Padrón, Rois, Santa Comba, Teo, Val do Dubra e Vedra.

## **5. TERRAS DA COMARCA DE ORDES**

Cerceda, Frades, Mesía, Ordes, Oroso, Tordoia e Trazo.

## **6. ULLA – TAMBRE – MANDEO**

Arzúa, Boimorto, Melide, O Pino, Santiso, Toques, Touro e Vilasantar.

## **7. RIA DE MUROS – NOIA**

Lousame, Muros, Noia, Outes e Porto do Son

## **8. BARBANZA – AROUSA**

Boiro, Dodro, A Pobra do Caramiñal, Rianxo e Ribeira

## **9. A MARIÑA LUCENSE**

Alfoz, Barreiros, Burela, Cervo, Foz, Lourenz, Mondoedo, Oourol, A Pontenova, Ribadeo, Riotorto, Trabada, O Valadouro, O Vicedo, Viveiro e Xove.

## **10. A TERRA CHA**

Abadn, Begonte, Castro de Rei, Cospeito, Guitiriz, Muras, A Pastoriza, Vilalba e Xermade.

## **11. COMARCA DE LUGO – TERRAS DA ULLOA**

Antas de Ulla, Castroverde, O Corgo, Friol, Guntn, Monterroso, Outeiro de Rei, Palas de Rei, O Pramo e Rbade.

## **12. OS ANCARES – TERRAS DE BURN**

Baleira, Baralla, Becerre, Cervantes, A Fonsagrada, Lncara, Meira, Navia de Suarna, Negueira de Muniz, As Nogais, Pedrafita do Cebreiro, Pol, Ribeira de Piqun e Sarria.

## **13. COUREL**

Folgozo do Courel, O Incio, Samos e Triacastela.

## **14. RIBEIRA SACRA**

Bveda, Carballedo, Castro Caldelas, Chandrex de Queixa, Chantada, Esgos, Manzaneda, Monforte de Lemos, Montederramo, Nogueira de Ramun, Pantn, Parada de Sil, Paradela, Pereiro de Aguiar, A Peroxa, A Pobra de Trives, A Pobra do Brolln, Portomarn, Quiroga, Ribas de Sil, San Xon de Ro, O Saviao, Sober, Taboada, A Teixeira e Xunqueira de Espadanedo

## **15. RIBEIRO – O CARBALLIÑO**

Amoeiro, A Arnoia, Avión, Beade, Beariz, Boborás, Carballeda de Avia, O Carballiño, Castrelo de Miño, Cenlle, Coles, Cortegada, O Irixo, Leiro, Maside, Melón, Piñor, Pontedeva, Punxín, Ribadavia, San Amaro, San Cristovo de Cea, Toén e Vilamarín.

## **16. CELANOVA – TERRAS DO XURÉS**

Bande, Barbadás, A Bola, Cartelle, Celanova, Entrimo, Gomesende, Lobeira, Lobios, A Merca, Muíños, Padrenda, Quintela de Leirado, Ramirás e Vereá.

## **17. ALLARIZ – MACEDA**

Allariz, Baños de Molgas, Maceda, Paderne de Allariz, San Cibrao das Viñas, Taboadela, Vilar de Barrio, Vilar de Santos e Xunqueira de Ambía.

## **18. A LIMIA**

Baltar, Os Blancos, Calvos de Randín, Porqueira, Rairiz de Veiga, Sandiás, Sarreaus, Trasmiras e Xinzo de Limia.

## **19. VERÍN – MONTERREI**

Castrelo do Val, Cualedro, A Gudiña, Laza, A Mezquita, Monterrei, Oímbra, Riós, Verín,

Viana do Bolo, Vilardevós e Vilariño de Conso.

## **20. TREVINCA-VALDEORRAS**

O Barco de Valdeorras, O Bolo, Carballeda de Valdeorras, Larouco, Petín, Rubiá, A Rúa, A Veiga e Vilamartín de Valdeorras.

## **21. SALNÉS**

Cambados, O Grove, A Illa de Arousa, Meaño, Meis, Ribadumia, Sanxenxo e Vilagarcía de Arousa.

## **22. MAR DE SANTIAGO**

Catoira, Pontecesures, Valga e Vilanova de Arousa.

## **23. TERRAS DE PONTEVEDRA – O MORRAZO**

Barro, Bueu, Caldas de Reis, Campo Lameiro, Cangas, Cerdedo-Cotobade, Cuntis, A Lama, Marín, Moaña, Moraña, Poio, Ponte Caldelas, Pontevedra, Portas e Vilaboa.

## **24. RÍA DE VIGO – BAIXO MIÑO**

Baiona, Fornelos de Montes, Gondomar, A Guarda, Mos, Nigrán, Oia, Pazos de Borbén, O Porriño, Redondela, O Rosal, Soutomaior, Tomiño e Tui.

## **25. CONDADO PARADANTA**

Arbo, A Cañiza, Covelo, Crecente, Mondariz, Mondariz-Balneario, As Neves, Pontearreas, Salceda de Caselas e Salvaterra do Miño.

## **26. DEZA – TABELIRÓS**

Agolada, Dozón, A Estrada, Forcarei, Lalín, Rodeiro, Silleda e Vila de Cruces

**ANEXO IV: GRÁFICOS GENERADOS EN BASE A LAS RESPUESTAS OBTENIDAS EN EL GOOGLE FORMS:**

Gráfico 1:

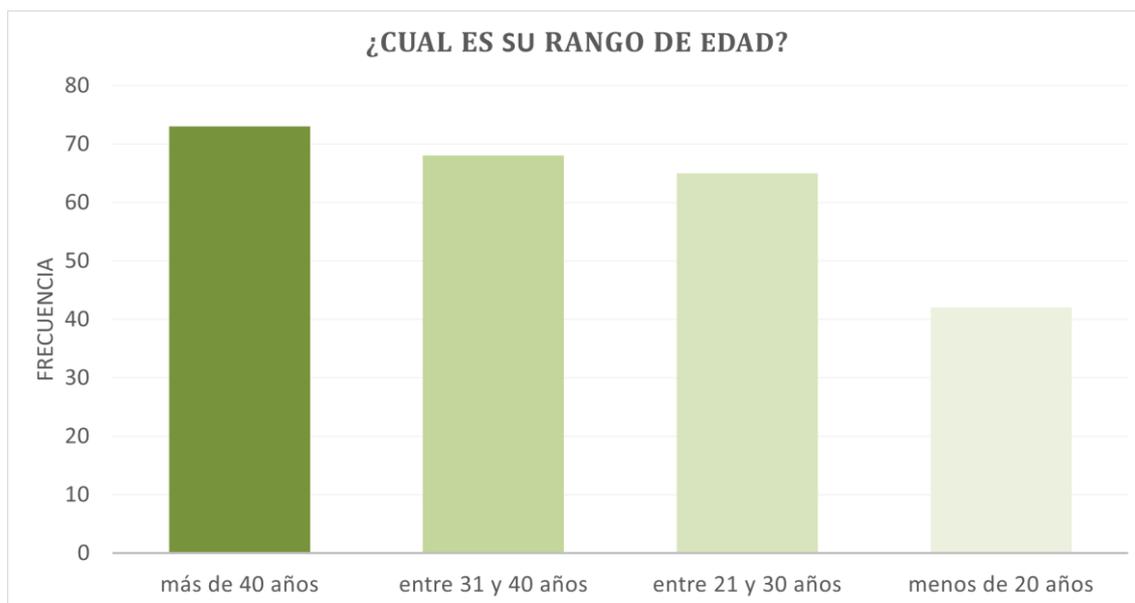


Gráfico 2:

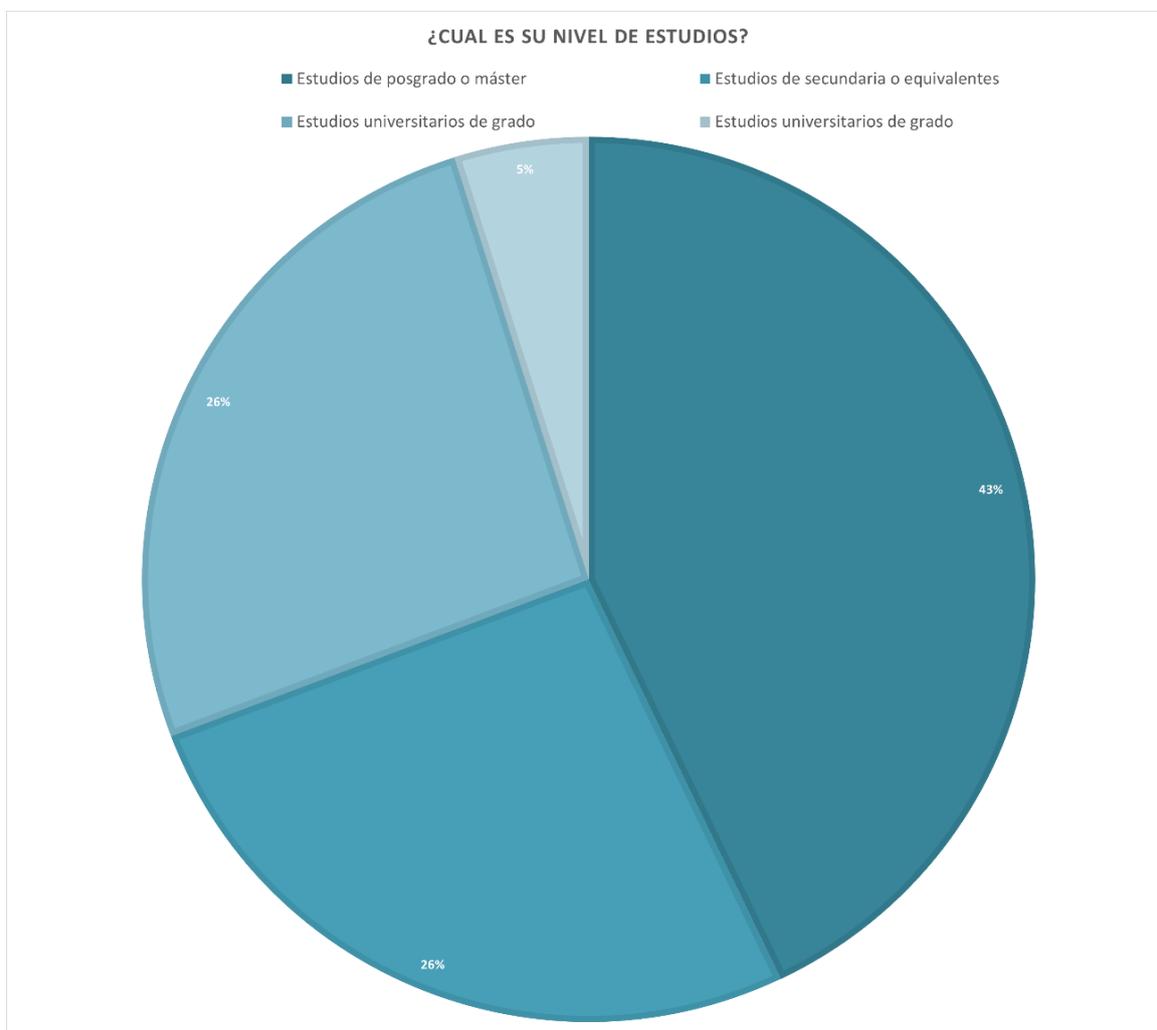


Gráfico 3:

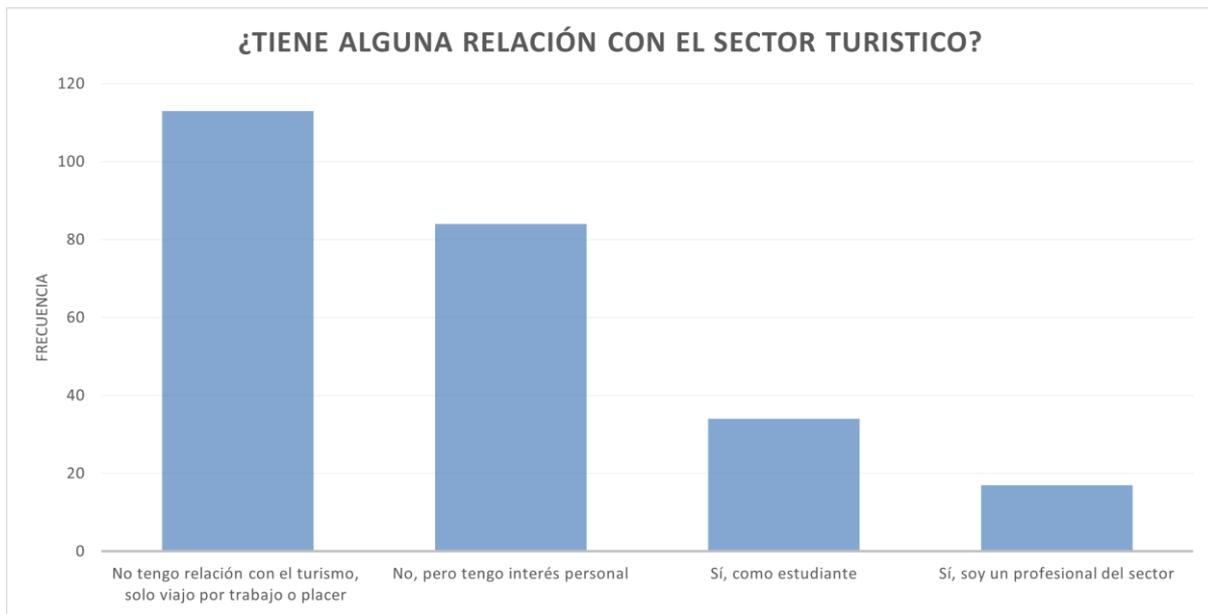


Gráfico 4:

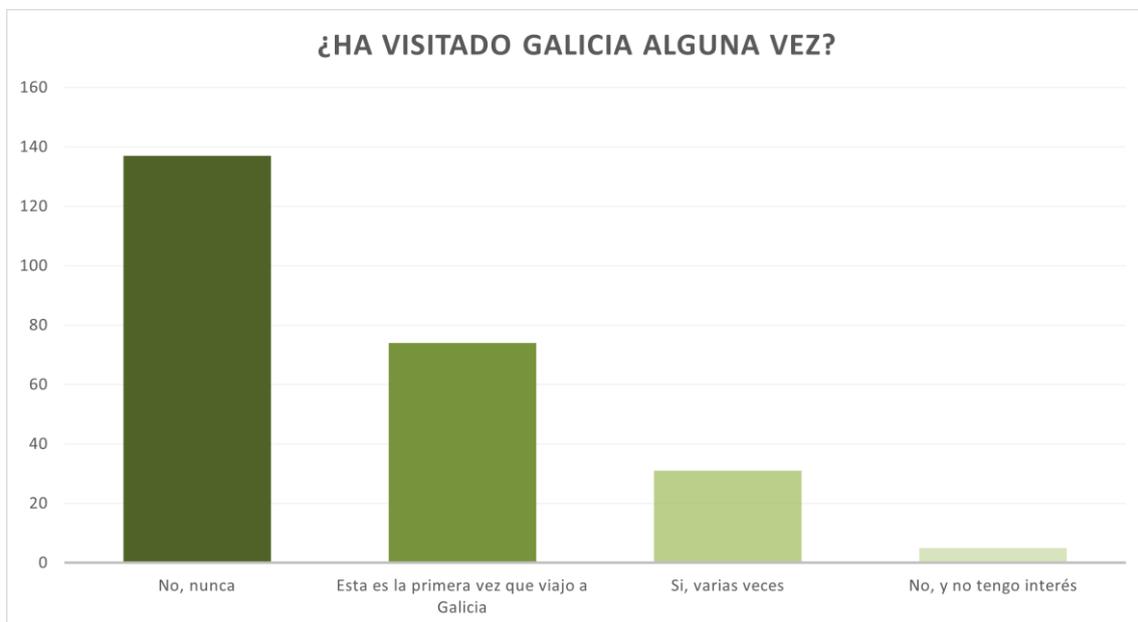


Gráfico 5:



Gráfico 6:

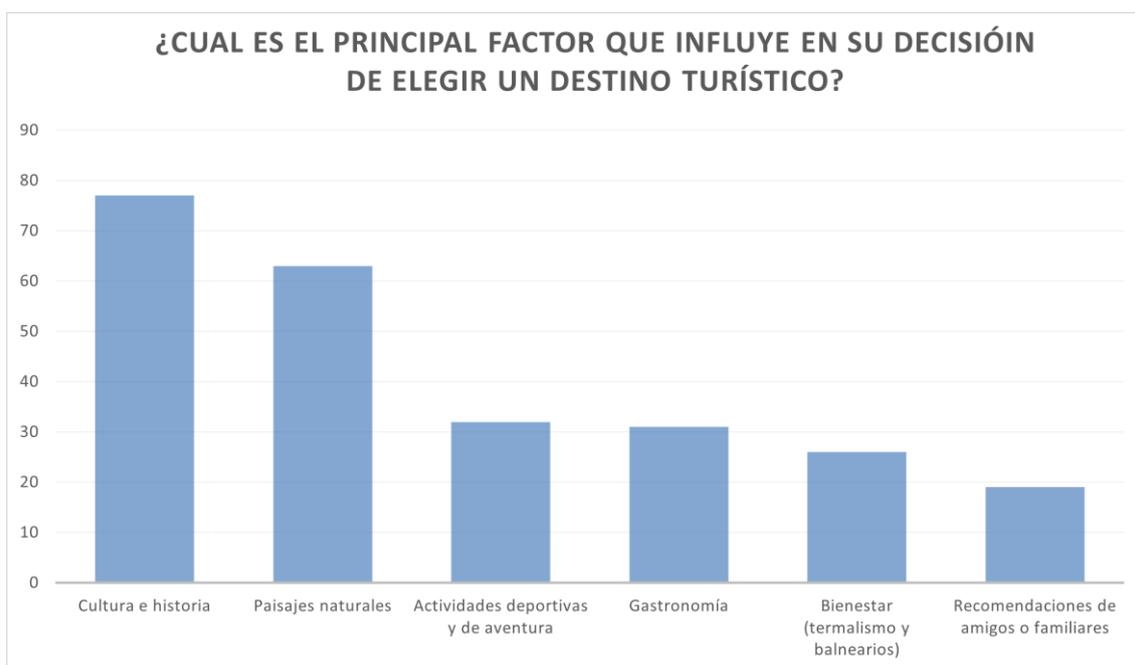


Gráfico 7:

¿CUAL DE LOS SIGUIENTES DESTINOS LE ATRAEN MÁS A LA HORA DE PLANIFICAR UN VIAJE?

