



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

GRADO EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2021/2022

LARISA ALEXANDRA SIDERIAS SIDERIAS

AUGE DEL TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR EN LA ERA COVID-19

THE RISE OF HEALTH AND WELLNESS TOURISM IN THE COVID-19 ERA

DIRECTOR

D. Pedro Argüello Fernández



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

GRADO EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2021/2022

Fecha de Entrega: 05/09/2022

AUTORA: Larisa Alexandra Siderias Siderias

TÍTULO: Auge del turismo de salud y bienestar en la era Covid-19

DIRECTOR: Pedro Argüello Fernández

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a

RESUMEN

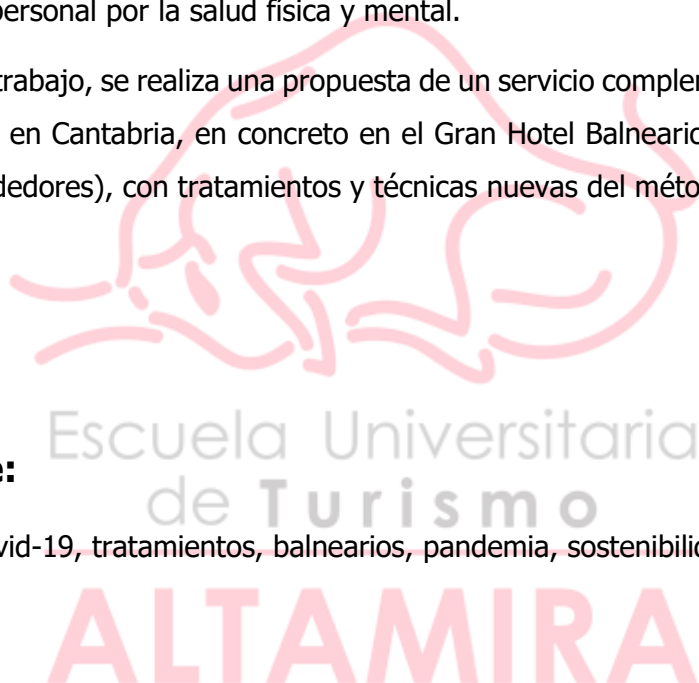
La pandemia ha significado un antes y un después en todos los sentidos. El sector turístico ha sido de los más afectados, pero, aun así, como se puede apreciar a lo largo de este trabajo, centrándonos en el subsector del turismo de salud y bienestar y sobre todo los balnearios, se ha recuperado con creces y ha sabido sobrellevar cualquier situación de crisis incluso llegando a posicionarse como una nueva tendencia.

A través de la investigación y realización de encuestas realizadas a profesionales del sector turístico se muestra el impacto que ha tenido la pandemia en el turismo y en la mentalidad de las personas a la hora de viajar, el cambio de valores y el auge que experimenta el turismo de salud y bienestar. Dicho cambio ha sido fruto de la situación de crisis sanitaria y el aumento de la preocupación personal por la salud física y mental.

Al final del presente trabajo, se realiza una propuesta de un servicio complementario al turismo de salud y bienestar en Cantabria, en concreto en el Gran Hotel Balneario de Puente Viesgo (instalaciones y alrededores), con tratamientos y técnicas nuevas del método Wim Hof.

Palabras clave:

Salud, bienestar, Covid-19, tratamientos, balnearios, pandemia, sostenibilidad



ABSTRACT

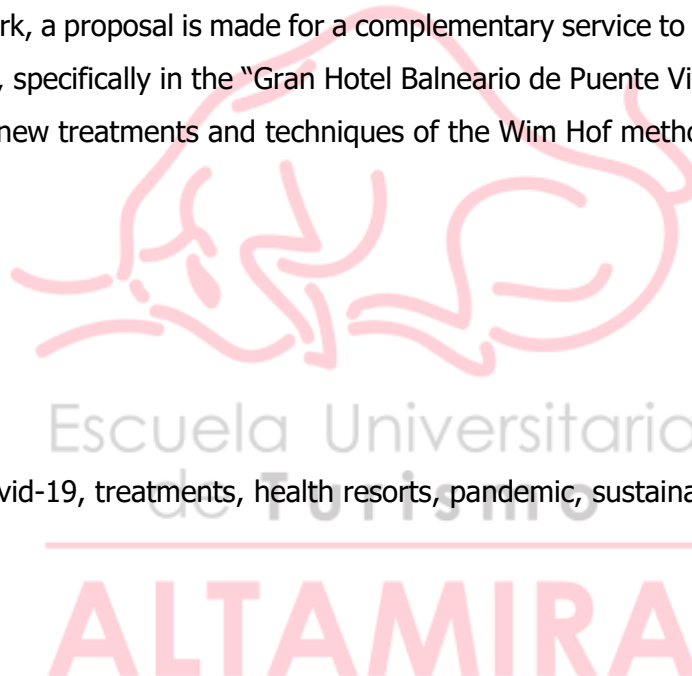
The pandemic has meant a before and after in all senses. The tourism sector has been one of the most affected, but, even so, as it can be observed throughout this work, focusing on the sub-sector of health and wellness tourism and especially health resorts, it has more than recovered and has been able to overcome any crisis and has even positioned itself as a new trend.

Through research and surveys carried out among professionals in the tourism sector, the impact that the pandemic has had on tourism and on people's mentality about travelling, the change in values and the increase in health and wellness tourism. This change has been the result of the health crisis and the increase in personal concern for physical and mental health.

At the end of this work, a proposal is made for a complementary service to health and wellness tourism in Cantabria, specifically in the "Gran Hotel Balneario de Puente Viesgo" (facilities and surroundings), with new treatments and techniques of the Wim Hof method.

Keywords:

Health, wellness, Covid-19, treatments, health resorts, pandemic, sustainability



ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. Finalidad	7
1.2. Objetivos	8
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Contextualización.....	9
2.2. Orígenes del turismo de salud y bienestar	13
2.3. Historia del turismo de salud y bienestar en España.....	14
3. METODOLOGÍA.....	19
4. TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR PRE-COVID19.....	20
4.1 Contexto General	20
4.2. Contexto de turismo de salud y bienestar.....	22
4.3. Análisis de la oferta.....	24
4.4. Análisis de la demanda	25
5. IMPACTO DE UNA PANDEMIA	29
5.1. Bajada del turismo	29
5.2. Cambio de mentalidad.....	30
6. TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR COMO TENDENCIA	33
7. NUEVAS OPORTUNIDADES	37
8. PROPUESTA DE TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR EN CANTABRIA.....	40

9. CONCLUSIONES Y REFLEXIÓN FINAL	46
Índice de gráficas, esquemas e imágenes	49
Índice de graficas	49
Índice de esquemas.....	49
Índice de imágenes.....	49
REFERENCIAS.....	50
ANEXOS.....	55
Anexo I.....	55
Anexo II.	56



1. INTRODUCCIÓN

1.1. Finalidad

El tema del presente TFG nace de la curiosidad por varios asuntos entre los cuales están los comienzos del turismo de salud y bienestar en la historia, es decir desde cuándo empezaron las personas a viajar por salud, las tipologías dentro de este, las diferencias, y cómo ha cambiado hasta llegar a la percepción que se tiene hoy en día. Pero como motivo más importante, y tema entorno al que gira la base de esta investigación, es el auge en el que se encuentra el turismo de salud y bienestar en la era Covid-19, los nuevos valores de la sociedad, preocupación por la salud y el bienestar tanto físico como mental, que lleva a la aceptación y realización de métodos nuevos para estar bien con uno mismo.

Investigar sobre este tema surge de la inspiración que me ha dado la asignatura de "*Case studies in Tourism*" cuya traducción al español sería "Estudios de caso en turismo", en la Universidad de Deggendorf, o más bien conocida como "DIT" (Deggendorf Institute of Technology, o THD), durante mi estancia Erasmus. Clases impartidas por el profesor Jack Romero, uno de los fundadores de la aerolínea "*British Mediterranean Airways*", actualmente coach de creación de empresas a nivel global en universidades y escuelas de negocios de la Unión Europea, asesor y mentor de PYMES.

Una de mis ideas fue la creación de un estudio de caso sobre el crecimiento de la importancia que estaba teniendo la salud en momentos de crisis sanitaria, relacionándolo con la industria del turismo.

1.2. Objetivos

El objetivo principal de este trabajo fin de grado, además de analizar la evolución de la tipología de turismo elegida, en este caso de salud y bienestar, es también de su oferta y su demanda, la amplia variedad de subcategorías con las que cuenta.

Continuando con la relación entre el turismo y la salud, y como base principal de esta investigación, se pretende mostrar el cambio de visión desde que la sociedad se encuentra sumergida en una pandemia mundial, con la mayoría de los sectores obligados a imponer medidas sanitarias de higiene y seguridad con las que antes no contaban, nuevas políticas y condiciones que en ocasiones cambian por completo el modelo de trabajo anterior, las consecuencias de un parón en la vida cotidiana de toda la sociedad se han notado en todos los sentidos, y el turismo se ha visto gravemente afectado. A todo esto, debemos añadir que la sociedad en general va evolucionando y cambiando de mentalidad.

De esta manera, y con todos los cambios realizados, los viajes no se quedan atrás, y en relación con la salud, los diagnósticos, los tratamientos médicos, la terapia, rehabilitación, los retiros espirituales, los tratamientos de relax y prevención... y muchos más factores se han visto afectados en gran medida por toda la variedad de medidas impuestas.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Contextualización

En el presente apartado, el marco teórico, que se considera parte muy importante del proyecto junto con el marco histórico, se procede a la búsqueda intensiva y comparación de las definiciones existentes que nos dan las instituciones, organizaciones y medios oficiales.

Para comenzar, según las definiciones utilizadas en la cadena de valor del turismo que nos ofrece la OMT (Organización Mundial del Turismo), entendemos por destino turístico un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital.

Una vez que se sabe lo que turismo, destino turístico y definiciones relacionadas que todo el mundo conoce, continuamos con terminología relacionada con la salud y el bienestar, siendo estas más complejas y contando con teorías que las puede igualar o diferenciar. Entonces ¿qué es la salud? Pues tal y como nos indica la siguiente cita procedente del Preámbulo de la Constitución de la Organización Mundial de la Salud y cuya definición no ha sido modificada desde 1948:

"La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades"

Al mismo tiempo, tal y como nos relata la Revista Española de Salud Pública, el término de bienestar se trata de un concepto globalizador que abarca, los relacionados con la salud y los no relacionados con ella, como autonomía e integridad. Es por ello que existen varios tipos de bienestar, como por ejemplo el bienestar físico, el bienestar mental y emocional, el bienestar social, el bienestar laboral... y estos a su vez pueden englobar más tipologías. El concepto de Bienestar es intercambiable con el de Calidad de Vida.

Con lo cual, comenzando a mezclar ciertos conceptos del presente marco teórico ¿qué es el turismo de salud? ¿hemos convertido acaso la salud en un producto turístico? ¿y el turismo de bienestar? ¿o el turismo médico?

La OMT los define de la siguiente manera:

- *"El turismo de salud como el que cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad.
El término de turismo de salud engloba el turismo de bienestar y el turismo médico."*

- *"El turismo de bienestar es un tipo de actividad turística que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual. La motivación primordial del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, la alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos."*
- *"El turismo médico es un tipo de actividad turística que implica la utilización de recursos y servicios de curación médica (tanto invasivos como no invasivos) con base empírica. Puede incluir el diagnóstico, el tratamiento, la cura, la prevención y la rehabilitación."*

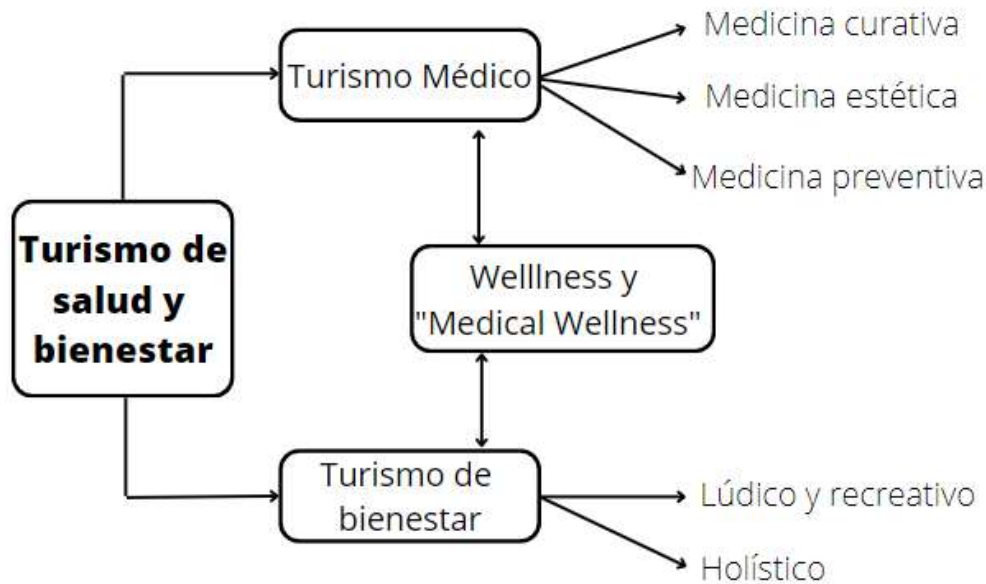
De esta manera se observan las diferencias y podemos darnos cuenta de que la unificación de estos, siendo turismo de salud y bienestar el término al que nos referiremos a lo largo de este trabajo, son aquellos viajes cuya motivación es el bienestar general, haciendo referencia tanto a la salud física, como mental y/o espiritual. A través de la realización de ciertas actividades o contratación de servicios, se busca una estabilidad, relajación, desconexión, mejora de la condición personal y el estilo de vida del individuo.

Aunque si nos enfocamos más en el término de turismo de salud, sí que puede parecer a primera vista que se refiere a un concepto convencional orientado a la realización de métodos curativos y/o preventivos de la medicina tradicional, o la búsqueda de servicios lo que proporcionen, lo cual solamente involucra la salud física o enfermedades más comunes. Pero en esta ocasión la unión con el turismo de bienestar da lugar a un potencial que se encuentra en crecimiento y con una amplitud mayor que su concepto tradicional, puesto que ofrece una variedad de actividades, procedimientos y servicios que no se limitan a la búsqueda de mejorar en salud física, sino que se centra en un enfoque general de mente, cuerpo y espíritu.

Además, cabe mencionar que según un informe de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), en el turismo de salud tiene que haber voluntad de viajar y voluntad de tratamiento, es decir las dos cosas a la vez, con lo cual se llega a la conclusión de que el motivo principal del viaje es la búsqueda de esos servicios, y que NO se consideran turistas de salud y bienestar a aquellos turistas o residentes internacionales que reciben un servicio de salud en un país que no es el suyo y no se desplazaron por ese motivo.

De acuerdo con la compañía McKinsey, analizamos y describimos el siguiente esquema con la división y clasificación del turismo de salud y sus subcategorías.

Esquema 1. Clasificación de las tipologías del turismo de salud y bienestar



Fuente: elaboración propia a través de datos obtenidos en: T&L, McKinsey: Defining Wellness services: A fact-based approach to a nascent industry, febrero 2009

Comenzando con la primera tipología de turismo médico, la medicina curativa, que son viajes cuyo objetivo es tratar una condición médica con un coste menor y una atención mejor y más personalizada que en el país de origen. Algunos ejemplos de tratamientos podría ser el manejo de sobrepeso (por ejemplo, cirugía bariátrica), métodos para la artritis, dolores crónicos, ortopedia, trasplantes, cirugía cardiovascular...

Siguiendo con el turismo médico, la medicina estética, que incluye los viajes motivados a la mejora en el aspecto físico como podría ser cirugía dental o facial, cirugía reconstructiva, tratamientos anti-aging, acné y soluciones a desordenes de pigmentación...

En el mismo orden de ideas, la medicina preventiva, que también forma parte del turismo de salud, pero estos tratamientos son más parecidos a los chequeos médicos generales, la salud femenina y/o masculina, o el envejecimiento saludable, estos viajes tienen el objetivo de prevenir futuros problemas médicos gracias a controles y tratamientos médicos adaptados.

En relación con la prevención, es la parte que unifica el turismo médico con el de bienestar, el llamado Wellness o "Medical wellness", ya que esta tipología se refiere a los viajes en los cuales

el individuo tiene el objetivo de cuidarse a sí mismo por medio de tratamientos alternativos y para prevenir condiciones médicas. Incluimos en este grupo tratamientos como talasoterapia, termalismo, tratamientos de spa, masajes específicos, acupuntura, medicina con hierbas indígenas/medicinales, taller de nutrición y una gran variedad de novedades que se va sumando a la lista.

Algunos de los servicios o actividades mencionadas anteriormente también se agrupan en la siguiente tipología que es el turismo de salud y bienestar lúdico y recreativo, el cual está compuesto de viajes realizados para sentirse bien y mejorar el estilo de vida. Este grupo abarca tratamientos de spa, sauna/baño turco, jacuzzi, piscina de color, masajes, fitness/deporte, termalismo y talasoterapia entre muchos. Todos ellos pretenden lo mismo y es que la persona consiga desconectar de la rutina durante su viaje, se relaje y mejorar su bienestar.

Por último, finalizando las definiciones del esquema de McKinsey, la última subcategoría, el turismo de salud y bienestar holístico, que son viajes para sentirse bien en cuerpo, mente y espíritu. Lo que se hace en este tipo de viajes son actividades guiadas como Shiatsu, yoga, meditación, Tai chi, Qi Gong, tradiciones indígenas, retiros espirituales, y una gran variedad de tratamientos con el mismo objetivo.

2.2. Orígenes del turismo de salud y bienestar

Hace mucho más tiempo del que nos podemos imaginar, los viajes por salud y bienestar ya existían. En lugares como la India, China, Egipto y Mesopotamia, alrededor del 4000 a.C., ya se presentaba la peregrinación de las personas hacia los templos sagrados para tomar baños medicinales y aguas termales (Kazemy, 2007), y es curioso que ya desde tiempos antiguos en general era tendencia situar los centros de salud alrededor de las aguas termales.

De entre los viajes históricos a otros países y regiones en búsqueda de la mejora de la salud, destacan los viajes de los antiguos griegos y egipcios a las aguas y baños termales para curar las enfermedades (Horowitz, Rosensweig y Jones, 2007).

El primer caso registrado como turismo médico fueron unas personas de Grecia que viajaron desde el Mar Mediterráneo hasta Epidauro (Golfo Sarónico), se decía que ese territorio era el santuario de Asclepios, que en la mitología griega era el dios de la curación. Los viajeros de la época, llamados "turistas médicos" recibían cuidados especiales en baños calientes, se les proporcionaba comida sana y vino tinto.

Por otro lado, en la antigua Roma, los baños o complejos termales aún no se consideraban centros de turismo médico porque los visitantes se encontraban a menos de un día de camino lo que no significaba mucho en ese momento, pero aun así si representaban un espacio social importante para la clase alta y privilegiada del imperio. Pero con la prolongada expansión del imperio romano por más de 1.000 años, comenzaron a llegar al mediterráneo una gran variedad de personas, indiferentemente de su clase social, buscando consejo médico y tratamientos, así como peregrinos, diplomáticos, mendigos y reyes de muchos rincones del mundo antiguo. Además, debido al comercio activo con muchos lugares de Persia, África y Asia, en los baños medicinales romanos se empezaron a mezclar y ampliar ciencias y conocimientos de curación, incorporando masajes como el ayurvédico, medicina china o curación espiritual budista. (Kazemy, 2007)

A continuación, centrándonos más en Europa, en concreto del siglo XV al siglo XVII, la precaria situación sanitaria que se vivía en ese momento hizo que la clase pudiente, es decir las personas adineradas comenzaran a buscar asistencia médica fuera de su residencia habitual viajando a escuelas de medicina renombrada, además existía cierto interés por los balnearios medicinales, las aguas mineralizadas (termales) y los baños de mar. (Swarbrooke & Horner, 2007)

Durante el periodo renacentista comenzó a florecer el turismo de salud en Europa. En 1326 se hizo famoso un pueblo conocido como Ville d'Eaux o ciudad de las aguas, cuando se descubrieron las aguas termales, ricas en hierro y con propiedades curativas. Aquí fue donde se utilizó por primera vez la palabra spa, que es un término de origen romano que deriva de "salude per aqua" o salud a través de las aguas.

Así fue como en el siglo XVI, la clase alta europea retomó los baños romanos y comenzaron los viajes masivos a las ciudades turísticas con balnearios como St. Mortiz, Ville d'Eaux, Baden Baden, Aachen y Bath en Inglaterra. Esta última ciudad mencionada, Bath, fue el destino de moda para el ocio y bienestar de los ricos y famosos, durante un tiempo estuvo incluso más adelantada que Londres en cuanto a infraestructuras públicas, y surgieron muchos hoteles y restaurantes, en general la ciudad mejoró mucho y fue gracias al turismo de salud.

Durante los siglos XVIII y XIX, continuaron los viajes por salud a los balnearios, el destino más popular era el sur de Francia, huyendo del frío del norte de Europa. Debido a la industrialización, se mezclaron situaciones de diferente índole, como por ejemplo cambios socioeconómicos a raíz de la urbanización, aumento de los problemas sanitarios, formación y desarrollo del transporte... todo esto junto con la preocupación por la salud y el cuidado del entorno, provocó el crecimiento del flujo de viajeros cuya motivación era huir de la ciudad a practicar un turismo saludable, en este caso hacia los balnearios y spas que se consideró una actividad de moda en aquellos tiempos (Holden, 2006) (Swarbrooke & Horner, 2007).

En el siglo XX siguió esta tendencia vacacional, especialmente en climas cálidos. Hoy en día en Europa, los turistas siguen viajando a estos lugares en busca de relajación, diversión y salud.

2.3. Historia del turismo de salud y bienestar en España

El presente subcapítulo está orientado a la aparición y evolución del turismo de salud y bienestar en España, la información plasmada es una síntesis del libro online de *"El agua bienhechora. El turismo termal en España 1700-1936"* de Luis Alonso-Álvarez, Margarita Vilar Rodríguez & Elvira Lindoso Tato.

Anteriormente se comentaba cómo en el siglo XVIII debido a la industrialización junto con otros factores determinantes, se recuperó la práctica de los baños termales, pues lo mismo pasaba en la Península, donde los romanos y los árabes ya habían construido instalaciones alrededor de manantiales naturales de los que surgían aguas con propiedades

mineromedicinales, lo que se conocieron como las caldae romanas, que fueron aprovechadas posteriormente por los árabes que además de descubrir otras nuevas, las denominaron alhamas.

Durante el siglo XVIII, la población campesina española había conservado en el mundo rural una terapia asociada a rituales mágico-religiosos que se ubicaban próximos a manantiales termales, el suceso era en ocasiones estacional, ya que se tenían que desplazar los enfermos con sus familias (y muchas veces con sus utensilios domésticos) a esos lugares sagrados para curarse o aliviar sus dolencias. Gracias a ellos, por conservar esa tradición, se impidió su olvido y destrucción y se preparó la recuperación del empleo de las fuentes termales.

Hacia finales del siglo XVIII, las elites ilustradas descubrieron estas prácticas de termalismo entre las clases populares, especialmente campesinos, y fue la monarquía (vinculada al pensamiento científico-medico) la principal promotora de estos viajes en la clase alta, de esta manera ya formaban parte de la demanda los militares y parlamentarios de las cortes de Cádiz, elites económicas e intelectuales. Este hecho no produjo una unión de las diferentes clases, sino más bien una disociación, ocurrió una especie de trickle down invertido (el autor citado en el texto, McKendrick, empleaba este concepto de imitación de las pautas de consumo), en el que fueron los grupos sociales de rentas altas los que imitaron las pautas de consumo de las clases populares (como ocurrió con la incorporación del hábito de fumar en España en el mismo siglo).

De este modo, la mezcla de clases en la demanda fue el hecho que realmente propulsó el futuro del turismo de salud y bienestar, y la continuación de este tipo de viajes.

2.3.1. SIGLO XIX

Al inicio del siglo XIX, existían algunos obstáculos para que la práctica de este tipo de turismo se extendiese al conjunto social, pero se fueron solucionando poco a poco. Para empezar, no existía ningún tipo de regulación de esta actividad, y esto hacía que muchos lugares no tuvieran condiciones mínimas de higiene y bienestar, ni un titular médico, cuyas consecuencias eran peores ya que había 'empresarios' sin escrúpulos que se aprovechaban para obtener beneficios propios.

Por lo consiguiente se creó la primera reglamentación del sector, con la publicación del Real Decreto de 29 de julio de 1816, por el que se estableció que en cada balneario hubiese al frente un profesor de suficiente conocimiento de las aguas y de la parte médica para determinar su aplicación y uso, y en 1877 se fundó la Sociedad Española de Hidrología Médica.

Debido a la inestabilidad política del país en gran parte del siglo, cambios de gobierno (absolutistas y liberales, moderados y progresistas, guerras carlistas), continuos golpes de Estado y amenazas constantes de los rebeldes... se creó una gran inseguridad colectiva en la población lo que no ayudaba a los viajes y desplazamientos que necesitaba el turismo primitivo de salud y bienestar

Por ello, hubo bastantes cambios en cuanto a las normas, y modificando el decreto de 1816 la Real Orden de 9 de febrero de 1889 manda que los balnearios sean dirigidos cada uno por distinto un profesional especializado, y es así como surge la figura de director-Médico, retribuido por la Administración y encargado de los aspectos relacionados con la sanidad e higiene de los centros. Y más adelante en 1924 y el Real Decreto de 25 de febrero regula la formación de escalafón de médicos directores.

Entre otros obstáculos destacables existía la indefinición de los derechos de propiedad de las fuentes termales, la propiedad pertenecía a los bienes comunales del municipio, es decir a todos los vecinos de los pueblos cercanos. El problema llegó poco más adelante cuando la incapacidad de los ayuntamientos para mantener las instalaciones hizo que los bienes se traspasaran a particulares en forma de arriendo o venta. Hasta que en 1855 se transfirieron todos los derechos de todos los establecimientos que aún eran del Estado a particulares, para su explotación comercial.

Al mismo tiempo, la inexistencia de infraestructuras de transporte (sobre todo vías férreas, carreteras, etc.), era un hecho que frenaba los desplazamientos, pero a partir de 1840 con el fin de la Guerra Carlista, mejoró la red viaria con la construcción de ferrocarriles, mejora de carreteras, uso del correo postal que aumentó el flujo de información, lo que en su conjunto estimuló también el aumento de la oferta y la demanda.

Coincidiendo con este último hecho, en España, a mediados del siglo XIX la actividad de "tomar las aguas" fue muy popular, y así el termalismo se convirtió en un signo de distinción social. Ya que existían dos grandes categorías de establecimientos y con una demanda diferente, por un lado, los centros que se habían modernizado copiando el modelo europeo, incluyendo actividades deportivas, culturales, lúdicas y festivas que acogían a la clase media y alta, y por otro lado los establecimientos populares, pequeños o grandes balnearios, que procedían de la antigua tradición y sus clientes eran de clase baja con una economía más limitada.

A partir de los años sesenta e incluso antes, se empezaron a crear "grandes hoteles", incorporando también la restauración en determinados balnearios, así fue como comenzó la figura de bañista o agüista, un nicho de mercado urbano que solo venía a pasar los veranos

con su familia. De este modo desde el último cuarto del siglo XIX los baños termales se convirtieron en centros de encuentro social y la figura de bañista se sobreponía a la de enfermo.

2.3.2. SIGLO XX-actualidad

A comienzos del siglo XX, e incluso antes, aparecieron colectivos que defendían los intereses de los grupos que intervenían en la ordenación del primitivo turismo termal, fue así como en 1906, en Madrid, se creó una patronal frente a los intereses de los médicos directores y la intervención del Estado, la Asociación de Propietarios de Balnearios y de Manantiales de aguas mineromedicinales de España.

Sin embargo, en aquellos momentos se podía hablar de una triple clasificación de los centros termales, no beneficiosa y adaptada a la demanda. Junto a los dos tipos de centros ya existentes, los que estaban dirigidos a los políticos y gente de clase alta y los que tenían una demanda rural adaptados al modelo tradicional, encontramos los llamados centros clandestinos que no pagaban impuestos y ni siquiera contaban con un director médico o servicios decentes, pero eran la competencia de los de mayor demanda rural por sus precios.

De ahí en adelante, comienza a descender la demanda por varios factores, unos más relevantes que otros, entre ellos la epidemia de la gripe en el año 1917 y a continuación el aumento de la conflictividad social.

Por lo demás, después de ese repunte llegaron de nuevo las dificultades, en primer lugar, muchos profesionales de la medicina empezaron a cuestionar las terapias termales, puesto desde la I Guerra Mundial se respaldaban más los medicamentos, además en 1928 Alexander Fleming descubrió el primer antibiótico, la penicilina, de este modo el conjunto de estos factores hizo que se desaconsejara el uso de las aguas medicinales.

Aunque el factor más importante, por el cual se deterioró el sector afectado en su totalidad, fue la Guerra Civil y, sobre todo, la larga posguerra. En esos momentos los balnearios dejaron de ser lo que eran para transformarse en hospitales de sangre, cuarteles de las tropas, prisiones, almacenes o después incluso seminarios religiosos, algunos fueron bombardeados por estar en lugares estratégicos. Además, la posguerra hizo que las rentas bajaran significativamente creando muchas dificultades durante más de veinte años.

Durante los años sesenta el turismo de salud y bienestar no crecía como es debido, ya que tenía un fuerte competidor, y era el turismo de sol y playa, denominado turismo de ola en aquella época. Hasta la siguiente década que se empezaron a recuperar los balnearios, gracias

al apoyo de la Administración y el esfuerzo de los propietarios, que se adaptaron a la nueva demanda, pues las nuevas tendencias eran huir de la ciudad y su contaminación, de las masificaciones y estar en contacto con la naturaleza.

Por ello, varias Comunidades Autónomas convocaron ayudas para rehabilitar, acondicionar y modernizar las instalaciones de los balnearios, y asimismo en 1989 surgió el primer Programa de Apoyo al Termalismo Social a través del IMSERSO (el organismo público que proporciona servicios sociales para las personas mayores y en situación de dependencia).

De esta manera, a finales del siglo XX se estimuló a los empresarios a realizar inversiones creando establecimientos más modernos y de mayor calidad.

Cabe mencionar el apoyo de la Administración General del Estado para promocionar los balnearios de España, indicando en las Conclusiones del Congreso Nacional de Turismo de 1997 que es necesario mejorar la calidad de los balnearios y definir los productos para su comercialización exterior.

Finalmente, así se diversificó tanto la oferta como la demanda, ya que el turismo de salud y bienestar recuperó el modelo tradicional, pero se complementó con más servicios de ocio, y la demanda aumentó atrayendo a nuevos tipos de consumidores, de todas las edades, dicha diversidad de la demanda hizo que el turismo de salud y bienestar pueda soportar con menores dificultades cualquier situación de recesión. Y esto se trata ni más ni menos que un nuevo capítulo en la historia del turismo de salud y bienestar, que influyó en el futuro y fue desarrollándose, aumentando y diversificando su oferta y su demanda en continuación hasta día de hoy.

ALTAMIRA

3. METODOLOGÍA

Para poder tener un contexto general del tema a tratar en esta investigación, se han utilizado varios tipos de fuentes.

En primer lugar, las fuentes secundarias oficiales han sido libros online relacionados con el tema del trabajo, artículos de periódicos oficiales y revistas, sobre todo de Hosteltur, diversas páginas de internet, portales web de asociaciones oficiales de balnearios españoles u otras que trabajan en el sector.

Además, las páginas de: Instituto Nacional de Estadísticas, TourSpain, Statista, Observatorio de Termalismo, The Global Wellness Institute, La Moncloa y el Gobierno de España.

En último lugar en cuanto a las fuentes secundarias, las páginas webs oficiales del Gran Hotel Balneario de Puente Viesgo y de Wim Hof Method.

Por otro lado, en cuanto a las fuentes primarias como son las encuestas y entrevistas, se ha contactado individualmente con profesionales del sector turístico, pero de diferentes ramas, agencia de viajes y balneario de prestigio en Cantabria, para conocer la opinión y el punto de vista de primera mano, sean respuestas tanto negativas como positivas.

Para la realización de dichas entrevistas, la primera toma de contacto se ha realizado por llamada telefónica y después se ha procedido al contacto a través de correo electrónico.

La primera encuesta se ha realizado a Ana Isabel Ruiz Palazuelos coordinadora halcón viajes y viajes ecuador Cantabria y Burgos; y la segunda al Gran Hotel Balneario de Puente Viesgo el cual derivó a la persona que consideraban más apropiada para dar respuesta las preguntas y con experiencia sobre el tema a tratar y fue Susana Gómez, responsable del Departamento de Marketing, Comercial y Relaciones Públicas del Balneario de Puente Viesgo.

4. TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR PRE-COVID19

4.1 Contexto General

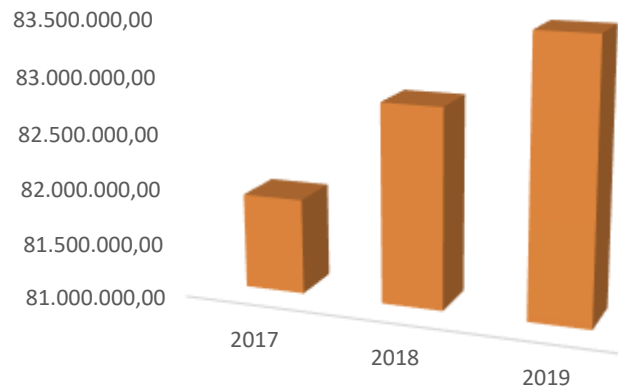
El turismo, ha estado presente y ha sido importante para la sociedad desde tiempos inmemorables, tal y como comentábamos en el capítulo anterior. Pero centrándonos en España, podemos decir que es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de la economía, ya que contribuye al PIB, es generador de empleo y aporta al país una potente imagen de marca. Y en concreto el turismo de salud y bienestar que también ha estado presente desde hace siglos y ha contribuido a la consolidación de instalaciones cada vez más complejas y modernas con una gran variedad de servicios.

Según las cifras que se indican en un informe realizado por la asociación empresarial World Travel & Tourism Council (WTTC), desde 2010 hasta 2018 en España el turismo fue el segundo sector económico de mayor crecimiento, aumentando anualmente un 3,38%, superado por el sector de la automoción con un 3,44%, y situándose por delante del conjunto de la economía con un 1%.

Además, el Índice de Competitividad de Turismo sitúa desde 2015 a España como líder del ranking turístico mundial ya que ocupa el primer puesto del World Economic Forum (WEF) que premia a los países más competitivos en el sector del turismo entre 140 economías. (ICEX, 2019)

Desde 2017, España supera récords de visitantes, teniendo 81,5 millones ese mismo año, 82,8 millones de visitantes al año siguiente, aumentando cada año esa cifra, obtuvo 83,7 millones de turistas en el año 2019, un 1,1% más que el anterior. Datos históricos confirmados por la encuesta Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur), publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Y es así como podemos observar en el siguiente gráfico, que el turismo llegadas a nuestro país aumentaban año tras año con creces.

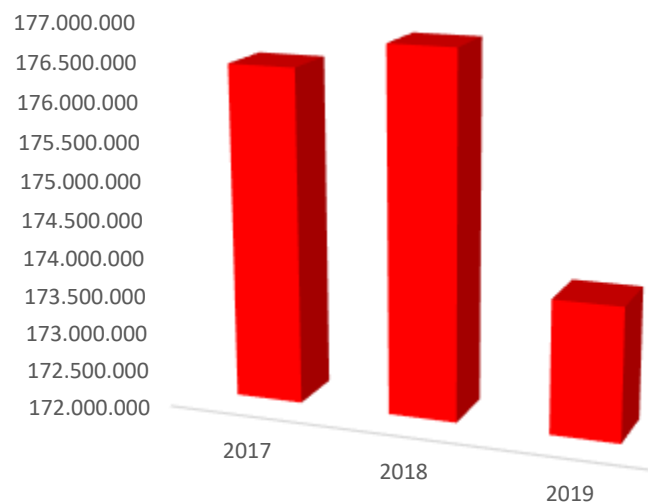
Gráfico 1. Evolución del número de visitantes en España



Fuente: elaboración propia a través de datos obtenidos de TourSpain e INE

De acuerdo con el ICEX, la industria del turismo es el gran motor de la economía y del empleo españoles (2,3 millones de empleos). El fuerte apoyo de las políticas públicas al sector, con colaboración público-privada, y la orientación clara hacia un modelo de turismo sostenible y de calidad consiguen que en torno a la mitad de los gastos internos del sector del turismo procedan de los visitantes internacionales. Cabe destacar que la orientación del turismo a los turistas extranjeros se debe también a que se ha observado una bajada en los visitantes nacionales, ya que estos también prefieren realizar sus viajes a otro país. En el gráfico posterior se puede apreciar dicho cambio en los turistas nacionales.

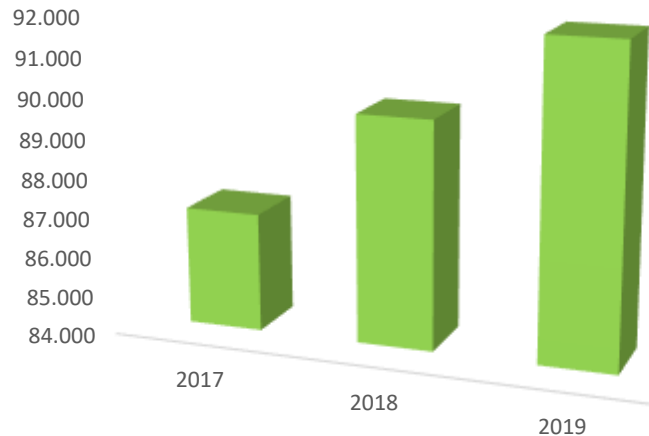
Gráfico 2. Evolución del movimiento turístico nacional



Fuente: elaboración propia a través de datos obtenidos de TourSpain e INE

Así es como el gasto turístico, alcanzó en el año 2019 los 92.278 millones de euros, un 2,8% más que el año anterior, según indica Egatur, la encuesta de Gasto Turístico, evolución que se puede observar en el gráfico que se muestra a continuación:

Gráfico 3. Evolución del gasto turístico España (mill. Euros)



Fuente: elaboración propia a través de datos obtenidos de TourSpain e INE

De esta manera se convirtió en el sector que más riqueza aporta a la economía española, representando el 14,6% del PIB con un total de 176.000 millones de euros anuales (Hosteltur y WTTC).

4.2. Contexto de turismo de salud y bienestar

Dentro de este mismo orden de ideas, analizamos las cifras existentes sobre el turismo de salud y bienestar en España, y tal y como refleja el informe de Global Wellness Tourism Economy, de los veinte principales mercados de destino de este tipo de turismo, España se situaba en 2017 en el puesto número 15, con 18,8 millones de viajes, una contribución de empleo directo de 0,10 millones. Además, la tasa de crecimiento anual de 2013 a 2017 era de un 6,2%, lo cual indicaba que este subsector turístico iba muy bien encaminado, con un crecimiento constante.

Cabe mencionar que a lo largo del informe también se detectó que en España la web oficial nacional de turismo promociona el turismo de bienestar, aunque la estrategia nacional de turismo no aborde el turismo de salud y bienestar y tampoco es un objetivo principal de inversión y promoción.

Aunque el turismo de bienestar haya experimentado un incremento a nivel mundial del 33% en un intervalo de tiempo muy corto, destacando China e India como los que más han crecido, siguen siendo Europa y Estados Unidos los líderes de este tipo de viajes. A través de datos extraídos del informe de World Travel Monitor encargado por la feria ITB Berlín, se calcula que aproximadamente 9,4 millones de turistas europeos (2,4% de todos los desplazamientos turísticos internacionales realizados en Europa al año) buscan sus vacaciones de reposo en un balneario o en algún spa o bien para someterse a un tratamiento médico.

Considerando que en esos momentos el turismo de salud y bienestar en España no se situaba en un mal puesto del ranking mundial, es sorprendente el crecimiento que experimenta en tan solo dos años, situándose como el quinto país a nivel mundial en turismo de salud y bienestar, y en el ranking europeo ocupando el segundo puesto después de Alemania. Datos facilitados por el Global Wellness Institute, que además añade que Barcelona se situaba como la tercera ciudad del mundo a la cabeza de este subsector, junto con Nueva York y Los Ángeles; y Madrid ocupaba la posición 25 en esta clasificación, y la quinta a nivel europeo. (Hosteltur)

Tal y como afirma Alejandro Bataller, vicepresidente de Sha Wellness Clinic, España es un referente internacional en el sector de salud y bienestar, donde el turista busca que su tiempo sea relevante y que la experiencia le afecte. Relacionado con esto, lo que buscan los turistas son experiencias y productos a medida, y generando eso junto con emociones e historias es como se logra un buen posicionamiento.

Por lo tanto, son esos servicios diferenciadores, y adaptados siempre a lo que el viajero busque, los que conseguirán que el país siga creciendo y manteniéndose entre los líderes de este sector. De esta manera, para tener una visión más clara de lo que se ofrece, dividimos los servicios de acuerdo con un estudio de la Escuela de Organización Industrial (EOI) de la mano del Ministerio de industria, energía y turismo del Gobierno de España sobre el turismo de salud, en el cual se observa una clasificación de la oferta principal y la complementaria del turismo de salud asociada según el tipo de destino. De modo que el destino más relevante para el presente trabajo es un destino rural, en el que la oferta principal son los balnearios y la oferta complementaria es deporte y/o la naturaleza; los destinos de costa cuentan con tratamientos de belleza, relax y bienestar como su oferta principal, wellness y sol y playa como

oferta complementaria; y no tan significativas, las ciudades, cuya oferta principal está centrada en tratamientos complejos y clínicas de excelencia, su oferta complementaria es la gastronomía y cultura. Clasificación reflejada en el siguiente esquema:

Esquema 2. Tipos de destinos y ofertas turismo salud y bienestar



Fuente: elaboración propia a través de datos y esquemas de la Escuela de Organización Industrial (EOI)

4.3. Análisis de la oferta

En referencia a la oferta que ofrece España en cuanto a turismo de salud y bienestar, es bastante potente y se encuentra creciendo cada vez más, ya que cuidar de la salud es un beneficio que aporta un valor añadido a cualquier viaje. Tal y como indica el Observatorio Nacional del Termalismo, el cual se encarga de dar a conocer las Villas Termales del territorio que tienen aguas con propiedades, en el "Mapa de Villas Termales y Balnearios 2016" (la última fecha en la que consta que se realizaron cambios), España cuenta con 113 balnearios en activo y 102 Villas Termales donde se puede disfrutar de una amplia oferta de tratamientos, además de otras actividades turísticas y culturales complementarias.

Según cita Hosteltur, entre 2012 y 2016, se abrieron o reanudaron su actividad ocho establecimientos con aguas mineromedicinales, y por otro lado otros siete cerraron sus centros, a pesar de estos cambios, el sector es capaz de afrontar la situación y de esta manera mantener la oferta nacional.

Cabe destacar que, dentro de las cifras mencionadas, Cantabria es la comunidad autónoma española que cuenta con el mayor número de balnearios por habitante, así lo confirma un estudio del Observatorio Nacional de Termalismo. Además, según datos del INE, un 16,7% de la población tiene acceso a cada uno de los seis balnearios cántabros.

Las Villas Termales con balnearios en Cantabria son:

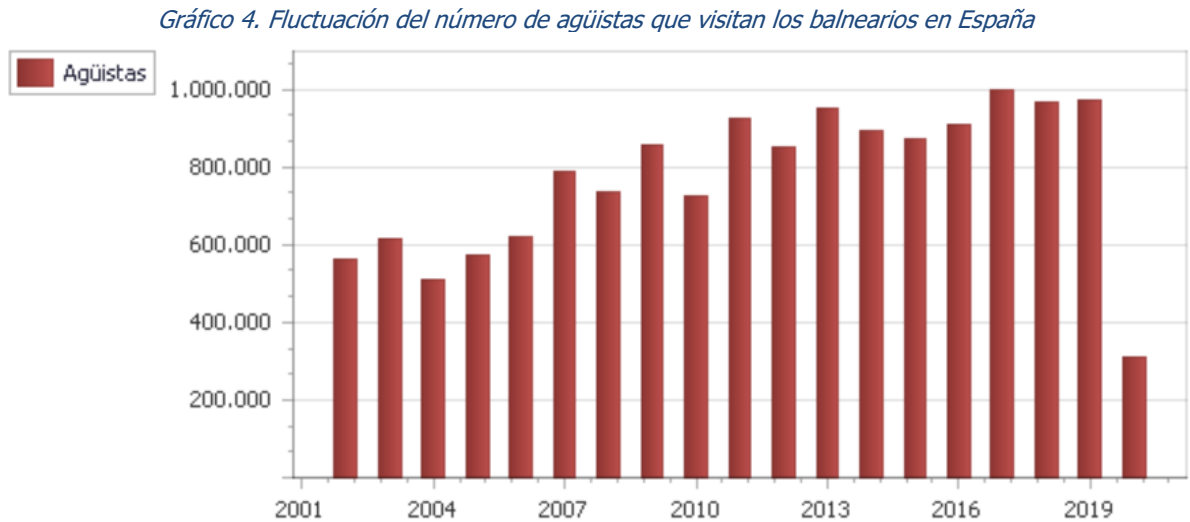
- Balneario de Puente Viesgo (Puente Viesgo)
- Balneario de Solares (Medio Cudeyo-Solares)
- Balneario de Liérganes (Liérganes)
- Balneario Parque de Alceda (Corvera de Toranzo)
- Balneario Las Caldas de Besaya (Los Corrales de Buelna)
- Balneario La Hermida (Peñarrubia)

De la misma forma, no suficiente con la oferta de balnearios, también destacan los spas u otros servicios relacionados con técnicas de relax incluidos en el turismo de salud y bienestar, donde se puede afirmar que España supera los setecientos establecimientos hoteleros que cuentan con spa. El responsable de Spa Consulting (primera firma dedicada al asesoramiento y consultoría integral de instalaciones wellness, spa y balnearios) Javier Vázquez-Illá calcula que la mitad de los hoteles vacacionales en España tienen spa, y en el caso de los establecimientos urbanos entorno a un 25% cuentan con ello. Por lo tanto, realizando una comparación para hacernos una idea de la importancia que tienen, estas instalaciones (spas, balnearios, villas termales) son para el turismo de salud y bienestar lo que las salas de reuniones son para el turismo MICE.

4.4. Análisis de la demanda

A continuación, relacionado con la demanda, se analiza el perfil del turista de salud y bienestar, obteniendo datos relacionados con sus motivaciones, sobre su comportamiento y características demográficas. Como ya se comentaba en el subcapítulo de la historia del turismo de salud y bienestar en España, en 1989 surgió el primer Programa de Apoyo al Termalismo Social a través del IMSERSO, además de saber que sigue funcionando hasta día de hoy, se entiende que anualmente es bastante significativo el porcentaje de personas mayores que forman parte de la demanda del turismo de salud y bienestar. Si comparamos cifras, según el Observatorio de Termalismo Social, en 2014 se ofertaron en España un total de 209.222 plazas, y en 2021 alrededor de unas 252.000 plazas.

En el siguiente gráfico se puede observar la fluctuación del número de agüistas que visitan los balnearios en España:



Fuente: Instituto Geológico y Minero de España. Aguas minerales y termales. Estadísticas de balnearios y agüistas. <https://aguasmineralesytermales.igme.es/ext/estadistica-ESP-balnearios.aspx>

Los datos generales muestran como las visitas a los balnearios iban poco a poco incrementando, añadido a estos datos, un estudio realizado por el Observatorio Nacional del Termalismo y Turismo Rural nos indica con más precisión el perfil de estos agüistas.

Por lo tanto, el 46% de los visitantes de los balnearios se encuentra en un rango de edad de 46 a 60 años. Y otro grupo de la demanda relevante en su mayoría son mujeres y la mitad de ellas con más de 60 años.

Al mismo tiempo, prácticamente los turistas de los balnearios españoles son nacionales, en concreto un 98%, y aunque los turistas extranjeros se interesan cada vez más por los centros termales españoles, este tipo de servicios suelen ser complementarios para ellos, es decir no viajan con ese objetivo principal.

Gráfica 5. Procedencia de los visitantes de balnearios españoles

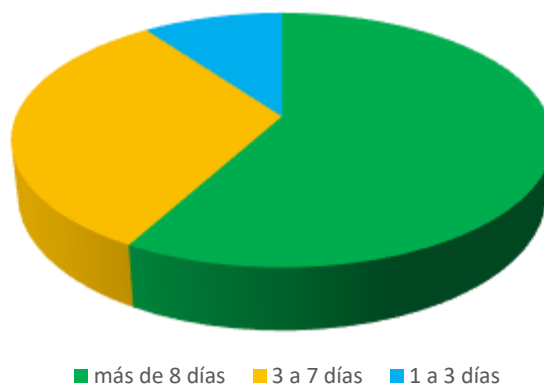


Fuente: elaboración propia con datos extraídos del informe del Observatorio Nacional del Termalismo y Turismo Rural

En cuanto al tiempo medio de estancia en un balneario, suele ser superior a ocho días para más de la mitad de los visitantes, el 32% se queda entre tres días y una semana (aunque estos suelen ser más jóvenes). Y los agüistas que se quedan solo un día suelen ser clientes privados.

Escuela Universitaria
de Turismo

Gráfico 6. Duración de la estancia en balnearios españoles



Fuente: elaboración propia con datos extraídos del informe del Observatorio Nacional del Termalismo y Turismo Rural

Acerca de las motivaciones principales de la demanda, el contexto y las tendencias, para aquellos que no son tan jóvenes, los llamados 'senior' o 'senior de alma joven', destaca sobre todo el aumento de la esperanza de vida, la predisposición a viajar, la mayor capacidad económica junto con el tiempo libre que es lo que da lugar a estancias más largas, y el interés por el bienestar y la salud física y mental.

Con respecto a los jóvenes, apenas mencionados en la demanda, son cada vez más los que se empiezan a interesar por este tipo de turismo, a raíz de preocuparse más por el bienestar y la tranquilidad, su salud física y ante todo su salud mental. El uso intensivo de las nuevas tecnologías y de plataformas de intercambio y colaboración por los jóvenes es una de las tendencias, y otra de las motivaciones principales es el gran valor que se le da a las experiencias auténticas, estos también se preocupan más por cuestiones de sostenibilidad y tienen un alto nivel de educación, aunque la mayoría de ellos una menor capacidad económica. (Ostelea)



5. IMPACTO DE UNA PANDEMIA

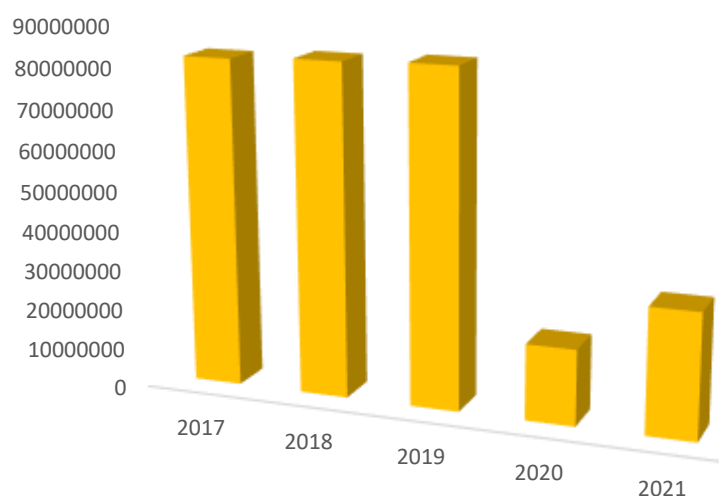
5.1. Bajada del turismo

La llegada de la pandemia del coronavirus creó desgraciadamente muchos daños, y situaciones desfavorables para todas las personas y todos los sectores, y el turismo ha sido uno de los más perjudicados. En este caso, el turismo ha sido de las primeras cosas en caer a raíz de un confinamiento total, los viajes desaparecieron en todas sus modalidades. Resultó una situación bastante impactante para la sociedad poder ver todos aquellos lugares turísticos tan transitados, que día a día estaban llenos de personas haciendo fotos o realizando una visita guiada...completamente vacíos. Esta y otras muchas situaciones, como restricciones o requisitos para viajar, crean un antes y un después en la sociedad.

Esto se debe a que, en situaciones de crisis, ya sean sanitarias, económicas o sociales, los sectores más frágiles son los que no ofrecen productos de primera necesidad, el turismo no es una necesidad básica, son servicios que se compran cuando el resto de los bienes están cubiertos. Además, dependiendo de en qué sociedad, es probable que sea de los sectores que tarde más en recuperarse por completo.

De esta manera, si analizamos y comparamos con cifras anteriores, donde el turismo estaba en su mejor momento batiendo récords anuales, es sorprendente la caída de los visitantes, que según estadísticas oficiales del INE junto con TourSpain, cayó aproximadamente un 70%, debido a los meses en los que la actividad se frenó drásticamente, como se puede observar en el siguiente gráfico:

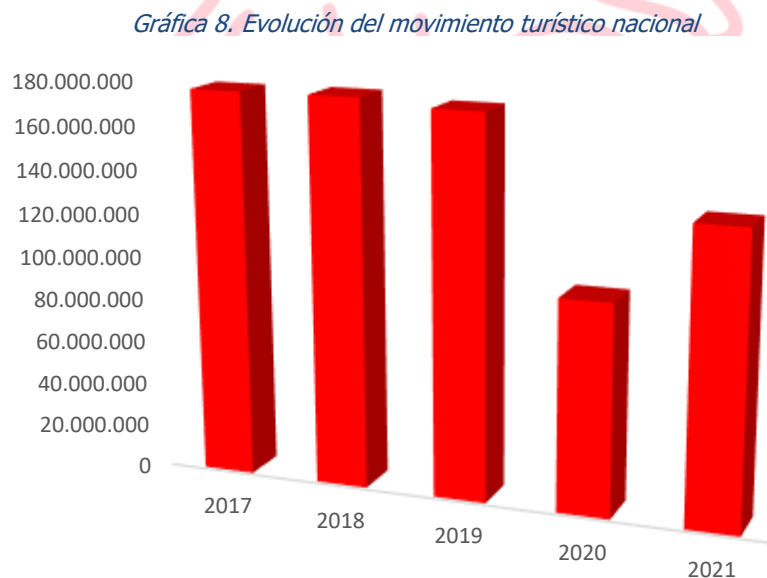
Gráfica 7. Evolución del número de visitantes en España



Fuente: elaboración propia a través de datos de datos obtenidos de TourSpain e INE

A pesar de todo, la sociedad se iba recuperando poco a poco, el turismo retomó su actividad, y tal y como se aprecia en el gráfico anterior, el número de visitantes aumentó en 2021, claramente sin alcanzar las cifras de 2019 pero teniendo en cuenta las restricciones tanto entre comunidades autónomas como entre países se sabe que es un crecimiento lento e imprevisible. Así como cita La Moncloa, según datos publicados por el INE, durante el año 2021 visitaron España 31,3 millones de turistas, un 64,4% más respecto al año anterior, que tuvo 18,9 millones de turistas.

Sin embargo, en cuanto a cifras que no han disminuido tanto y que además se recuperan con más rapidez son las relativas a los movimientos turísticos nacionales, así se observa en el gráfico de la evolución del movimiento turístico que se muestra a continuación, como el turismo nacional no descendió en exceso.



Fuente: elaboración propia a través de datos de datos obtenidos de TourSpain e INE

5.2. Cambio de mentalidad

De esta manera se puede justificar con datos de estadísticas oficiales que los primeros viajes tras el confinamiento son en el propio país, lo que hace que se cree una nueva tendencia. De hecho, una gran desgracia como esta induce a unos grandes cambios como los que han ido ocurriendo y como los que se siguen y seguirán viviendo, ya que como se ha mencionado

anteriormente es un proceso lento, variable y dudoso, con cambios de mentalidad en la sociedad lo que conlleva a diferentes comportamientos y tomas de decisiones.

Para empezar, uno de los puntos clave es el miedo generado en la sociedad, para la realización de cualquier actividad social o situación en la cual está implícita la interacción cercana y física con otras personas. Dicho miedo también ha creado un rechazo a cualquier servicio turístico, ya que se percibe un riesgo, y en concreto el riesgo sanitario se define como la posibilidad de que el viaje al destino provoque una enfermedad que amenaza la vida, lo que da lugar a la pérdida de confianza del consumidor (Andreu et. al, 2020). Resulta complicado recuperar la confianza de los visitantes, puesto que existe una unión en la percepción del riesgo y el turismo, ya que la decisión de viajar lleva consigo una incertidumbre, porque el acto de viajar significa un desplazamiento a lugares y entornos sociales desconocidos (Yang et al., 2017), y esto se multiplica cuando ya la situación pandémica crea una incertidumbre social general.

En el mismo orden de ideas, según se presenta en el informe complementario al Estado de la salud de la Unión Europea (*State of Health in the EU: Companion Report 2021*), la pandemia ha creado un impacto atroz y ha pasado factura al bienestar mental de las personas, sus datos actuales indican que han aumentado notablemente los niveles de ansiedad y depresión en la población. De hecho, se tendrán consecuencias tanto inmediatas como a largo plazo. Cabe destacar también que la pandemia ha conllevado un aumento masivo en el uso de las herramientas digitales, no solo creando cambios en la forma en la que se brindaban los servicios de atención sanitaria, que evolucionan en estos tiempos hasta el punto de contar con consultas médicas a distancia, online o telefónicas, y digitalizando los procesos sanitarios; sino también mejorando el nivel de conocimiento del uso de las nuevas tecnologías por la sociedad en general, a raíz del confinamiento.

Por otro lado, en lo relativo a los viajes, el propio destino es el encargado de transmitir la suficiente confianza, transparencia y seguridad a las personas para que estas quieran viajar allí, en referencia a la incidencia de Covid-19, las medidas impuestas y los requisitos exigidos para entrar a ese lugar, las medidas higiénicas y de seguridad preventiva tomadas, pues debemos recordar que el viaje de una persona comienza mucho antes de que este salga de su casa, la experiencia comienza desde que se empieza a buscar el destino y organizar el viaje. Además, como se ha mencionado en el párrafo anterior, la sociedad ha evolucionado en cuanto al uso de las tecnologías, y hoy en día las plataformas digitales proporcionan bastante

información y acceso directo a todas las noticias de cualquier parte del mundo en tiempo real, así como también son muy importantes las reseñas de internet, blogs de viajes...etc. Con todo esto y más el turista se puede hacer una idea del lugar incluso antes de ir.

Por ello es por lo que, desde el destino turístico, tanto las instalaciones como el trato que tengan los profesionales del sector o incluso los locales, no solo deben estar a la altura de las expectativas del turista, sino que deberán incluso superarlas. Además, las personas por norma general dan sus opiniones en función de sus vivencias con lo cual se tiende a comparar una experiencia con otra similar. Sumado a eso, si un viaje no cumple con las expectativas o acaba siendo peor de lo que uno esperaba, se compara con las otras opciones que había en lugar de ese destino, por ejemplo, la elección de otro lugar o no haber viajado.

Aunque la preocupación por el bienestar personal no sea una novedad, sí que ha ido en aumento a lo largo de los últimos años, pero cuando más se ha percibido, ha sido desde el comienzo de la crisis sanitaria mundial.

Resulta claro, como en esta nueva era pandémica y de postpandemia, todo lo que conlleva viajar a dado un giro significativo. Las preocupaciones por todo son mayores, y la incertidumbre también. Son incontables las personas que no han podido viajar por restricciones, otras que han tenido que cancelar su viaje porque tenían Covid-19, o porque habían sido contacto estrecho de una persona positiva en Covid-19 y tenían que realizar un confinamiento preventivo, más adelante por no contar con la vacuna o las suficientes vacunas requeridas en el país al que se quiere viajar, o la realización de una prueba de Covid-19. También, muchas personas han quedado 'atrapadas', por así decirlo, en un país que no es el suyo debido al cierre de fronteras repentinos.

Como se puede observar, las medidas han sido y son muy drásticas, por lo que el impacto causado por la pandemia ha sido muy significativo y trae consigo un cambio del mismo calibre en el comportamiento y la mentalidad de la sociedad.

6. TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR COMO TENDENCIA

Ante todo, cabe destacar que el turismo de salud y bienestar ya experimentaba un crecimiento continuo incluso antes de la llegada de la pandemia, pero esta ha sido el impulso que dicho subsector necesitaba para estar en auge.

Tal y como indica un estudio de ObservaTUR, la mayoría de los españoles estaban dispuestos a cambiar algunos hábitos de viaje tras la pandemia de Covid-19. Tanto es así, que más del 60% de los encuestados declaró darle más importancia a los destinos menos masificados y a los alojamientos con máximas garantías higiénicas. Además, como se comentaba con anterioridad y se puede observar en el GRAFICO 8 del aumento del turismo nacional, casi la mitad pensaba priorizar más los destinos nacionales o más cercanos. Otro gran porcentaje de viajeros buscan o más bien exigen como requisito fundamental alojamientos con las medidas de seguridad y las máximas garantías higiénicas. En menor medida, pero también un cambio a destacar es la búsqueda de viajes más baratos por la bajada del poder adquisitivo de la sociedad en general, e incluso el asesoramiento de una agencia.

Así mismo, mencionando el asesoramiento de profesionales para las reservas vacacionales, a través de una encuesta realizada a Ana Isabel Ruiz Palazuelos coordinadora de Halcón viajes y Viajes ecuador en Cantabria y Burgos, y además profesora en la Escuela Universitaria de Turismo Altamira, podemos confirmar que en las agencias de viajes presenciales el turismo de salud y bienestar siempre ha tenido un hueco importante tanto en peticiones de clientes como en las recomendaciones de los asesores de viaje, pero tras el estrés generado estos dos últimos años, tal como menciona Ana Isabel, los clientes buscan notablemente más experiencias relacionadas con el bienestar, el descanso y el equilibrio.

Con las respuestas obtenidas, se destaca en la búsqueda actual de los turistas: la seguridad, sostenibilidad y un elemento que antes era coyuntural y ahora es estructural; la sanidad. Ahí los seguros de viaje han cobrado si cabe mayor importancia como servicio adicional en la contratación de cualquier escapada, experiencia o viaje. De hecho, hay destinos que exigen la presentación de una póliza privada de asistencia médica para poder entrar en el país. Además, se destaca la demanda de flexibilidad en las reservas con tarifas poco o nada restrictivas, las

cuales, tras dos años de parón, están recuperando terreno en las estructuras tarifarias de los diferentes proveedores.

En otro orden de ideas, en cuanto al perfil de los turistas que solicitan este tipo de servicios turísticos de salud y bienestar en las agencias de viaje, según cita Ana Isabel, sorprendentemente oscilan entre los 40 y los 60 años, debido a que para los seniors ya existe el IMSERSO que comercializa el programa de termalismo que resulta muy potente y demandado entre los más mayores. De esta manera, quedan bastante fuera de este segmento de viajeros la gente más joven de 40 años, que en momentos puntuales pueden adquirir alguna caja de regalo de temática wellness, pero no es el perfil de cliente habitual.

Como resultado de un estudio realizado por la plataforma de inteligencia turística Travellyze del grupo ITG, para elaborar un perfil del viajero wellness europeo, se obtiene que más del 25% de europeos demanda experiencias de salud y bienestar en sus viajes y podemos destacar que España es el segundo país, más demandado por los europeos para disfrutar de experiencias wellness, por detrás de Italia. Donde sí se encuentra el primero es en el ranking de los mercados emisores de turísticas wellness, lo que justifica que, este hecho junto con el cambio de tendencia a la preferencia de los viajes nacionales frente a los internacionales tras la pandemia facilita que en España el turismo de salud y bienestar esté en auge. Al mismo tiempo, según Travellyze, también ha aumentado considerablemente la demanda de los hoteles con servicios de spa, en concreto un 72% (Hosteltur). Del mismo modo lo confirma la coordinadora de Halcón Viajes y Viajes Ecuador en sus respuestas, que gracias a la gran oferta de Balnearios que existe en España, así como hoteles de 4-5* que añaden cada vez más en sus servicios e instalaciones modernas, infinidad de tratamientos con aguas termales, opciones de spa y masajes... reflejan que estas actividades tienen y tendrán una importante demanda.

Por todo ello, realizando un análisis de las razones por las cuales el turismo de salud y bienestar ha tenido tal aumento, encontramos las siguientes:

En primer lugar, una gran variedad en la oferta y productos y servicios cada vez más personalizados, se piensa mucho más en lo que realmente busca el turista, configurando una experiencia ajustada a sus necesidades añadiendo servicios adecuados a sus intereses, gustos y preferencias. De esta manera, los productos turísticos son también cada vez más dinámicos y son cada vez más comunes opciones como yoga, masajes con técnicas y elementos

innovadores, spa, experiencias sensitivas, sesiones de meditación, circuitos termales, jacuzzi, talleres de nutrición, retiros espirituales, baños de bosque... etc.

Por tal motivo, y siendo esta otra de las razones, se ha alcanzado por parte de los consumidores la aceptación general del mindfulness (Mckinsey, 2021), la meditación y las actividades orientadas a la relajación; y se han priorizado a raíz del impacto de la pandemia sobre la salud mental y el cambio de mentalidad, lo que conlleva una mayor demanda de estos servicios complementarios de salud y bienestar incluidos en los paquetes turísticos.

A modo adicional, esta variedad y amplitud de la oferta también ha convertido al turismo de salud y bienestar en más accesible, y el cliente ya no tiene por qué ser rico, existe tal cantidad de oferta que siempre habrá servicios para un segmento de mercado con menor poder adquisitivo. Además, otra ventaja es que tiende a ser menos estacional, lo que facilita su recuperación e impulso en el mercado.

Cabe mencionar la adaptación y buena reorientación que ha tenido el sector en cuanto a los nuevos términos influyentes en esta era Covid-19 como son: la importancia del contacto con la naturaleza, sostenibilidad, ética, digitalización, prevención, inclusión y estilo de vida saludable.

Según datos de Weekendsk, en 2019 había aumentado un 69% más el número de turistas que centraban sus vacaciones wellness en entornos naturales, y si esto ocurría ya antes de que la pandemia dejara sus consecuencias, los cambios desde entonces han sido mayores. Durante las primeras actividades que se podían realizar al aire libre, las personas aún no se sentían seguras de relacionarse con nadie, además de tener que cumplir con las medidas de seguridad impuestas, utilización de mascarilla y respetar la distancia mínima interpersonal. Tiempo después, cuando las medidas se fueron suavizando, la mejor opción tanto como para relacionarse como para el turismo ha sido con grupos muy reducidos y en entornos abiertos, y por supuesto que no muy lejos de casa

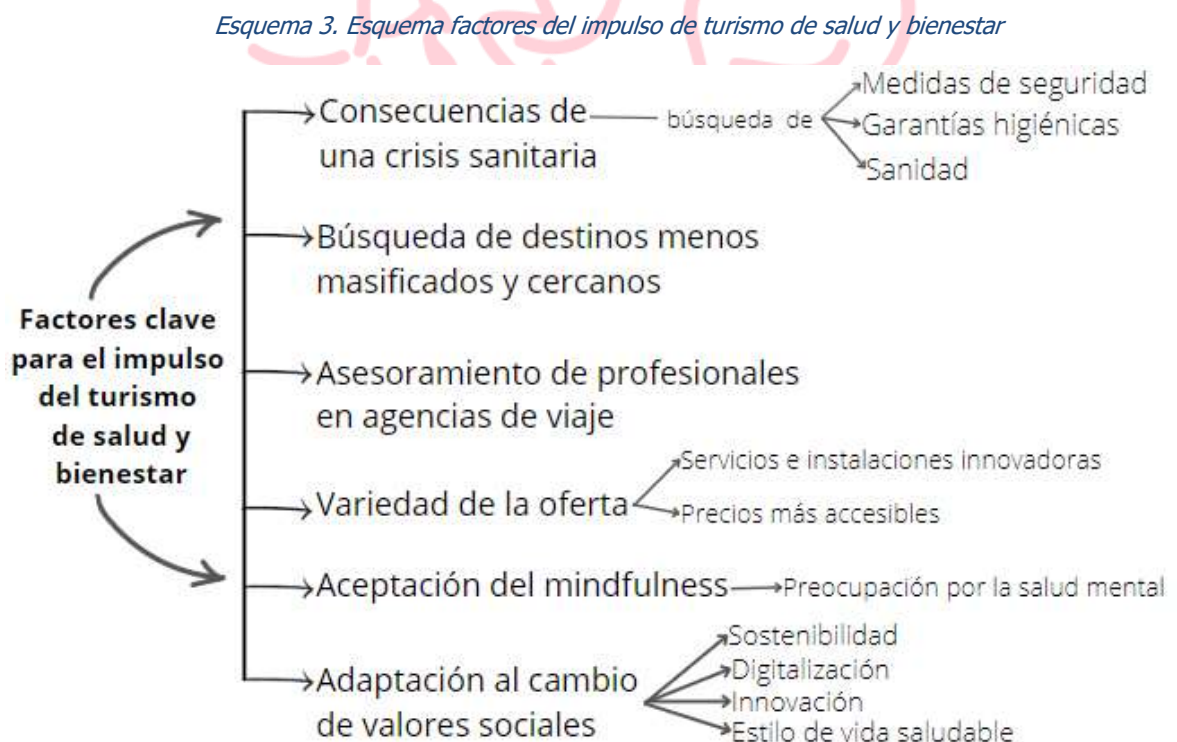
Con lo cual, se puede confirmar como después de esta crisis sanitaria, el turismo de salud y bienestar ha aumentado su capacidad de atraer a los turistas a destinos menos conocidos y saturados, además fuera de temporada alta, para huir de las aglomeraciones generadas y de esta forma aliviar los destinos congestionados.

De esta manera, de acuerdo con los autores Fraiz y Tarrés, a las diferentes tipologías del turismo de salud y bienestar, se considera añadir el turismo de naturaleza, puesto que hoy en

día ha cobrado mucho más sentido, la naturaleza está presente en los viajes fuera de los circuitos urbanos y sin aglomeraciones. A rasgos generales, los cambios de valores de la sociedad han favorecido al turismo de salud y bienestar, junto con el turismo rural y de naturaleza, y también en parte al turismo activo porque la sociedad está más centrada en un estilo de vida más saludable en el que se incluye hacer ejercicio.

En otro orden de ideas, pero continuando con los factores sociales que han influido en la era Covid-19, se detecta la inquietud que despierta el cambio climático, que lleva a la realización de prácticas más sostenibles, y el turismo de bienestar también es un modelo de turismo sostenible.

A modo de síntesis de las ideas reflejadas de las razones y los factores clave que se han obtenido para confirmar dicho impulso y auge del turismo de salud y bienestar, se realiza el siguiente esquema para aunar todos los conceptos:



Fuente: elaboración propia

7. NUEVAS OPORTUNIDADES

Llegando a la parte final de este trabajo, en el presente capítulo, una vez que se ha puesto en contexto la situación de la sociedad y los cambios que ha sufrido y a los que se está enfrentando, se conoce que su evolución tiene un camino claro, es por ello por lo que se procede a la búsqueda de nuevas oportunidades en función a las necesidades de las personas, lo que deriva a la propuesta de un servicio/actividad de turismo de salud y bienestar novedosa en la región de Cantabria.

Aunque se hable del impacto de la pandemia y de los cambios que ha provocado en la sociedad en general, en este sentido probablemente haya personas que continuarán igual que antes de la pandemia y este no sea un tema que les preocupe demasiado; pero queriendo o sin querer todo el mundo ha aprendido algo. El nivel de dicho aprendizaje depende de la persona y su contexto personal, ha podido ser algo trascendental como un cambio de visión y de valores de la vida, es así como muchas personas han cambiado radicalmente su vida a raíz del parón de la pandemia; u otros quizás han tenido otro tipo de aprendizaje como puede ser el uso del ordenador y el funcionamiento de las videoconferencias, en cualquiera de los casos ha existido un cambio. La situación de haber estado encerrados en casa ha hecho que muchas personas se redescubran y valoren cosas que no se podían tener en ese momento, muchos han descubierto que les encanta trabajar desde casa y otros que lo odian, que hay muchas más posibilidades de entretenimiento a través de internet de las que se pensaban, que los lugares estaban demasiado masificados, y que quizás un apartamento pequeño en el centro de la ciudad no tenía tantas ventajas frente a la casa del pueblo con jardín.

En este nuevo escenario de la era Covid-19 lleno de cambios constantes e incertidumbre, se deduce que la evolución y modernización de la sociedad hubiera ocurrido igualmente, pero en este caso los factores influyentes se han acelerado, impulsados por una crisis sanitaria, preocupación medioambiental, física y mental de las personas fruto del ritmo de vida social que se llevaba y se sigue llevando, de dinámicas laborales aceleradas, sobre todo en países más desarrollados, donde se vive con estrés y ansiedad el día a día, donde prima el hecho de ir con prisas a todas partes, la falta de tiempo para todo caracteriza el estilo de vida de las personas de hoy en día, porque no parar un momento a cuidarse y darse tiempo a uno mismo es algo que acaba pasando factura a la larga.

Desde hace poco tiempo, han empezado a surgir nuevas tipologías turísticas, incluidas en la rama del turismo de salud y bienestar debido a su continuo crecimiento observable a lo largo de la investigación, nuevos tipos de negocios online, cada vez más intermediarios que ayudan a que el turista tenga una experiencia personalizada que cumpla con todas sus necesidades, alojamientos diferentes, como por ejemplo el glamping que incluye todas las comodidades, los hoteles burbuja en medio de la nada, los Airbnb de casas en el árbol, incluso se ha puesto más de moda recorrer lugares en autocaravana y cuantos menos recursos se utilicen mejor es el viaje. Se puede apreciar que todos estos tienen algo en común, y es la importancia que se le da al contacto con la naturaleza, la desconexión y el bienestar personal. Cabe mencionar que otro factor muy importante es la sostenibilidad, ligada a todas las prácticas de turismo nombradas anteriormente, además, los jóvenes de hoy en día por lo general son los que más impulsan el cuidado del medioambiente y la ecología. Esto mezclado con la digitalización y la tecnología de la cual han estado unidos prácticamente desde que han nacido, los jóvenes son los que más potencial tienen para estar actualizados de todas las novedades que van apareciendo.

En la actualidad, existen cada vez más centros de actividades relacionadas con el bienestar como yoga o TaiChi, las empresas realizan programas de mindfulness o teambuildings basados en el bienestar y la naturaleza, incluso las universidades y otras empresas incluyen en sus centros prácticas de meditación y desarrollan departamentos de orientación o ayuda psicológica para que sus equipos se sientan mejor y puedan trabajar con más calidad. Los libros de crecimiento personal llegan a bestsellers y las compañías realizan charlas de motivación con sus autores; hay más programas de radio e, incluso, televisión con grandes audiencias. Con lo cual no debe resultar extraño que surjan maneras de viajar y tipos de turismo que vayan acorde con todos estos valores. (Fraiz et al., 2020)

Sin embargo, no debemos pensar que un viaje de salud y bienestar hará que una persona vuelva a estar completamente bien si no lo estaba antes, un descanso a veces es necesario y puede ayudar, lo más probable es que se logre desconectar del día a día y tener un tiempo de relax, pero tras unos días de volver a la rutina todo seguirá como antes. Lo que se debe buscar es un bienestar más profundo, y unas vacaciones pueden ser un momento de tiempo libre ideal para comenzar a aprender técnicas de cuidado personal, como ejercicios de respiración, yoga, meditación... y después poder aplicar lo aprendido en el día a día para calmar el estrés, mejorar la concentración, y más beneficios que a la larga mejorarán la calidad de vida.

Los entornos rurales, por ejemplo, en los que se encuentran los balnearios, incitan a realizar más actividades complementarias asociadas al bienestar, es por ello por lo que es necesaria la incorporación de nuevas actividades que den respuesta a las necesidades e intereses de los usuarios. Además, las estaciones termales y todas las instalaciones y servicios relacionados que se encuentran a su alrededor son un medio para el desarrollo socioeconómico y de generación de empleo en poblaciones rurales. (Reverter, 2005)

A partir de ahora los grupos de personas serán más reducidos, ya que se intentan evitar las aglomeraciones y los destinos conocidos por estar masificados. La naturaleza será la más demandada, así como espacios con silencio y las experiencias que nos aporten calma, tranquilidad y bienestar. El turista lo que busca ahora es vivir experiencias, asique los alojamientos, restaurantes y destinos que puedan convertir sus servicios en experiencias auténticas, en instalaciones modernas, ofreciendo productos ecológicos, de calidad, singulares y en general experiencias únicas y creativas que vayan dirigidas a mejorar la parte física, mental, emocional y espiritual de las personas, aportarán un valor añadido. Valor que será muy necesario a la hora de posicionarse y llegar a tocar el alma de sus clientes. (Fraiz et al., 2020)

Por lo consiguiente, para que el turismo contemporáneo avance se deberán aplicar nuevas prácticas, esto implica nuevas necesidades formativas, análisis de las necesidades de la demanda y los futuros escenarios turísticos, nuevas ideas y nuevos espacios.

Por tales motivos, por qué no ir un paso más allá y seguir ampliando la oferta ya existente en España, y más en Cantabria, aprovechando el cambio de mentalidad después de una pandemia y la amplia visión de la demanda, con nuevas ofertas y servicios en instalaciones cada vez más modernas en constante adaptación según los requisitos de la sociedad. Se debe tener en cuenta este el momento actual en el que los españoles forman el mayor porcentaje de demanda del perfil del turista wellness, junto con el aumento del turismo nacional, se trata de una buena oportunidad para implementar nuevos servicios de salud y bienestar en el país y al mismo tiempo se atraen turistas internacionales que buscan lo mismo. La comunidad autónoma de Cantabria cuenta con las condiciones y el potencial perfecto para hacer crecer su turismo de salud y bienestar. Todos sus balnearios se sitúan en un entorno idílico, donde todos los turistas aprovechan para desconectar del día a día y disfrutar en un enclave natural maravilloso.

8. PROPUESTA DE TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR EN CANTABRIA

La propuesta que se realiza en este último capítulo del presente trabajo es la posible realización de actividades y expediciones del Método Wim Hof en Cantabria, en concreto en alguna de las instalaciones de los balnearios de la región, en sus espacios exteriores o alrededores.

Para comenzar debemos definir en qué consiste esta actividad para hacernos una idea de cómo serían, pues bien, tal y como se explica en el libro *"The Journey of the Iceman – Wim Hof's secrets to defying science"* (traducido al español *"El viaje del hombre de hielo: los secretos de Wim Hof para desafiar a la ciencia"*) y en la página web oficial Wim Hof Method, el método es simplemente una combinación de ejercicios de respiración, exposición al frío y mentalidad/compromiso, por su enfoque sencillo y fácil de aplicar y por su sólida base científica es una forma práctica de ser más feliz y estar más sano y fuerte.

El principal creador de esta actividad, el mismo Wim Hof, llegó a la conclusión de que las personas ya no desarrollan todo su potencial y el estilo de vida actual ha desconectado al ser humano del entorno natural. Anteriormente, durante la historia evolutiva del ser humano, el entorno natural y la vida salvaje se encargaba de entrenar y mantener el cuerpo y la mente en un estado natural óptimo, resistente a temperaturas bajo cero, vientos aullantes, animales salvajes... pero hoy en día los teléfonos agotan nuestros cerebros y el resto del cuerpo se consume mientras estamos sentados al calor de nuestros hogares en sillas rígidas. Como resultado a esa desconexión, nuestros antiguos mecanismos de supervivencia ya no se activan y esas defensas naturales ya no están en alerta máxima, es por lo que nos enfermamos con más facilidad, nos estresamos, perdemos el sueño, a veces no nos concentramos bien e incluso ni tenemos energía.

Gracias a décadas de autoexploración y de estudios científicos pioneros, Wim ha creado una forma sencilla y eficaz de estimular procesos fisiológicos profundos y de desarrollar todo nuestro potencial, para recuperar el contacto con nuestro poder interior.

El método Wim Hof tiene como objetivos reconectar con nosotros mismos, con los demás y con la naturaleza, y se basa en tres pilares fundamentales:

Imagen 1. Iconos Wim Hof Method



Fuente: elaboración propia con iconos obtenidos del banco de imágenes www.flaticon.com figuras geométricas creadas con <https://www.canva.com/> e inspiración de los logotipos de WHM (Wim Hof Method)

– La respiración

La mayoría de las veces las personas no son conscientes del potencial que tiene la respiración. Las técnicas de respiración del método Wim Hof ayudan a la obtención de más energía, reducción de los niveles de estrés y se puede llegar a la relajación en cuestión de minutos. Estos ejercicios no duran más de 20 minutos, son físicamente exigentes, pero aun así se termina en un estado de calma y paz.

Se recomienda realizar estos ejercicios al despertarse, antes de dormir o incluso antes de comer con el estómago vacío. Durante el confinamiento, Wim Hof solía hacer videos en directo realizando ejercicios guiados para que aquellos que tenían ansiedad se pudieran relajar, y realizaba directos con otros famosos que le seguían, también hay videos en YouTube en varios idiomas. Y los pasos a seguir son los siguientes:

Primer paso. Se debe buscar un lugar cómodo, con una postura de meditación, sentado o tumbado, para expandir los pulmones y no sentir ninguna opresión, ya que en ocasiones se pueden producir mareos o pérdida de conciencia.

Segundo paso. De 30 a 40 respiraciones profundas (en los videos el instructor marca el ritmo, pero cada uno debe realizarlo como pueda, al principio poco a poco). Se debe realizar con los ojos cerrados siendo conscientes de la respiración y tratando de conectar con ella. Inhalar por la nariz o boca profundamente hasta el vientre, después volver hacia el pecho y exhalar sin forzar por la boca. Lo que se suele experimentar en este paso es un ligero mareo, o sensaciones de hormigueo inofensivo en los dedos y pies.

Tercer paso. Consiste en inhalar por última vez lo máximo que se pueda, soltar todo el aire y aguantar la respiración el máximo tiempo que se pueda, hasta que se tenga la necesidad de volver a respirar.

Cuarto paso. Se trata de recuperar la respiración, cuando se sienta la necesidad de volver a respirar, llenar profundamente los pulmones hasta sentir el vientre y el pecho llenos, y en ese momento aguantar la respiración 15 segundos. Y por último soltar todo.

Este ciclo se puede repetir 3-4 veces sin intervalo, no se debe abusar porque puede provocar mareos mas graves y perdida de conciencia, tampoco hay que forzar al cuerpo, cada uno hace lo que pueda y cuanto mas se practique mejor se realizará. El estado de calma que se alcanza después de realizarlo incita a meditar o quedarse pensando tranquilamente y relajado.

– **Terapia de frío**

Una exposición adecuada al frío (y progresivamente) logra grandes beneficios para la salud, como la acumulación de tejido adiposo marrón y la consiguiente pérdida de grasa, la reducción de la inflamación que facilita un sistema inmunitario fortalecido, el equilibrio de los niveles hormonales, la mejora de la calidad del sueño y la producción de endorfinas, las sustancias químicas del cerebro que te hacen sentir bien y que elevan de forma natural tu estado de ánimo.

Esta técnica se debe introducir poco a poco en la rutina de cada uno, se dice que progresivamente porque el choque de una ducha fría que se experimenta al principio suele asustar y causar un pequeño shock, pero merece la pena. Esto aumenta el ritmo cardíaco y pone el cuerpo en alerta. Y cuando el cuerpo se va acostumbrando, la frecuente exposición al frío hace que se produzcan glóbulos blancos, esenciales para combatir las enfermedades. El golpe de frío también libera las hormonas del estrés norepinefrina, cortisol y adrenalina.

Una vez que el cuerpo se va acostumbrando a soportar las duchas frías, la persona estará mas preparadas para las inmersiones en baños de hielo, en las que se introducen poco a poco y aguantan lo que se pueda. Aunque parezca doloroso, es muy beneficioso.

– **Compromiso/mentalidad**

Este último pilar es la base de los otros dos, puesto que para lograr algo se debe querer y ser constante, los ejercicios requieren tener paciencia, compromiso y dedicación para aprender completamente las técnicas del método Wim Hof.

Como conclusión, la práctica comprometida de estas técnicas ayuda a conseguir una serie de beneficios en las personas, como pueden ser entre muchos otros, las siguientes:

- Aumento de la energía
- Mejora del sueño
- Reducción de los niveles de estrés
- Mayor concentración y determinación
- Aumento de la fuerza de voluntad
- Sistema inmunológico más fuerte
- Reconectar con la naturaleza
- Mejorar el rendimiento deportivo
- Fortalecerse física y mentalmente
- Aumento de la creatividad

Los tipos de actividades y expediciones que se realizan del Método Wim Hof son guiadas por instructores profesionales (o incluso por el propio Wim en ocasiones), de los cuales puedes ver su perfil y su especialización o formación, suelen ser clases de 25 participantes o menos, para garantizar el nivel de calidad íntima y la atención personalizada, además existen niveles para principiantes y también para los más avanzados. En dichas clases se enseñan los fundamentos principales y las técnicas de realización del método Wim Hof, también existen sesiones de ejercicios de respiración, incluso inmersiones en baños de hielo para los más valientes. La duración varía en función del tipo de actividad que se busque, existen clases que duran solo una jornada matutina, también hay expediciones en las que los participantes viajan una semana completa, lejos de distracciones, entrenando las técnicas progresivamente, superando límites físicos o psicológicos... en entornos naturales increíbles.

En conjunto, Cantabria sería un lugar idóneo para la realización de dichas actividades y expediciones, puesto que cuenta con un entorno natural singular, muchos recursos naturales en los que además de belleza se encuentra paz y tranquilidad; y, sobre todo, creando convenios con los balnearios existentes en la comunidad. Se trataría de una oferta nueva de

servicio complementario en los viajes de salud y bienestar que se encuentran en auge actualmente.

De los balnearios existentes en Cantabria, el que más destaca es el Gran Hotel y Balneario de Puente Viesgo, tiene prestigio a nivel nacional y además es una referencia dentro del sector balneario. Las cualidades termales de su manantial eran conocidas y valoradas ya en el siglo XVIII. Desde su apertura en 1991, no ha dejado de crecer, renovarse, innovar en sus servicios e instalaciones, brinda la mejor calidad en un entorno natural asombroso. Además, según los datos recogidos en un estudio de Holidu, El Gran Hotel Balneario de Puente Viesgo es el tercero mejor valorado de España, en un ranking de los diez mejores balnearios con mejores reseñas de los clientes.

Tas contactar con el establecimiento, la persona encargada de aportar la información suficiente y necesaria relacionada con el presente trabajo y la propuesta realizada fue Susana Gómez, responsable del Departamento de Marketing, Comercial y Relaciones Públicas del Balneario de Puente Viesgo.

Desde que el Hotel y Balneario reabrió sus puertas en junio de 2020, ha trabajado en todo momento con ocupaciones muy altas a pesar de las restricciones, sabiéndose adaptar muy bien a las nuevas normativas sanitarias. Actualmente, ya sin restricciones su demanda continúa creciendo.

Según la Asociación Nacional de Balnearios de España, el Gran Hotel Balneario de Puente Viesgo se ha unido a la UNESCO para impulsar la sostenibilidad, y además se encuentra dentro un proyecto en el cual el objetivo es ser el primer Hotel Balneario regenerativo competitivo y ser un referente en el sector. Aunque la tendencia lleva ya un tiempo, a raíz de la pandemia, incluso el Balneario ha percibido como las personas han comenzado a priorizar los establecimientos sostenibles y comprometidos con la preocupación del cambio climático. Es por ello por lo que desde el Balneario no solo se trabaja la sostenibilidad a nivel medioambiental, sino que también a nivel económico, social y cultural, para mejorar el entorno y la sociedad en la que vivimos. Por ejemplo, una de las acciones sostenibles que se destacan en el Balneario es el uso de la Geotermia, con la que se aprovecha el calor de las aguas termales para reducir el gasto energético.

En otro orden de ideas, debido a la pandemia, se han creado promociones especiales, porque habiendo pasado o no la Covid-19, las personas tenían y siguen teniendo la necesidad de cuidarse y recuperarse física y emocionalmente, dichas promociones especiales se llaman "Escapada Salud".

Por ende, la propuesta que se realiza podría funcionar porque va acorde con las ofertas que se están realizando en estos tiempos, además el perfil de la demanda lo aceptaría porque es algo novedoso que ofrece una experiencia que brinda muchos beneficios relacionados con la mejora de la salud física y mental.

De entre los profesionales con los que se ha contactado para la presentación de la propuesta, se considera que el Templo del Agua del balneario de Puente Viesgo no ofrecerían la privacidad suficiente para que los clientes de las actividades del método Wim Hof realicen los ejercicios como se requiere. Pero podría existir otra opción más viable para adaptar tanto el lugar como las actividades y que fuera posible, consiste en realizar las sesiones de respiración y meditación en espacios exteriores; y los tratamientos con agua fría en cabinas individuales. Este tipo de tratamientos de inmersiones en frío ya se realizó con la Selección Española, y además la individualidad de esta técnica (sin imponer ninguna medida) transmite seguridad a las personas en cuanto a contraer la enfermedad Covid-19.

Para concluir, se ha podido comprobar como gracias a la adaptación de los establecimientos a las nuevas situaciones y a la aceptación de la demanda de las nuevas ofertas de servicios complementarios y experiencias, es posible innovar.

9. CONCLUSIONES Y REFLEXIÓN FINAL

Situados en este punto final del Trabajo Fin de Grado, echando la vista atrás y habiendo aprendido de toda la investigación e información obtenida, cada día surgen más ideas nuevas y no todas ellas se pueden plasmar en un documento.

Hemos podido apreciar y confirmar que los viajes de salud y bienestar han existido desde hace más tiempo del que pensamos, de una manera u otra y con sus bajadas y subidas. Que muchas veces lo que se necesita realmente es salir del entorno y de la zona de confort en la que vivimos para poder despejarnos y descansar. El cambio que se ha experimentado ha sido tan fuerte, que la mejora de la salud es el objetivo de muchos viajes que se realizan actualmente, porque debido al ritmo de vida que se lleva en la sociedad, entonces ese es el momento perfecto para preocuparnos por nosotros mismos.

La llegada de una crisis sanitaria y un obligado parón en nuestras vidas nos ha hecho tener otra visión de todo, y el turismo evoluciona igual que lo hace la sociedad. El aumento de la preocupación por el medioambiente, los productos naturales, la sostenibilidad, simplemente ha podido ser el egoísmo de pensar en uno mismo y porque ya no queremos que nos pase nada, nos ha hecho estar alerta a todo, por esas razones estos temas tienen más importancia. Además, otro factor que ha cobrado más importancia de la que tenía es el contacto con la naturaleza, huyendo de las aglomeraciones de las ciudades, hace que se busquen muchas más experiencias en entornos rurales.

Debido al miedo y las restricciones impuestas, las personas que querían viajar también se han adaptado, de esta manera se han dado cuenta que a veces cerca de casa también se encuentran lugares espectaculares, de ahí cada vez más viajes nacionales, y que debemos apreciar mucho más lo que tenemos en nuestro propio país.

Por otro lado, tampoco es necesario esperar a estar mal o enfermo para disfrutar de experiencias que mejoren nuestra salud y estado anímico, tampoco pertenecer al IMSERSO para disfrutar de un balneario o tratamiento termal, todo el mundo debería aprovechar los beneficios que estos ofrecen, además en un entorno agradable, alejados del ruido y la contaminación de la ciudad, con atención personalizada y profesional. De esta manera seguro que estamos un poco mejor al volver a la rutina. En el mismo orden de ideas, y de manera algo más personal y delicada, habiendo comprobado con datos oficiales que debido a la situación que hemos vivido existen más casos de depresión, ansiedad crónica,

estrés...situaciones por las que estamos afectados mentalmente y necesitamos ayuda, poco a poco también empieza a desaparecer el tabú de las enfermedades mentales, que además de necesario, no es algo malo pedir ayuda profesional o ir a terapia cuando uno lo requiere.

Tal y como se ha mencionado en la propuesta realizada, las vacaciones, escapadas o viajes, realmente son el momento idóneo para desconectar y relajarse, pero este corto periodo de tiempo no mejorará nuestro estado por mucho tiempo, digamos que es una especie de parche. Lo que, si se puede hacer, es comenzar a aprender gracias a servicios complementarios del turismo de salud y bienestar, como es la experiencia propuesta para Cantabria. A través de actividades realizadas en un viaje, aprendemos técnicas para mejorar nuestro bienestar, y si lo mezclamos con ser constantes y tener voluntad, introducimos estos métodos en nuestra rutina diaria podemos poco a poco vivir más tranquilos.

Después de haberse dado a conocer el Método Wim Hof sobre todo durante el confinamiento, está claro que muchas personas tendrán ganas de realizar las actividades presencialmente con instructores o con el mismo mentor, es por ello que implementar las clases en entornos rurales de Cantabria y más cerca de balnearios que se pueden mezclar con otros tratamientos es una propuesta novedosa, que seguro que muchas personas curiosas y preocupadas por su bienestar la realizarán, con el fin de aprender y mejorar. Además, después de esto, siempre se puede continuar realizando dichas técnicas en casa de manera diaria, gracias a la ayuda de videos guiados.

Además, esta es una buena manera de atraer a un público más joven, puesto que como hemos podido observar el perfil del cliente es más de persona adulta. Pero en este caso, los jóvenes están más al día con la digitalización de los procesos y las nuevas tecnologías, por esas razones se ha puesto también de moda hacer Yoga online, o terapia, las reservas de clases mediante aplicaciones, o este tipo de ejercicios impartidos por instructores a través videos en directo por redes sociales.

Gracias a la realización de este trabajo he podido darme cuenta y observar cómo cambian los comportamientos de la sociedad y relacionado con el turismo y la salud, cómo ha cambiado la visión de las personas a raíz de una crisis sanitaria. La manera en la que nos ha afectado una pandemia y un montón de restricciones hasta en la hora de tomar decisiones para viajar. Pero después de todo esto, la sociedad se adapta y poco a poco vamos mejorando, es por ello por lo que aparecen tendencias nuevas y se les da importancia a cosas diferentes. Las prioridades han cambiado y la salud física y mental ha pasado a ser de las principales preocupaciones, y

con ello más temas sociales relevantes como el cambio climático y la importancia de la sostenibilidad, la contaminación, el contacto con la naturaleza y el cuidado de esta y de uno mismo a la vez.

Por último, he de destacar que existen muchas oportunidades en el turismo, hasta para mejorar la sociedad a través de él, solo se necesita una mente abierta, saludable, creativa y consciente que no desperdicie la ocasión de crear nuevas oportunidades. Así el futuro se crea ahora.



Índice de gráficas, esquemas e imágenes

Índice de graficas

Gráfico 1. Evolución del número de visitantes en España	21
Gráfico 2. Evolución del movimiento turístico nacional	21
Gráfico 3. Evolución del gasto turístico España (mill. Euros)	22
Gráfico 4. Fluctuación del número de agüistas que visitan los balnearios en España	26
Gráfica 5. Procedencia de los visitantes de balnearios españoles	27
Gráfico 6. Duración de la estancia en balnearios españoles	27
Gráfica 7. Evolución del número de visitantes en España	29
Gráfica 8. Evolución del movimiento turístico nacional	30

Índice de esquemas

Esquema 1. Clasificación de las tipologías del turismo de salud y bienestar	11
Esquema 2. Tipos de destinos y ofertas turismo salud y bienestar	24
Esquema 3. Esquema factores del impulso de turismo de salud y bienestar	36

Índice de imágenes

Imagen 1. Iconos Wim Hof Method	41
---	----

REFERENCIAS

Aguas Minerales y Termas. (s. f.). Estadísticas de balnearios en España. <https://aguasmineralesytermas.igme.es/ext/estadistica-ESP-balnearios.aspx>

Alonso Álvarez, L. (2013, junio). *De enfermo a bañista. Formación y desarrollo de la demanda en el turismo español de salud y bienestar, 1750–1935*. Universidad de A Coruña. https://www.tstrevista.com/tstpdf/tst_24/articulo24_02.pdf

Alonso Álvarez, L., Vilar Rodríguez, M., & Lindoso Tato, E. (2012). *El agua bienhechora. El turismo termal en España 1700–1936*. https://www.academia.edu/63584722/El_agua_bienhechora_El_turismo_termal_en_Espa%C3%B1a_1700_1936

Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL) (2022, 15 junio). *Gran Hotel Balneario Puente Viesgo se une a la UNESCO para impulsar la sostenibilidad*. Balnearios de España. <https://www.balnearios.org/gran-hotel-balneario-puente-viesgo-se-une-la-unesco-para-impulsar-la-sostenibilidad>

Bauzá Martorell, F.J. y Melgosa Arcos, F.J. dirs. (2020) *Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Ediciones Universidad de Salamanca y AECIT <https://aecit.org/uploads/public/DOCUMENTO.covid-19%20y%20turismo.pdf>

Canalís, X. (2019, 30 agosto). *El turismo es el sector que más riqueza aporta a la economía española*. HOSTELTUR. https://www.hosteltur.com/130893_el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html

Canalís, X., & Porras, C. (2020, 3 febrero). *España bate nuevo récord histórico: 83,7 millones de turistas en 2019*. HOSTELTUR. https://www.hosteltur.com/134285_espana-bate-un-nuevo-record-historico-837-millones-de-turistas-en-2019.html

EUROPAPRESS. (2019, 22 julio). *El auge de los lugares con menos saturación turística*. Weekendes. <https://www.europapress.es/turismo/turismo-verde-noticias/noticia-auge-lugares-menos-saturacion-turistica-20190722130408.html>

Fundación EOI, & Lizarralde, E. (2013). *Turismo de Salud en España*. Escuela de Organización Industrial - Ministerio de industria, energía y turismo. https://turismo.gob.es/es-ES/Servicios/Documents/turismo_salud_espana.pdf

Galván, B. (2019). *Sector del turismo y ocio en España*. ICEX Invest in Spain. <https://www.investinspain.org/es/sectores/turismo-ocio>

Global Wellness Institute. (2018, noviembre). *Global Wellness Tourism Economy, Executive Summary*. https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf

Gran Hotel Balneario de Puente Viesgo (2022) Página web oficial. <https://balneariodepuenteviesgo.com/>

Hof, W. (2018). *The Journey of the Iceman. Wim Hof's secrets to defying science*. InnerFire. <https://explore.wimhofmethod.com/wp-content/uploads/ebook-the-wim-hof-method-explained-EN.pdf>

HOSTELTUR (2016, 5 febrero). *La oferta termal se mantiene estable en 2016 con 113 balnearios y 102 Villas Termales en España*. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/002873_la-oferta-termal-se-mantiene-estable-en-2016-con-113-balnearios-y-102-villas-termales-en-espana.html

HOSTELTUR. (2011, 1 septiembre). España supera los 700 establecimientos hoteleros dotados de spa. Spa Consulting https://www.hosteltur.com/131220_espana-supera-700-establecimientos-hoteleros-dotados-spa.html

HOSTELTUR. (2019, 26 abril) *España se consolida entre los grandes destinos del turismo del bienestar*. https://www.hosteltur.com/128347_espana-se-consolida-entre-los-grandes-destinos-del-turismo-del-bienestar.html

HOSTELTUR. Travellyze & Turismo Economía. (2022, 7 abril). *Más del 25% de los europeos demanda experiencias de salud y bienestar en sus viajes*. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/028800_mas-del-25-de-los-europeos-demanda-experiencias-de-salud-y-bienestar-en-sus-viajes.html

La Moncloa. Industria, Comercio y Turismo. (2022, 2 febrero). *El turismo internacional cierra 2021 con un incremento de visitantes del 64,4% y un aumento del gasto del 76%*. Frontur & Egatur. <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/industria/Paginas/2022/020222-turismo-frontur-egatur.aspx>

McKinsey. (2021, 3 septiembre). *El mercado del bienestar goza de buena salud y está en auge*. EUROPARESS. <https://www.europapress.es/consulting-news/noticia-mckinsey-mercado-bienestar-goza-buena-salud-auge-mckinsey-20210903110800.html>

Melgosa Arcos, F. J. (2000). *Turismo de salud: Termalismo y balnearios*. Universidad de Salamanca. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/122090/DDAFP_MelgosaArcos_Turismodesaludtermalismobalnearios.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Moreno González, A. Á., León González, C. J., (2020). *Revalorización del producto turístico a través del turismo de salud*. Universidad de La Laguna, & Universidad de las Palmas de Gran Canaria. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7506878>

Muñoz, V. (2022, 30 mayo). *Turismo wellness: el regalo que la pandemia ha hecho a los mercados*. Interface Tourism. <https://interfacetourism.es/2022/05/30/turismo-wellness/>

Organización Mundial de la Salud (2022) Página web oficial. <https://www.who.int/es>

Organización Mundial del Turismo (2022) Página web oficial. <https://www.unwto.org/es>

OSTELEA, Sánchez Bergara, S., & del Pilar Leal, M. (s. f.). *Tendencias, perfiles y motivaciones del turismo de salud y de bienestar*. http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_de_salud_y_bienestar_ostelea.pdf

Porras Núñez, C. (2016, 8 julio). *Perfil del usuario de los balnearios españoles*. Observatorio Nacional del Termalismo y HOSTELTUR. https://www.hosteltur.com/117009_perfil-usuario-balnearios-espanoles.html

Reverter, J. (2005) *Estaciones termales en zonas rurales, servicios asociados y titulaciones oficiales*. Educación física y deportes, Vol. 4, n.º 82, pp. 59-69, <https://raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/view/300882>

Rodríguez Sánchez, J. A. (2007). *Agua que aún mueve molino: Aproximación a la historia balnearia*. Historia de la Ciencia – Facultad de Medicina Universidad de Salamanca. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/76659/DPPMMLHM_Rodriguez_Sanchez_JA_Agua_que_aun.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez Sierra, C. (2016, 20 abril). *Cantabria es la comunidad autónoma española con mayor número de balnearios por habitante*. HOSTELTUR. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/003332_cantabria-es-la-comunidad-autonoma-espanola-con-mayor-numero-de-balnearios-por-habitante.html

Statista Research Department. (2013, octubre). *Annual growth in wellness tourism spending in Europe from 2013 to 2017, by country*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/417264/spending-growth-on-wellness-tourism-europe-by-country/>

TERMALISMO SOCIAL 2014. (2014, 21 enero). Observatorio Termalismo Social. <http://www.observatoriotermalismo.org/noticia47.html>

Viajes 20minutos. (2022, 16 febrero). *El mapa de los mejores balnearios de España, según las reseñas de los usuarios*. Holidu <https://www.20minutos.es/viajes/destinos/mapa-mejores-balnearios-espanas-resenas-usuarios-4957154/>

Wim Hof Method (2022) Página web oficial. <https://www.wimhofmethod.com/>

Zambonino Rivadeneira, M. (2022). *Perspectivas del turismo post COVID-19 en Esmeraldas*. Revista Internacional De Gestión, Innovación Y Sostenibilidad Turística - RIGISTUR <http://190.15.136.171/index.php/rigistur/article/view/285>



ANEXOS

Anexo I.

Encuesta Ana Isabel Ruiz Palazuelos coordinadora halcón viajes y viajes ecuador Cantabria y Burgos, y profesora de la Escuela Universitaria de Turismo Altamira.

1. ¿Cómo se percibe la recuperación del turismo desde una agencia de viajes? ¿Requiere mucho más esfuerzo o se nota que la gente tenía ganas de viajar?

La recuperación en este verano de 2022 desde el punto de vista emisor ha sido espectacular, registrando cifras de ventas similares a las de 2019. Si bien es cierto que el turismo internacional aún no se ha igualado, a medida que los países han ido levantando restricciones de viaje, toda la demanda reprimida se ha liberado, porque efectivamente la gente estaba deseando recuperar la normalidad y viajar.

No obstante, hay cierta incertidumbre acerca de cómo se comportará el cliente en invierno y primavera. Dependerá de varias circunstancias: el ritmo al que los destinos sigan levantando las restricciones de viaje, la evolución de la guerra en Ucrania, los posibles nuevos brotes de coronavirus y las condiciones económicas mundiales, en particular la inflación y los precios de la energía.

2. ¿Crees que la gente es más precavida o tiene miedo a la hora de viajar (por causa de la Covid-19)? ¿se pregunta más acerca del seguro médico o las cancelaciones?

El cliente lo que busca es seguridad, sostenibilidad y un elemento que antes era coyuntural y ahora es estructural; la sanidad. Ahí los seguros de viaje han cobrado si cabe mayor importancia como servicio adicional en la contratación de cualquier escapada, experiencia o viaje. De hecho, hay destinos que exigen la presentación de una póliza privada de asistencia médica para poder entrar en el país.

Y demandan la flexibilidad en las reservas con tarifas poco o nada restrictivas, las cuales, tras dos años de parón, están recuperando terreno en las estructuras tarifarias de los diferentes proveedores.

3. ¿Qué tipo de demanda has podido observar del turismo de salud y bienestar? ¿Hay jóvenes? ¿ha cambiado la demanda post-Covid19?

En agencias de viajes presenciales el turismo de salud y bienestar siempre ha tenido un hueco importante tanto en peticiones de clientes como en las recomendaciones de los asesores de viaje. Contrariamente a lo que podemos pensar, el cliente que solicita este tipo de turismo oscila entre los 40-60 años porque para los seniors, el IMSERSO comercializa un programa de termalismo muy potente y demandado entre los más mayores.

Gente más joven de 40 en un momento dado pueden adquirir alguna caja regalo de temática wellness, pero no es el perfil de nuestro cliente en este segmento de viaje.

4. ¿Se suelen solicitar servicios de salud y bienestar (como hoteles con spa, balnearios, centros termales u otros)?

Si, tal y como he explicado en mi anterior respuesta. Desde mi punto de vista, tras el estrés generado estos dos últimos años, los clientes buscan más experiencias relacionadas con el bienestar, el descanso y el equilibrio.

La gran oferta de Balnearios existentes en España con agua termales e infinidad de tratamientos, así como hoteles de 4-5* que cada vez más, incorporan dentro de sus servicios e instalaciones, opciones de SPA, masajes y tratamientos es fiel reflejo que este tipo de experiencias han tenido, tienen y tendrán mucha demanda

5. Por último, podrías poner algún ejemplo de paquete turístico real que incluya estos servicios, y así incluirlo.

Los paquetes turísticos cada vez son más dinámicos, de manera que podamos configurar la experiencia del cliente lo más ajustada a sus necesidades añadiendo servicios adecuados a sus intereses, gustos y preferencias.

Por tanto, a la estancia de un hotel de siempre, independientemente del medio de transporte escogido, le añadimos servicios extras de forma que se crea un paquete turístico ideal para una escapada de fin de semana, fechas especiales, etc. Un producto especial en el que la gastronomía, enología, naturaleza, parques temáticos, el relax/ bienestar o la aventura, entre otros, son protagonistas.

Para configurar esos paquetes y recomendar a nuestros clientes, tenemos acuerdos con los diferentes Balnearios y hoteles que nos ceden una comisión o con los que negociamos precios especiales para acercar su oferta a nuestros clientes

Ejemplo:

Oferta Agosto en Arnedillo

Escapada para 2 personas en pensión completa con agua y vino y acceso diario a Piscina Termal Activa y Parque exterior Termal.

Fin de semana 2 noches 385€

3 noches 525€ válido todos los días del 19 al 31 de agosto

Anexo II.

Encuesta a Susana Gómez, responsable del Departamento de Marketing, Comercial y Relaciones Públicas del Balneario de Puente Viesgo.

1. ¿Cómo considera que ha sido el impacto de la pandemia para el Balneario? es decir, ¿ha costado mucho recuperar la actividad o en cuanto se han reducido las restricciones se han generado bastantes reservas?

La reapertura fue en junio 2020. Ese verano se trabajó con ocupaciones muy altas y cuando en otoño volvieron las restricciones, no volvimos a cerrar. Nos mantuvimos abiertos adaptándonos a las nuevas normativas. Estos últimos meses ya sin restricciones estamos teniendo bastante demanda.

2. ¿Qué servicio o tratamiento es el más solicitado en el balneario y/o templo del agua?

El circuito termal Templo del Agua y los tratamientos manuales como los masajes.

3. A raíz de la pandemia ¿Se ha observado un aumento en la preocupación de las personas por su salud y por temas sociales como el cambio climático o la sostenibilidad?

Si, de hecho, nosotros hemos creado incluso promociones especiales llamadas Escapada Salud, porque la gente, hubiera pasado o no el COVID, tenía la necesidad de cuidarse y recuperarse física y emocionalmente.

En cuanto al cambio climático y la sostenibilidad, es una tendencia que lleva ya varios años. Pero a raíz de la pandemia, se ha incrementado el número de personas que, dentro de sus filtros de búsqueda o prioridades, empiezan a poner establecimientos sostenibles y comprometidos en primer lugar.

4. Según la Asociación Nacional de Balnearios de España, se han unido a la UNESCO para impulsar la sostenibilidad, ¿Cuál es la acción sostenible que más destacaría en el Balneario?

Estamos dentro de un proyecto en el que perseguimos ser el primer hotel balneario regenerativo competitivo y convertirnos en un referente en el sector. La sostenibilidad la trabajamos no solo a nivel medioambiental, sino económico, social y cultural. Intentamos mejorar nuestra empresa, pero también el entorno y la sociedad en la que estamos.

Puedo poner como ejemplo la Geotermia, con la que aprovechamos el calor de las aguas termales para reducir el gasto energético.

5. Para mi Trabajo de Fin de Grado existe una propuesta de un nuevo servicio de turismo de salud y bienestar en Cantabria.

Son actividades del Método WimHof con instructores, donde se mezclan técnicas de respiración, meditación y terapia de frío.

En el hipotético caso de que se realizaran, ¿cuenta el Balneario de Puente Viesgo con la capacidad y las instalaciones necesarias para ello? Por ejemplo, capacidad para dar una clase de 25 personas y además contar con baños de agua fría.

De momento, para ese número de personas solo podría ser en el Templo del Agua donde además contamos con un pozo frío, pero no estarían solos realizando el tratamiento, coincidirían con más personas, con lo que no creo que fuese el sitio más apropiado.

Los demás tratamientos se realizan en cabinas individuales.

Este otoño inauguraremos un nuevo tratamiento llamado CIRCUITO CÁNTABRO, un espacio lleno de arte y dedicado al bienestar a través del agua. Promete ser espectacular.

6. ¿Se ha realizado algo parecido a lo mencionado en la pregunta anterior alguna vez?

Tratamientos con frío, pero de manera individual. Con la Selección Española también se hacían inmersiones en frío, pero como digo, siempre de manera individual.