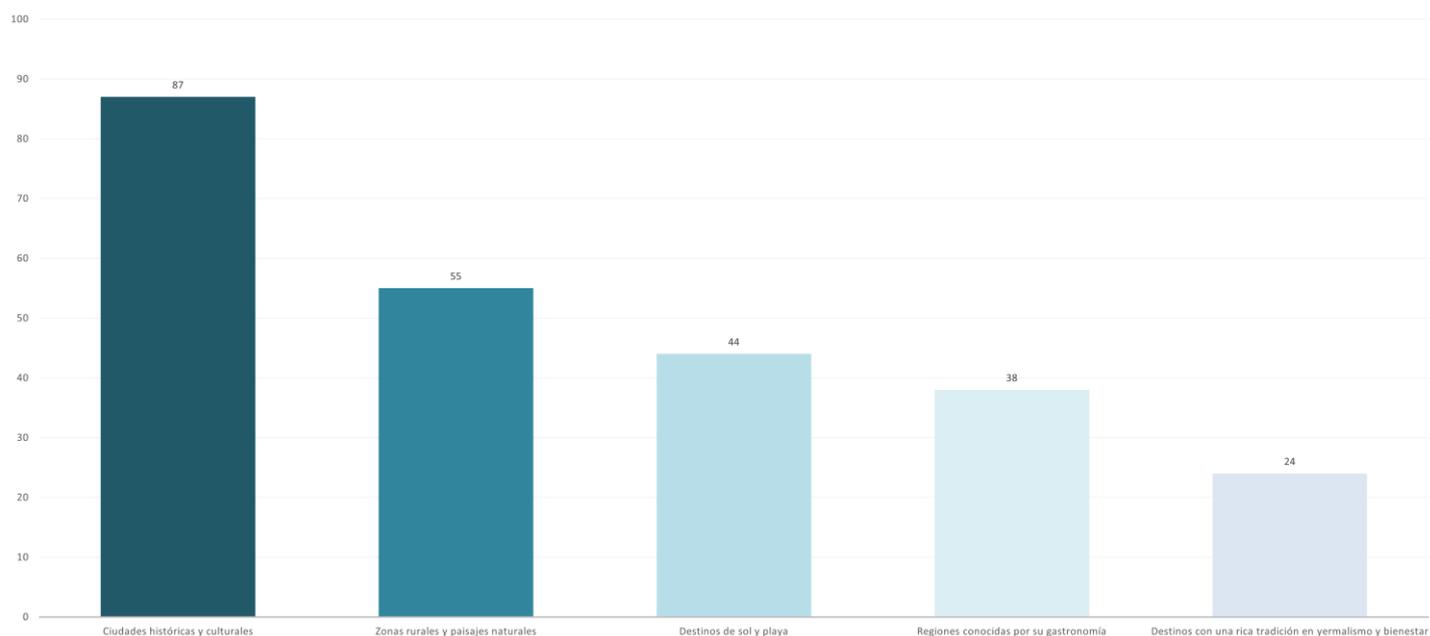


Gráfico 8:

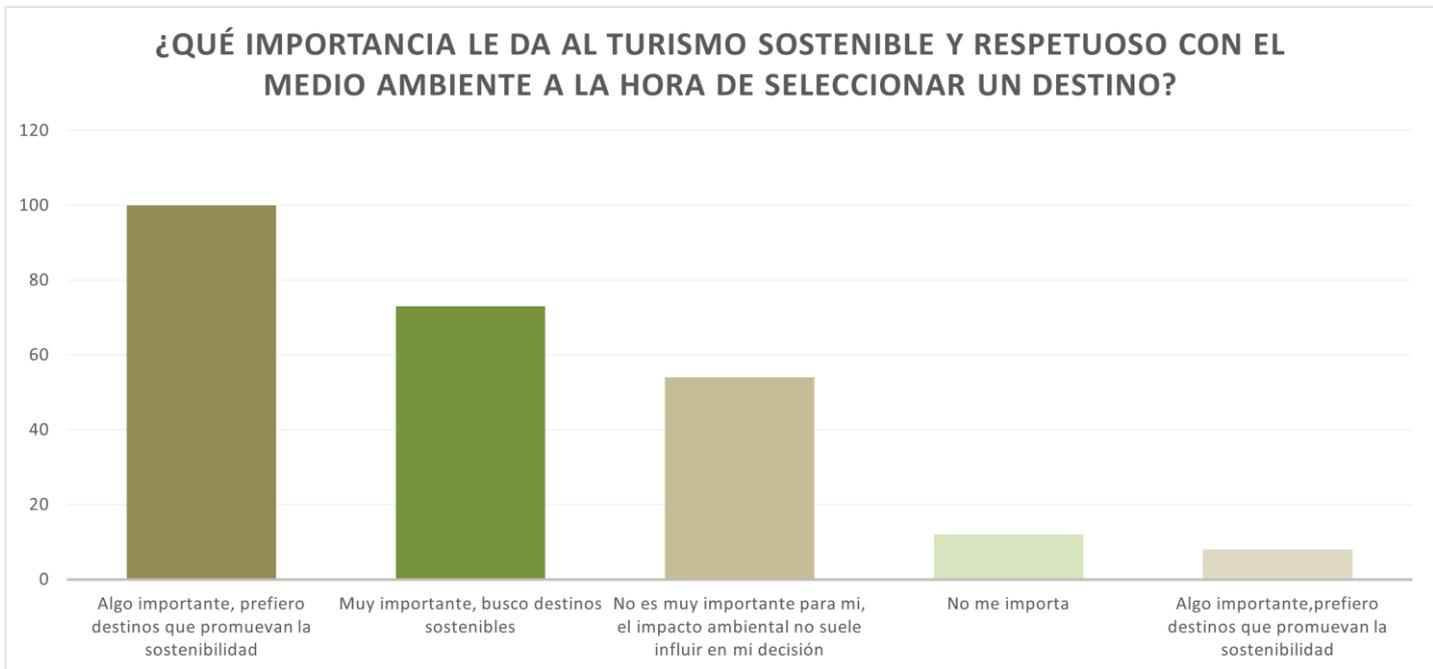


Gráfico 9:

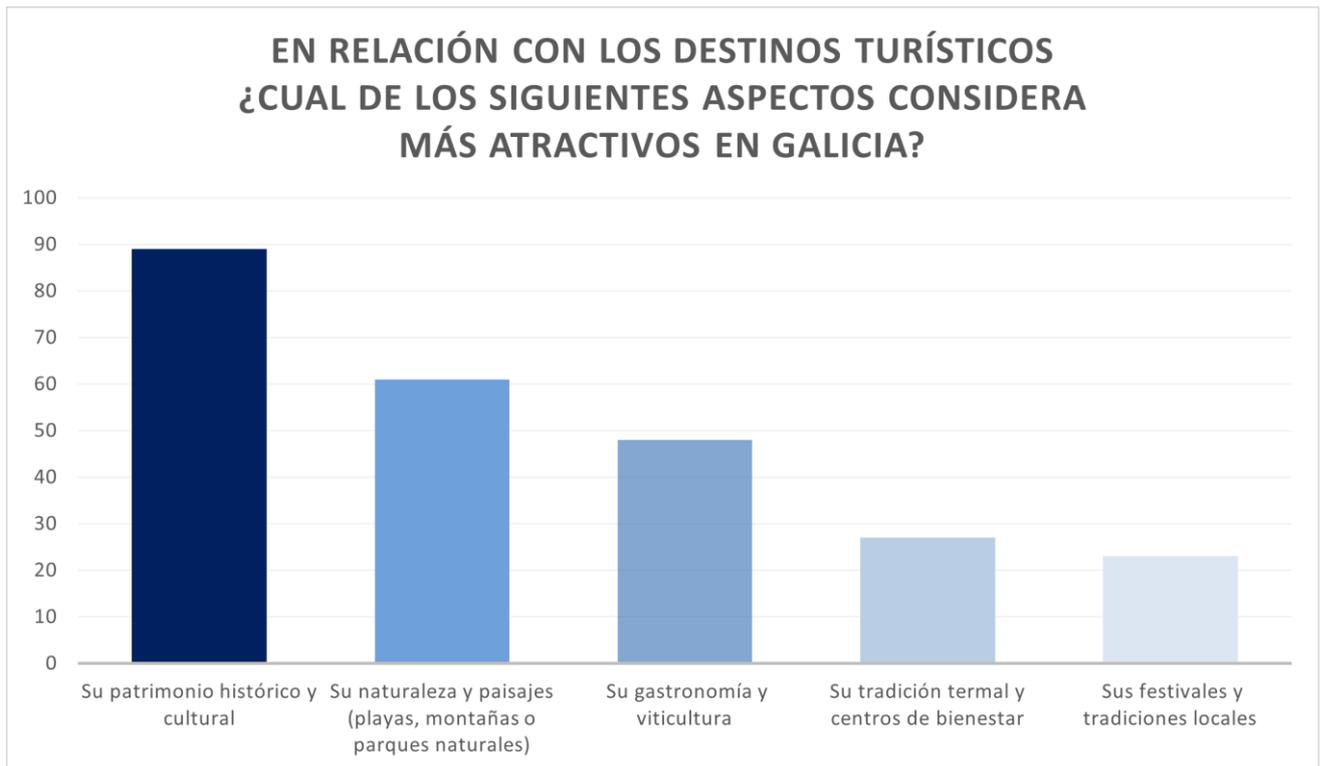


Gráfico 10:

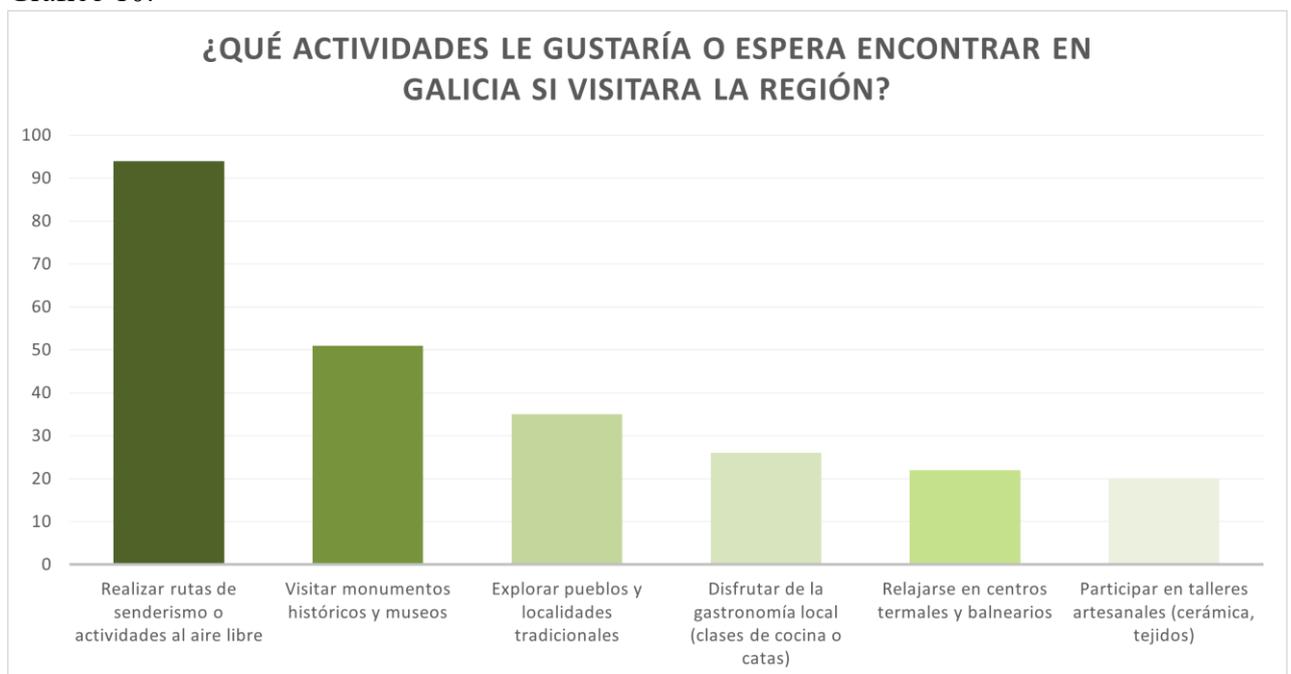


Gráfico 11:

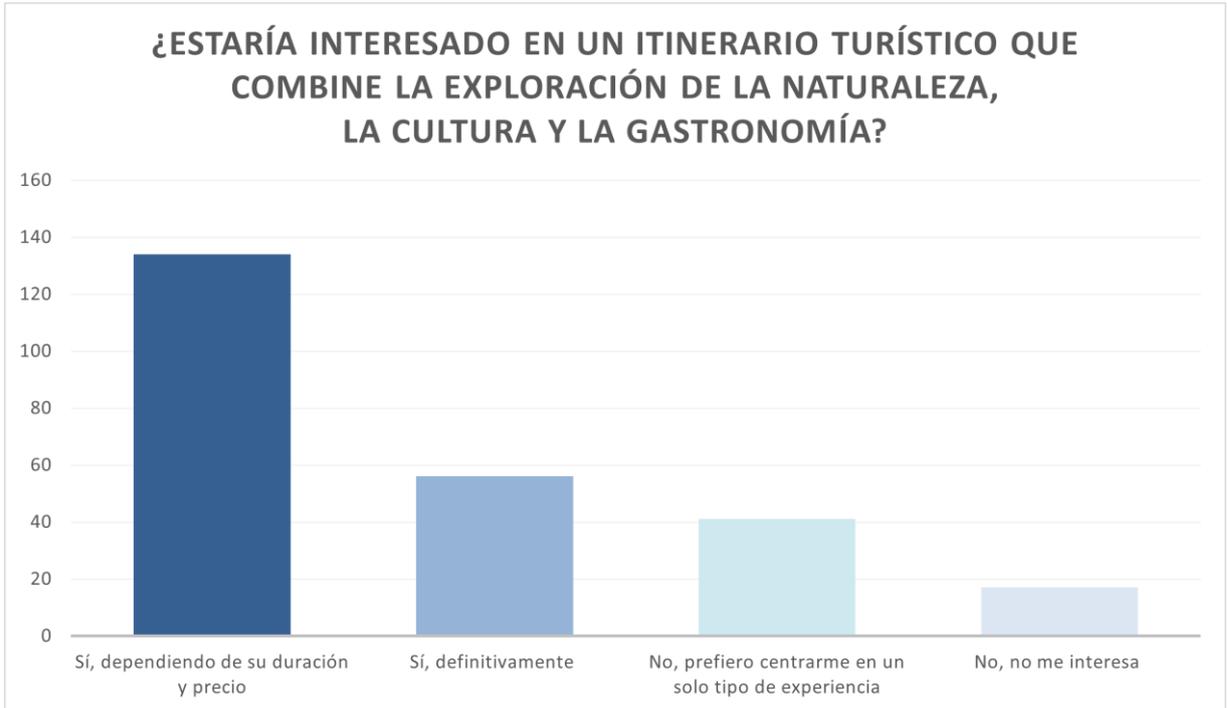


Gráfico 12:

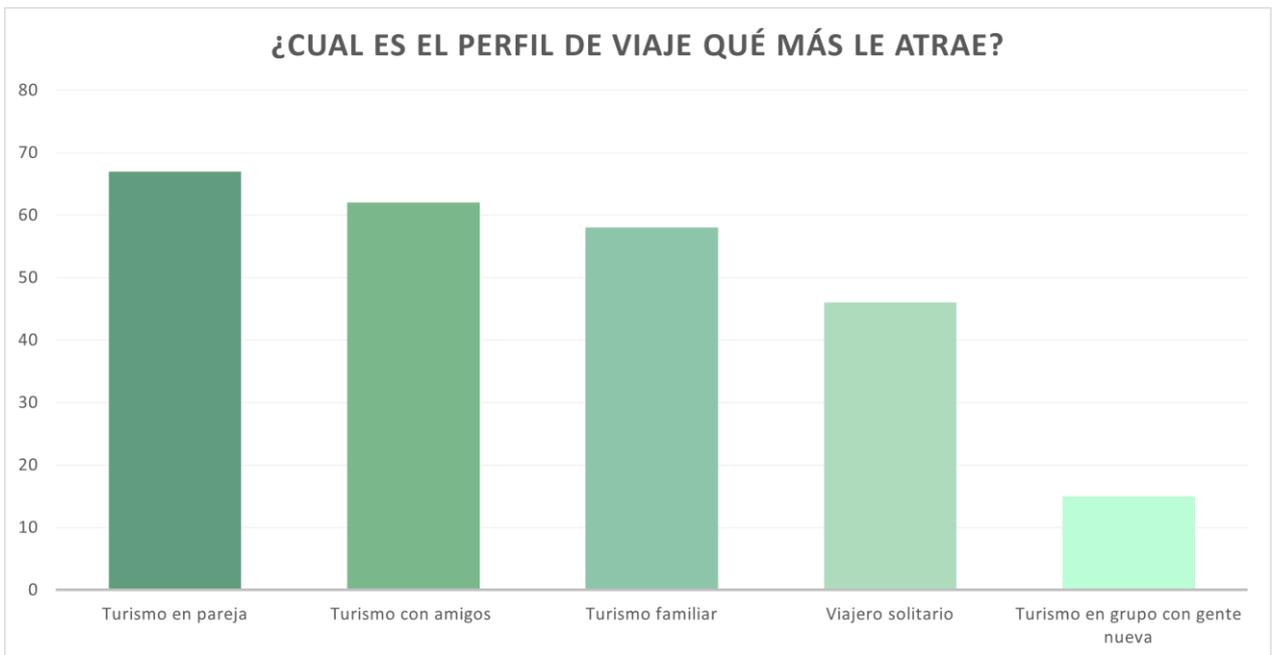


Gráfico 13:

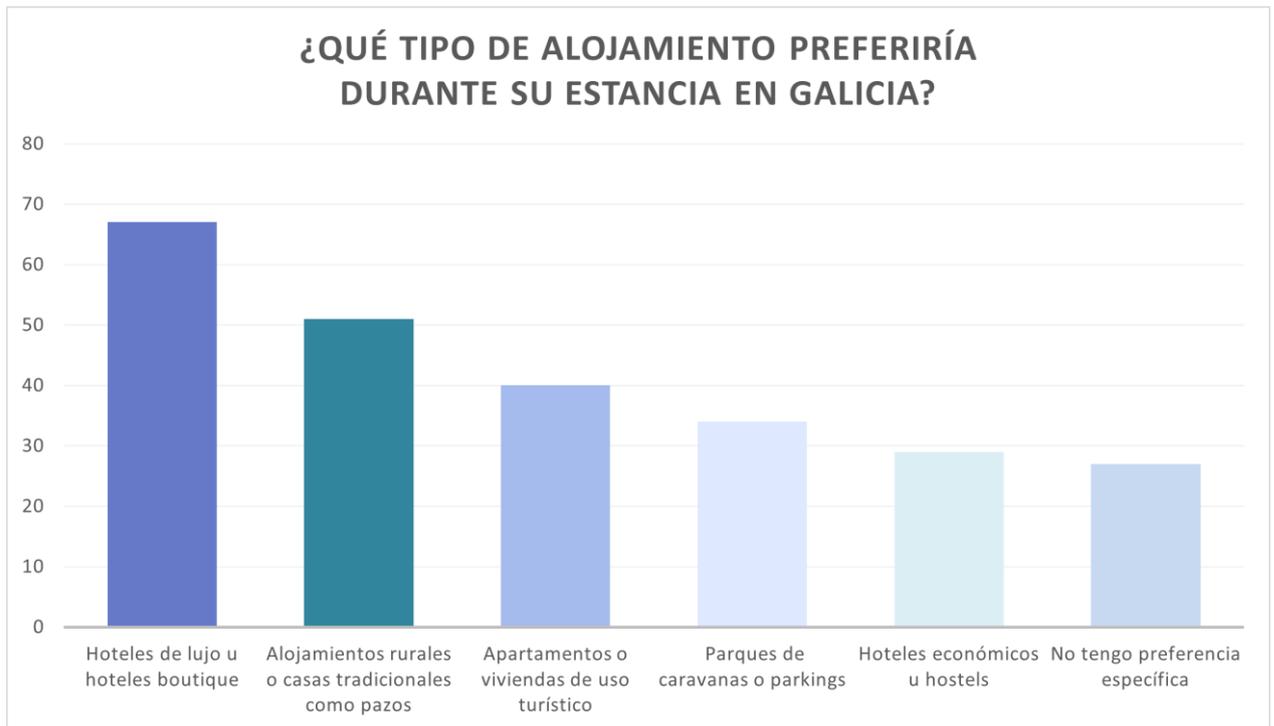


Gráfico 14:

### ¿QUÉ TIPO DE UBICACIÓN LE LLAMA MÁS LA ATENCIÓN AL BUSCAR DONDE ALOJARSE EN GALICIA?

- Alojamientos en las afueras, bien conectados
- Alojamientos céntricos
- Alojamientos en la naturaleza, zonas rurales
- Alojamientos cercanos al camino de Santiago

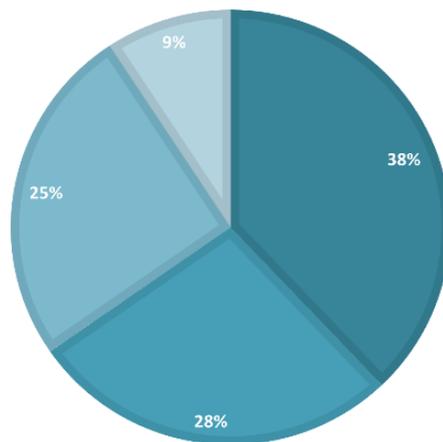


Gráfico 15:

**¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE PARA USTED LA AUTENTICIDAD DE LAS EXPERIENCIAS QUE OFRECE UN DESTINO TURÍSTICO?**

- Algo importante, me gusta probar lo auténtico pero no es decisivo
- Muy importante, busco vivir experiencias auténticas
- No me importa, me interesa más la comodidad
- No es importante en absoluto

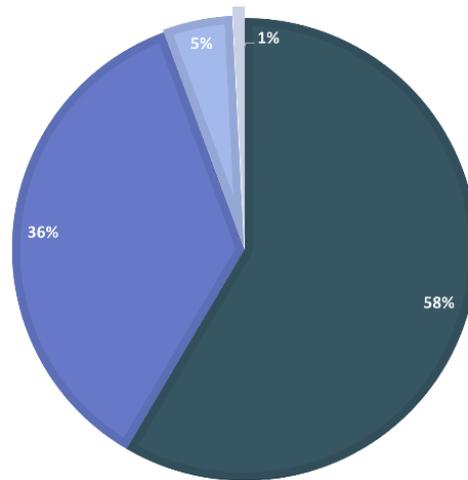


Gráfico 16:

**¿ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MÁS POR UN ITINERARIO TURÍSTICO QUE OFREZCA UNA EXPERIENCIA EXCLUSIVA O PERSONALIZADA EN GALICIA?**

- Sí, si la calidad de la experiencia es superior
- Sí, dependiendo del coste adicional
- No, prefiero un itinerario más económico
- No, no estoy dispuesto a pagar más

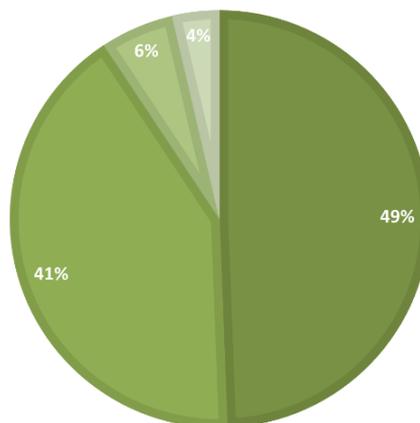


Gráfico 17:

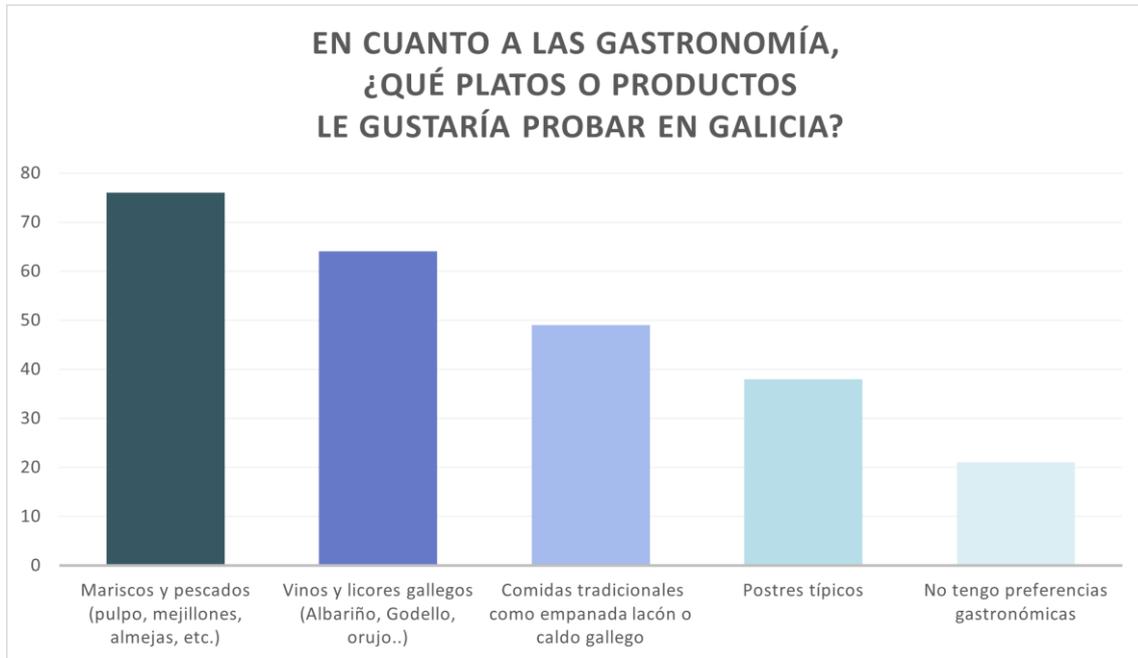


Gráfico 18:

**¿CUANTA IMPORTANCIA LE DA USTED A QUE LOS ITINERARIOS TURÍSTICOS INCLUYAN ACTIVIDADES LOCALES COMO LA PARTICIPACIÓN EN FESTIVALES FERAS O EVENTOS CULTURALES?**

■ Muy importante, me gusta disfrutar de la cultura local   ■ Algo importante, estaría interesado en actividades culturales locales pero no son decisivas   ■ Poco importante, prefiero actividades tranquilas

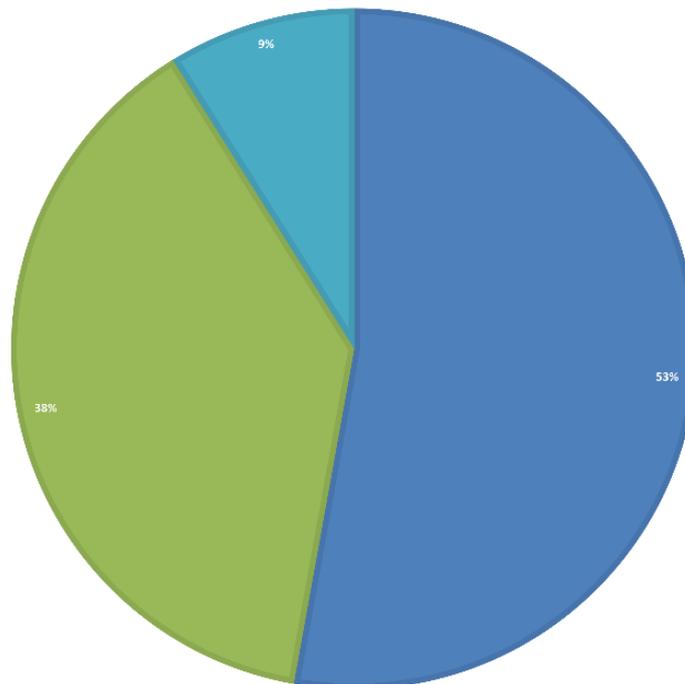


Gráfico 19:

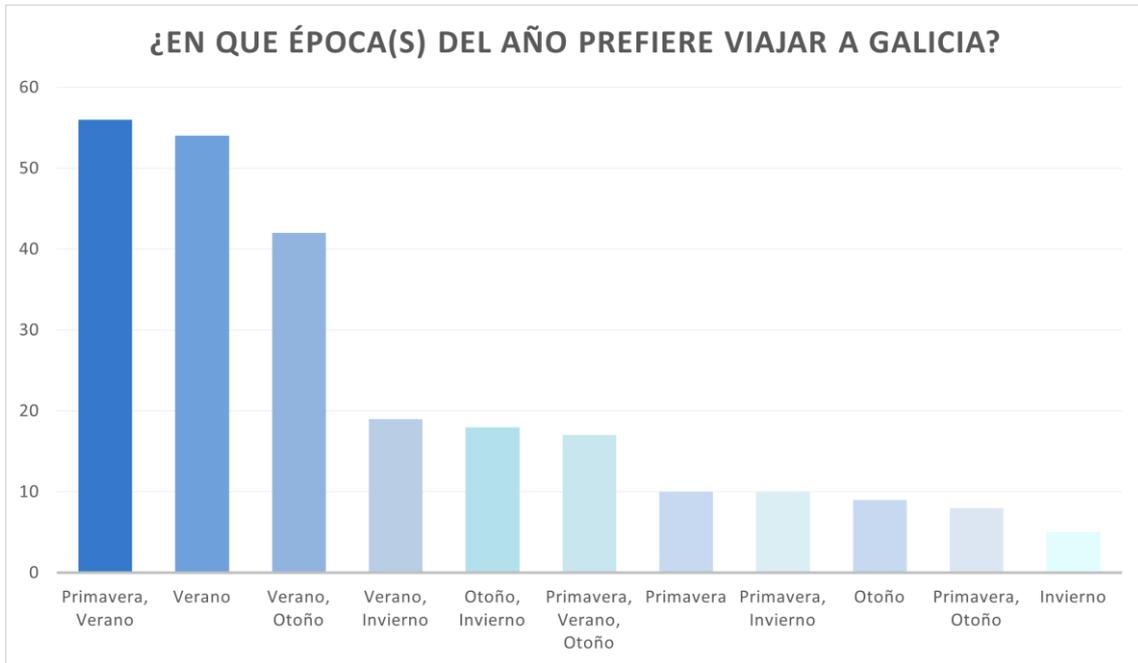


Gráfico 20:

