



Universidad de Oviedo  
*Universidá d'Uviéu*  
*University of Oviedo*

**Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER**

**TURISMO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE  
ASTURIAS**

**HEALTH TOURISM IN THE PRINCIPALITY OF  
ASTURIAS**

**Autor: Carolina Martínez Kaiser**  
**Tutora: Nuria López Mielgo**

**Junio 2023**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA**

Dña. Carolina Martínez Kaiser **DECLARA** que es el autor del presente Trabajo presentado para optar al título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Oviedo, que es un Trabajo original realizado para este fin y que se han detallado todas las fuentes relevantes utilizadas durante su elaboración.

Gijón, 23 de junio de 2023

Fdo: Carolina Martínez Kaiser

# Índice

<b>RESUMEN</b> .....	7
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>CAPITULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	9
1.1 ANTECEDENTES.....	10
1.2 OBJETIVOS.....	12
1.3 METODOLOGÍA.....	12
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	13
2.1. CONCEPTO DE TURISMO DE SALUD .....	13
2.2 LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE SALUD .....	15
2.3. ENFOQUE HACIA LA SOSTENIBILIDAD .....	18
2.4 TIPOS DE TURISMO DE SALUD.....	20
2.5 TIPOS DE CLIENTES.....	22
<b>CAPITULO III. TURISMO DE SALUD EN ESPAÑA</b> .....	24
3.1 TURISMO MÉDICO EN ESPAÑA .....	24
3.2. TURISMO DE BIENESTAR EN ESPAÑA.....	28
3.4. TURISMO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS.....	32
4.1 OFERTA DE TURISMO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS.....	35
4.1.1 Turismo Médico en el Principado de Asturias .....	36
4.1.2 Turismo de Bienestar en el Principado de Asturias.....	37
4.2 COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL TURISMO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS.....	40
4.3. ANÁLISIS DAFO DEL SECTOR TURÍSTICO EN ASTURIAS ORIENTADO AL TURISMO DE SALUD .....	41
5.1. DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS.....	46

5.2. COMERCIALIZACIÓN .....	49
5.3. PRECIOS.....	51
5.4 ANÁLISIS CAME PARA EL DESTINO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS.....	51
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>53</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>55</b>
<b>ANEXO I.....</b>	<b>60</b>
<b>ANEXO II.....</b>	<b>61</b>
<b>ANEXO III.....</b>	<b>62</b>
<b>ANEXO IV: FOLLETOS DE PAQUETES TURÍSTICOS.....</b>	<b>63</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Top 5 de destinos de turismo médico a nivel mundial.....	17
Tabla 3.1: Número de viajes por turismo médico por CCAA.....	25
Tabla 3.2: Comparativa anual por número de viajes.....	26
Tabla 3.4. Coste de tratamientos médicos en España.....	27
Tabla 3.5: Ranking de destinos mundiales turismo wellness.....	28
Tabla 4.1: Motivo de visita en el Principado de Asturias por TS.....	36
Tabla 4.2: Clasificación según número de seguidores.....	40
Tabla 4.3: Análisis DAFO del TS del Principado de Asturias.....	42
Tabla 5.1: Modelos de certificación y acreditación.....	45
Tabla 5.2: Tabla ilustrativa de segmentos y paquetes turísticos.....	46
Tabla 5.3: Análisis CAME para convertir Asturias en un destino de salud.....	52
Tabla Anexo I: Top 30 de destinos de turismo médico a nivel mundial.....	60
Tabla Anexo II: Clasificación de aguas mineromedicinales según tratamientos.....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Recuperación del turismo post Covid-19 .....	9
Figura: 2.1: Principales polos de Turismo de Salud en España.....	14
Figura 2.2: Principal oferta complementaria del Turismo de Salud.....	15
Figura 2.3: Cómo ser destino de salud.....	19
Figura 2.4: Tipos de Turismo de Salud .....	20
Figura 2.3: Clasificación de los turistas según contexto y motivación.....	22
Figura 3.1: Gasto del turismo sanitario en España.....	25
Figura 3.2: Volumen de negocio del turismo de Wellness en España .....	29
Figura 3.4: Distribución de los turistas de Wellness por CC.AA. de destino.....	29
Figura 3.5: Perfil usuario de balnearios españoles.....	30
Figura 4.1: Imagen de la campaña “Vuelve al paraíso” .....	34
Figura 4.2: Medicina estética.....	36
Figura 4.3: Puntos de interés del Principado de Asturias .....	38
Figura 4.4: Imagen de la campaña “Asturias: En_clave de bienestar”.....	41
Figura 5.1: Logotipos de las empresas participantes en el paquete turístico Anti-AgingWellnesss.....	47
Figrua 5.2: Logotipos de las empresas participantes en el paquete turístico EquinoNaturRelax.....	48
Figura 5.3: Logotipos de las empresas participantes en paquete turístico YoGastrónomico.....	48
Figura 5.4: Logotipo Asturias Paraiso Saludable.....	50
Figura anexo III: Mapa ampliado de los recursos turísticos disponibles en el Principado de Asturias, así como los espacios naturales y protegidos.....	62
Figura anexo IV: Folleto informativo paquete turístico EquinoNaturRelax.....	63
Figura anexo IV: Folleto informativo paquete turístico YoGastronómico.....	64
Figura anexo IV: Folleto informativo paquete turístico Anti-Aging Wellness.....	65

## RESUMEN

El Turismo de Salud se comenzó a desarrollar como tal a partir del siglo XIX. Sin embargo, se han encontrado evidencias que remontan los desplazamientos por motivos de salud de diversas civilizaciones de la antigua Grecia y Roma e incluso Mesopotamia para el tratamiento de diversas dolencias y mejora de salud, por lo que podemos entender como turistas de salud a aquellas personas que se desplazan fuera de su lugar de residencias para recibir atención especializada. Existen dos tipologías referidas al Turismo de Salud: turismo médico y turismo de bienestar, ambos tienen el mismo fin que es la búsqueda de la eterna juventud y el envejecimiento saludable.

La consecución de este trabajo de investigación se orientó a partir de una investigación documental, mediante el análisis de información y datos estadísticos generados por diversas instituciones. A lo largo del trabajo se profundizará en las diferentes categorías que componen el Turismo de Salud, diferenciando entre turismo médico y turismo de bienestar, primero a nivel internacional y a posteriori nacional.

Para finalizar, se profundizará en los recursos disponibles en cuanto a Turismo de Salud en el Principado de Asturias. Con estos datos se realizaron dos matrices, una DAFO para realizar el análisis de la situación del Turismo de Salud en Asturias y otra CAME, así como el diseño de estrategias de marketing posibles para mejorar su oferta y desestacionalizar el turismo.

**Palabras clave:** Turismo de Salud, turismo médico, turismo de bienestar

## **ABSTRACT**

Health tourism began to develop as such in the 19th century. However, evidence has been found that traces the health-related travel of various civilizations of ancient Greece and Rome and even Mesopotamia for the treatment of various ailments and to improve their health, so we can understand as health tourists those people who travel away from their place of residence to receive specialized care. There are two types of health tourism: medical tourism and wellness tourism, both of which have the same purpose, which is the search for eternal youth and healthy aging.

The achievement of this research work was oriented from a documentary research, through the analysis of information and statistical data generated by various institutions. Throughout the work we will delve into the different categories that make up health tourism, differentiating between medical tourism and wellness tourism, first at the international level and then at the national level.

Finally, the resources available in terms of health tourism in the Principality of Asturias will be examined in depth. With these data, two matrices were made, a SWOT matrix to analyze the situation of health tourism in Asturias and a CAME matrix, as well as the design of possible marketing strategies to improve its offer and to deseasonalize tourism.

**Key words:** health tourism, medical tourism, wellness tourism

## CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en el sector que más riqueza aporta a la actividad económica en España. La industria del turismo es vital para el desarrollo de la misma, tanto, que ha supuesto el 61% del crecimiento de la economía española en el pasado año 2022, aportando al PIB nacional un 12.2%, según los últimos datos recogidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE), todo ello gracias a los grandes avances en las infraestructuras, en concreto en el sector del transporte, lo cual permite la explotación comercial de destinos turísticos.

FRONTUR recogió en su base de datos para el año 2022 un total de 104.968.100 personas, entre turistas y excursionistas<sup>1</sup>. El motivo mayoritario de estos movimientos fue con mayor peso por ocio, recreo y vacaciones, seguido de negocios o motivos profesionales y otros motivos, generando un gasto total de 87.061 millones de euros.

Figura 1.1: Recuperación del turismo post Covid-19



Fuente: Elaboración propia a partir de [www.exceltur.com](http://www.exceltur.com)

<sup>1</sup> La Organización Mundial del Turismo (OMT) define a los turistas como aquellas personas que viajan a un destino principal ajeno a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar. En caso contrario, es decir, un excursionista es aquella persona que visita un destino, pero no pernocta en él.

Existe un fuerte potencial de crecimiento en el enriquecimiento de la oferta más allá del turismo de sol y playa. Es así, como el turismo, debido a su alto grado de popularidad y el alto nivel de satisfacción de los turistas que visitan España, ha ido, con el tiempo diversificándose, la clave para el futuro del turismo español es incrementar la oferta de rutas turísticas por zonas menos masificadas, por entornos naturales y mejorar las rutas culturales. El turismo, ha llegado a muchos segmentos, como lo es, el Turismo de Salud en el Principado de Asturias, el cual es el foco del presente trabajo de investigación.

“Cuento de hadas” así es como el director de cine Woody Allen se refiere a Asturias, tras su última visita el año pasado. "Vengo de una ciudad enorme, gigantesca, con multitudes, ruido, y llego aquí donde todo es antiguo, limpio y agradable... Cuando me vaya el sábado tendré la sensación de haber vivido un cuento de hadas...con un príncipe, además", destacó. La belleza natural que posee, costa y montaña, los espacios naturales protegidos, balnearios históricos de aguas termales rodeados de bosques y spas en enclaves privilegiados, hacen del Principado de Asturias un “Paraíso Natural” con gran potencial para ser posicionado como un destino de salud de alto nivel (LNE, 2022)

## **1.1 ANTECEDENTES**

El interés por este tipo de turismo no es algo por completo nuevo, sino que ya tiene una cierta trayectoria. Uno de los estudios con mayor impacto que existen dentro del territorio español, es el de (Alonso Álvarez, 2010), donde hace un recorrido desde el año 1750 hasta el 2009. Este trabajo, comprende todo un estudio de España, resaltando sus puntos más importantes para el Turismo de Salud, sus orígenes, el crecimiento del sector durante las guerras mundiales y la evolución de los balnearios. Además de este, existen estudios enfocados en la importancia, e impacto que poseen sobre sí, los balnearios, como el realizado por (Francisco Javier Melgosa Arcos, 2000), donde indica que “Una de las alternativas al turismo convencional es la que ofrecen las estaciones termales o balnearios, tanto por su carácter intrínseco de centro de

salud como por las posibilidades que ofrecen los entornos en que se hallan enclavados”. Sumado a esto, se tienen estudios, que se especializan en las bondades que brindan para el cuerpo, espacios de agua, como los mares o los ríos, y cómo el turismo ha hecho eco de esto. Uno de estos ha sido realizado por (Bofanda et al; 2011), su trabajo se caracteriza por el estudio de más de tres docenas de balnearios en España, y los usos que los mismos han tenido.

Y como ya mencionaba (Arias et al., 2012), “En la actualidad, son muchos los turistas que viajan a otros países para hacer Turismo de Salud, ya sea en la categoría de bienestar o en las categorías médicas”.

Para el presente trabajo, se estudiará no sólo el Turismo de Salud, su historia, desarrollo y actualidad, sino que, además, se hace un enfoque especial, en cómo este se ha estado y se está gestando en el territorio del Principado de Asturias. De tal forma, que la estructura de este se verá comprendida, por un desarrollo de diversos apartados que permitirá conocer y ahondar en el Turismo de Salud. A posteriori, se expondrá una estrategia, bajo la cual se buscará fomentar este tipo de turismo dentro de la comunidad autónoma mencionada, bajo la cual, se hará especial atención, a un desarrollo de actividades, que fomenten este tipo de Turismo de Salud.

Las preguntas de investigación que se busca responder con este trabajo de investigación son:

- ✓ ¿Cuál es la situación actual del turismo en Asturias en cuanto a la atracción del turista de salud y qué estrategias se podrían desarrollar para atraer a este mercado emisor con mayor fuerza?
- ✓ ¿Cuál es el perfil del mercado y del turista de salud que puede ser un potencial cliente para la oferta que se encuentra en Asturias?
- ✓ ¿Qué herramienta de planificación es conveniente para la proyección de estrategias turísticas en función de las características de Asturias como destino turístico de salud?

## **1.2 OBJETIVOS**

Teniendo todo esto presente a continuación, se indican los objetivos relativos al trabajo:

- ✓ Identificar el impacto del Turismo de Salud a nivel nacional.
- ✓ Conocer qué aspectos son más valorados dentro del Turismo de Salud.
- ✓ Construir una matriz DAFO y otra CAME como herramienta de planificación para la proyección de estrategias en función de las características de Asturias como destino turístico de salud.
- ✓ Realización de un plan de dinamización del Turismo de Salud en el Principado de Asturias.

## **1.3 METODOLOGÍA**

Para llevar a cabo el presente trabajo, en un primer momento se realizará una investigación de tipo documental con el uso de información secundaria, la cual permitirá obtener la información necesaria. Pero además de esto, se hará una elaboración de estrategia que permita crear actividades que fomenten este tipo de turismo. Con respecto a la investigación, ésta se basará en la revisión de los principales repositorios web, para realizar una revisión de aquellos trabajos, vinculados con el objetivo de estudio. Se consultarán también diferentes páginas web u otras fuentes informativas que utiliza el gobierno asturiano, así como datos que constantemente emite el Sistema de información de Asturias (SITA), la Alianza para la Excelencia Turística (EXCELTUR), el Instituto Nacional de Estadística (INE), entre otros con el fin de elaborar una descripción lo más aproximada a la realidad de Asturias como entidad turística y su potencial para atraer al turista de salud y por último la construcción de dos matrices, una DAFO y otra CAME (Corregir las Debilidades, Afrontar las Amenazas, Mantener las Fortalezas y Explotar las Oportunidades), de la que se derivaran las estrategias para impulsar el Turismo de Salud en Asturias.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. CONCEPTO DE TURISMO DE SALUD**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el Turismo de Salud como aquel tipo de turismo cuya motivación principal es la de contribuir a la salud física, mental o espiritual mediante actividades médicas y de bienestar. El concepto Turismo de Salud, puede entenderse entonces como una necesidad de movilizarse por problemas de salud, que no pueden ser resueltos en el lugar de residencia, debido a situaciones climáticas, falta de instalaciones o personal cualificado para llevarlo a cabo como, por ejemplo, determinados tratamientos o terapias curativas.

El Turismo de Salud fue ganando importancia a lo largo de los siglos, por lo que la Unión Internacional de Organizaciones Turísticas la reconoce como un tipo de categoría de turismo cuando la define en el año 1973, bajo el cual indicaban que este tipo de turismo se enfoca en provisionar estructuras de salud, haciendo uso de los recursos naturales de un determinado espacio geográfico, siendo específico las aguas minerales y el mismo clima. Por otro lado, (Arias et al. 2012) expone que, “Un turista de salud sería aquel que viaja a un destino para realizarse una cirugía en un hospital, o aquel que visita a un spa para liberarse del estrés. También podría ser quien visita un determinado lugar porque el clima y el ambiente son favorables para la salud”.

Por último, la Escuela de Organización Industrial (EOI, 2013) expone que, “Para que el Turismo de Salud tenga lugar, el motivo del viaje debe ser la búsqueda de servicios de salud. Los turistas o residentes internacionales que reciben servicios de salud en un país del cual no son ciudadanos pero que no se desplazaron por este motivo no son considerados turistas de salud”. Por lo tanto, para que un Turismo de Salud sea entendido como tal, es necesario que el turista, se dirija a su punto o espacio de interés, con tales intenciones. No puede entenderse en ningún momento, que esto pueda ser efecto de algún suceso o accidente, dentro del lugar que se ha visitado por alguna otra razón.

Los principales polos de Turismo de Salud en España en los que la oferta se concentra se caracterizan por zonas consolidadas de turismo como son Mallorca, Alicante y Costa del Sol, grandes urbes como son Madrid y Barcelona, zonas cercanas a Portugal como son Badajoz, y especializados en determinados tratamientos como son Navarra y Asturias.

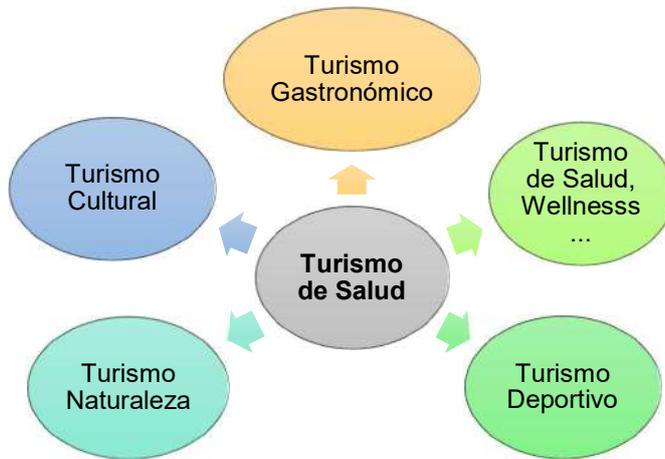
Figura: 2.1: Principales polos de Turismo de Salud en España



Fuente: elaboración propia a partir de EOI (2013)

La oferta turística en España es excelente, dado que disponen de numerosos recursos que integran la oferta, tanto que cualquier servicio turístico puede ser complementario de a los servicios de salud, pero en todo caso se deberá tener en cuenta la compatibilidad con el perfil del turista de salud, así como los posibles efectos que tengan los tratamientos de salud. Los principales productos turísticos que complementan el Turismo de Salud son los siguientes:

Figura 2.2: Principal oferta complementaria del Turismo de Salud



Fuente: elaboración propia a partir de EOI (2013)

Estos servicios turísticos deben de ser en todo caso compatibles y/o complementarios con los tratamientos de salud.

## 2.2 LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE SALUD

El Turismo de Salud es una práctica muy antigua, se han encontrado escritos de antiguas civilizaciones que afirman el asentamiento de estas en torno a aguas termales y medicinales, documentos relativos a civilizaciones mesopotámica, india, egipcia y china donde aparecen muestras de complejos construidos en torno a manantiales terapéuticos. En la edad de Bronce (2.000 a.C.) tribus asentadas en lo que hoy conocemos como Suiza, se bañaban y bebían de manantiales ricos en hierro y es partir de aquí cuando comienzan a existir los primeros registros de viajes cuya motivación principal fue el experimentar técnicas curativas o paliativas, donde las personas viajaban a diferentes templos ubicados en su extensa geografía con el ánimo de sumergirse en sus aguas termales o azufradas.

En Grecia se encuentran los templos de Asclepia, y en Roma las termas, donde acudían pacientes de todas las regiones para realizar tratamientos curativos a través de rituales. Hacia el siglo IV a.C. los tratamientos comenzaron a tener un carácter más clínico (Gómez García, 2017).

Una de las mayores preocupaciones de la humanidad ha sido y es el envejecimiento, por lo que puede entenderse que esta necesidad de hacer viajes para la salud en general va más allá de una necesidad en específico. Algunos ejemplos que se pueden indicar son la búsqueda de la fuente de la juventud, que llevó a cientos de personas a realizar largas travesías en busca de estas aguas milagrosas. Así mismo Inglaterra, Alemania e incluso Austria, que por efecto de los conocimientos griegos y romanos iniciaron su propia búsqueda de aguas y espacios que desempeñaran estos objetivos.

Son muy diversos los ejemplos de Turismo de Salud a nivel mundial, en tiempos históricos. Estos espacios naturales, fueron prontamente apreciados, y sus propiedades rápidamente necesarias para curar males. Como, por ejemplo, el caso de Londres, que fue fundada como un complejo termal por los romanos, y rápidamente fue un lugar de moda entre las élites. Es conocido, que muchas personas, por indicaciones médicas, se les recomendaba dirigirse a zonas del país que tuvieran temperaturas mucho más cálidas, para poder enfrentar ciertos cuadros médicos, como gripes más fuertes de lo normal, o problemas en general del sistema respiratorio, también ideal para enfermedades reumáticas.

La calidad de vida que se lleva actualmente es una de las razones por las cuales se ha visto un crecimiento dentro de este tipo de turismo, (Sánchez Bergara, 2020):

1. Profesionales, servicios e instalaciones médicas de alta calidad: mayor peso en el momento del turista al tomar su decisión. Quienes buscan las mejores atenciones, en respuesta a los más altos niveles de desarrollo médicos se dirigen a: Londres, Los Ángeles, Nueva York o Singapur.
2. Costes asociados al turismo médico: destacan las ofertas con respecto a los estándares de calidad, ya que existen divergencias, con respecto a los países desarrollados y subdesarrollados.
3. El contexto Cultural: las barreras culturales, como el idioma, por ejemplo, así como las regulaciones que pueden aplicar a algunos tratamientos, por lo que, en muchos casos, esto puede ser un obstáculo para algunos segmentos de mercado, mientras que, para otros, pueden ser más atractivos, todo ello condiciona la elección del destino, pero no el Turismo de Salud.

Fetscherin & Stephano (2016) han elaborado un índice que permite hacer un ranking a nivel mundial de destinos médicos, dicho índice tiene en cuenta los siguientes factores:

- ✓ Entorno del país: similitudes culturales y lingüísticas, y estabilidad económica.
- ✓ Destino turístico: atractivo, popularidad, exotismo y condiciones climáticas.
- ✓ Costes: tarifas aéreas, costes de viajes, tratamientos y estancia
- ✓ Instalaciones y servicios: entrenamiento, experiencia y reputación de médicos.

Los cinco países que ostentan el liderazgo mundial del turismo médico son (ver tabla completa top 30 destinos de turismo médico en ANEXO I):

Tabla 2.1: Top 5 de destinos de turismo médico a nivel mundial.

<b>POSICIÓN</b>	<b>DESTINO</b>	<b>ÍNDICE DE TURISMO MÉDICO</b>
<b>1</b>	Canadá	76.9
<b>2</b>	Reino Unido	74.8
<b>3</b>	Israel	74.2
<b>4</b>	Singapur	74.0
<b>5</b>	Abu Dabi	73.0

Fuente: Elaboración Propia, a partir de Fetscherin & Stephano (2016).

Estos factores son determinantes en función de los públicos objetivos y son los que han permitido un crecimiento notable, algunos ejemplos que se pueden indicar, por ejemplo, Colombia, donde existe un flujo importante de turismo que acude a cirugías estéticas, o la India, donde muchas parejas viajan para conseguir un vientre en alquiler, etc. Además de lo visto, pueden sumarse razones más obvias, como por ejemplo una cantidad de información mucho más cuantiosa y una búsqueda individual por cada individuo que desee experimentar o tratarse fuera de sus fronteras.

## **2.3. ENFOQUE HACIA LA SOSTENIBILIDAD**

Debido a la creciente necesidad de que el mundo sea mucho más saludable y mejorar la calidad de vida a nivel general, se ha propuesto un mundo mucho más verde, amigable con el planeta, etc. El turismo sostenible se puede entender como “aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas, así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro”. Además de lo indicado, el turismo sostenible debe de comprender lo siguiente (WTO, 2021):

1. Dar uso óptimo a los recursos medioambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
3. Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades, y contribuir a la reducción de la pobreza.

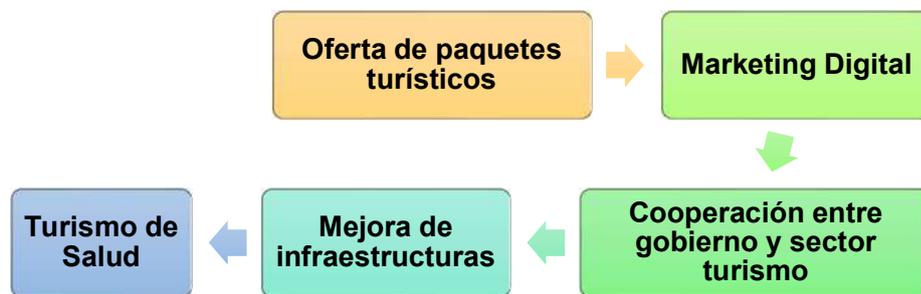
Se parte de que el turismo y lo que se propone hacer dentro del Principado, sea en todo momento amigable con su entorno, y que todo espacio que se pretenda utilizar tenga una buena forma de uso, donde no sea dañada la fauna y flora existente, de qué forma se llevará a cabo los recursos y los elementos del entorno para plantear paquetes de Turismo de Salud.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son el fundamento de la Agenda 2030 y muestran una mirada integral, indivisible y una colaboración internacional renovada. La Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO), como organismo especializado de las Naciones Unidas y principal organización internacional en el ámbito turístico, tiene la misión de promover la contribución del sector turístico entorno a los ODS. La OMT se dedica a la consecución de los ODS, especialmente en relación con los objetivos en los que se menciona el turismo en sus metas, como son el 8, 12 y 14.

Para llegar a ser un referente en el destino de salud, son necesarios algunos elementos tales como:

- **Colaboración público-privada:** “La necesidad de tejer una red de agentes públicos y privados interesados en el Turismo de Salud fue recurrente a lo largo del congreso y reconocida tanto por los representantes de diferentes empresas como por las administraciones” (Generalitat Valenciana).
- **Promoción específica:** Generar una propuesta desde un marketing bien desarrollado, donde exista una propaganda destinada a brindar una imagen atractiva sobre el Turismo de Salud. Los objetivos que se busquen alcanzar deben publicitarse de forma que sean el eje central de la misma.
- **Analizar mercados competidores:** Conocer las propuestas de las comunidades cercanas, permitirá identificar ofertas, planes y costes, lo que da la oportunidad de brindar ofertas mucho más atractivas.

Figura 2.3: Cómo ser destino de salud



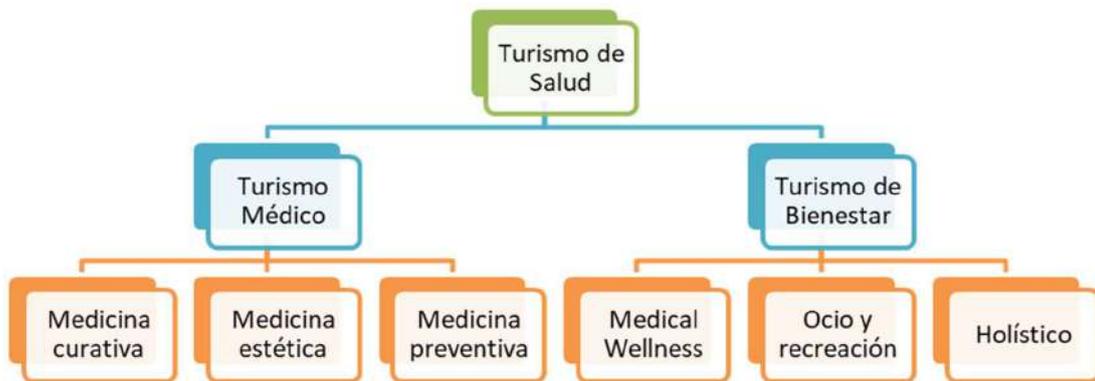
Fuente: elaboración propia

Uno de los puntos fuertes del Turismo de Salud es frenar la estacionalidad en comparación con otros segmentos turísticos asociados a la época del año, por lo que puede haber ofertas durante todo el año. Además, puede contribuir a dispersar los centros de turismo ya que se pueden ubicar en zonas urbanas y rurales. Hay que tener en cuenta, que es difícil de estimar la progresión del Turismo de Salud dado que los datos son limitados y a veces incluso poco fiables. Los aspectos clave son la sostenibilidad y la responsabilidad. Los destinos deben considerar el impacto del Turismo de Salud en la calidad de vida de los residentes locales.

## 2.4 TIPOS DE TURISMO DE SALUD

El Turismo de Salud posee un enfoque desde el cual no solo se busca sostener el estado de salud presente de un individuo, sino una mejora continua, ya sea de forma grupal o individual. A través de la figura a continuación y siguiendo el trabajo de (T&L, Mckinsey, 2009), se pueden identificar de forma gráfica las divisiones y subdivisiones que se pueden encontrar dentro del Turismo de Salud, por lo que el Turismo de Salud puede llegar a dividirse en diferentes tipos:

Figura 2.4: Tipos de Turismo de Salud



Fuente: Elaboración propia a partir de Turismo de Salud. T&L, Mckinsey, (2009).

La **medicina curativa** se define como aquellos viajes que tienen como objetivo tratar una condición médica con menor costo y con mejor atención que en su país de origen:

- ✓ Manejo de artritis/dolores crónicos
- ✓ Ortopedia y trasplantes
- ✓ Cirugía cardiovascular bariátrica (manejo de sobrepeso)

Por su parte la **medicina estética**, como bien indica su nombre, busca mejorar el aspecto físico del viajero, donde caben tratamientos como:

- ✓ Cirugía dental, facial o reconstructiva
- ✓ Tratamientos anti-aging
- ✓ Acné y soluciones a desordenes de pigmentación.

La **medicina preventiva**, busca prevenir problemas médicos que puedan surgir en un futuro mediante controles y tratamientos a tiempo, y entre ellos destaca el envejecimiento saludable.

La “**medical wellness**”, es una búsqueda de autocuidado del individuo mismo, todo ello bajo tratamientos alternativos que permitan prevenir condiciones médicas. Sobre esto se puede agregar que “el turismo relax, también llamado Wellnesss (bienestar), es un subsegmento de salud, en el cual la motivación principal es la de mantener y/o mejorar el equilibrio físico y psíquico del turista que lo practica” (EOI, 2013). Los tratamientos que incluye son:

- ✓ Termalismo, talasoterapia y tratamientos de spa
- ✓ Masajes específicos y acupuntura
- ✓ Medicina con hierbas medicinales / indígenas y taller de nutrición

El espacio de **ocio y recreación** responde a todos los viajes que se hacen con la finalidad de sentirse bien consigo mismo, entran igual las aguas termales, las piscinas, deportes, etc.

El **espacio holístico**, son viajes con la finalidad de sentirse bien no sólo físicamente, sino también espiritualmente, en este caso se trata de una serie de experiencias activas y sostenibles en el tiempo, estos centros suelen ofrecer actividades relacionadas con el crecimiento personal, se identifican las siguientes prácticas:

- ✓ Shiatsu, Yoga, Meditación, Tai Chi, Qi Gong
- ✓ Tradiciones indígenas y retiros espirituales

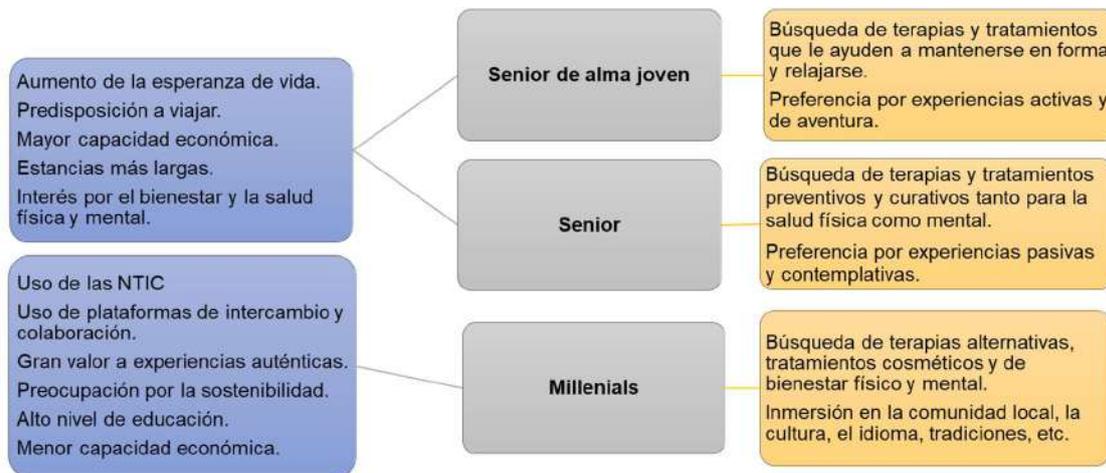
Todos estos espacios son usados para el Turismo de Salud. Las razones de salud siguen siendo prioritarias, las personas buscan no solo tratamientos físicos, de salud mental y hasta espiritual, sino también una mejor atención, con precios razonables, de manera que la oportunidad que les otorga el salir de su país de origen para remontarse a lugares distintos, en ocasiones exóticos, sea aprovechada (Flores, et al., 2020).

## 2.5 TIPOS DE CLIENTES

El mercado de Turismo de Salud se puede segmentar atendiendo a múltiples criterios que dependen de su motivación, su nivel socioeconómico, su edad, su estado civil, su estancia media en el destino y sus hábitos de consumo. Esta segmentación responde a cuestiones como la capacidad económica del cliente, su estado de salud, la duración del viaje, el gasto en el viaje, y el tipo de tratamiento a seguir (Ostelea, 2016).

Según (García Santes, 2012) existen tres segmentos de mercado en el Turismo de Salud. El primero se enfoca a personas que quieren reducir los efectos del envejecimiento. El segundo se relaciona con las nuevas generaciones que buscan un estilo de vida saludable. El tercer segmento está centrado en los turistas que buscan tratamientos de belleza. No obstante, otros autores sub-segmentaron aún más este mercado, los perfiles de este tipo de turistas van a ser en suma diversos, y la mejor forma de exponerlos es a continuación haciendo uso de la siguiente tabla:

Figura 2.5: Clasificación de los turistas según contexto y motivación



Fuente: Elaboración propia a partir de Ostelea (2016)

Esta tabla permite clasificar al mismo tiempo a diferentes grupos de edad atendiendo a las características propias de los turistas que practican Turismo de Salud, dependiendo de si practican turismo de médico o turismo de bienestar.

El perfil del turista médico tiene una edad comprendida entre los 40 y 55 años, suele presentar un nivel socioeconómico alto, por lo que no suele preocuparse por los precios cuando busca tratamientos no disponibles en su país, esto explica que el gasto en este tipo de turismo sea entre 6 y 10 veces superior al resto de tipologías. El periodo de estancia es también mayor, de entre 10 y 20 días. Sin embargo, hay que tener en cuenta que, al viajar para realizar procedimientos médicos, el tiempo de estancia depende en gran medida del tipo de intervención que se vaya a realizar. También es posible que se deba regresar al destino varias veces. Y aunque el coste de la estancia suele ser superior, se observa un gasto menor en servicios turísticos complementarios (EOI, 2013). Si nos centramos en su estado civil, podemos ver cómo éstos viajan en familia, les interesa la seguridad y la oferta complementaria para la unidad familiar.

El perfil del turista de bienestar se caracteriza por mujeres mayores de 30 años, esto puede deberse a la expectativa social, moda, presión social, etc. que provoca en las mujeres una mayor preocupación en la apariencia física. Además, tradicionalmente las mujeres han desempeñado el rol de cuidadoras dentro de la familia, y por tanto se han preocupado por la salud y el bienestar familiar.

Los hombres, sin embargo, prefieren otros métodos de relajación, como actividades físicas o deportivas, es por ello el marketing es diferente para hombres y mujeres. Por ejemplo, un spa podría anunciarse a las mujeres como un centro de tratamientos de belleza, mientras que a los hombres se les anunciaría como un lugar para relajarse. La oferta responde como una opción para darse un respiro y pasar unos días de descanso y puesta en forma. No obstante, aproximadamente el 65% de los usuarios de turismo de bienestar lo hace por motivos terapéuticos. Los jóvenes de entre 18-25 años no se ven tan atraídos por el turismo de bienestar como lo hacen los de mayor edad. Esto se debe principalmente a que el estilo de vida es diferente: tiene una buena condición física, no están sometidos a tanto estrés y tienen menos responsabilidades (Smith, M. & Puczkó, L., 2009).

Hasta el momento, se ha hecho un repaso, sobre lo que se conceptualiza como Turismo de Salud, así como sus aspectos más resaltantes. Corresponde a continuación, conocer la situación del Turismo de Salud en el ámbito nacional.

## **CAPITULO III. TURISMO DE SALUD EN ESPAÑA**

Desde la década de 1960, España se ha caracterizado por atraer turistas gracias al segmento turístico de sol y playa. Sin embargo, las características y las necesidades de estos turistas han ido cambiando con el tiempo, por lo que han surgido nuevas tipologías turísticas, o se han recuperado tipologías menos comunes, como es el caso del Turismo de Salud.

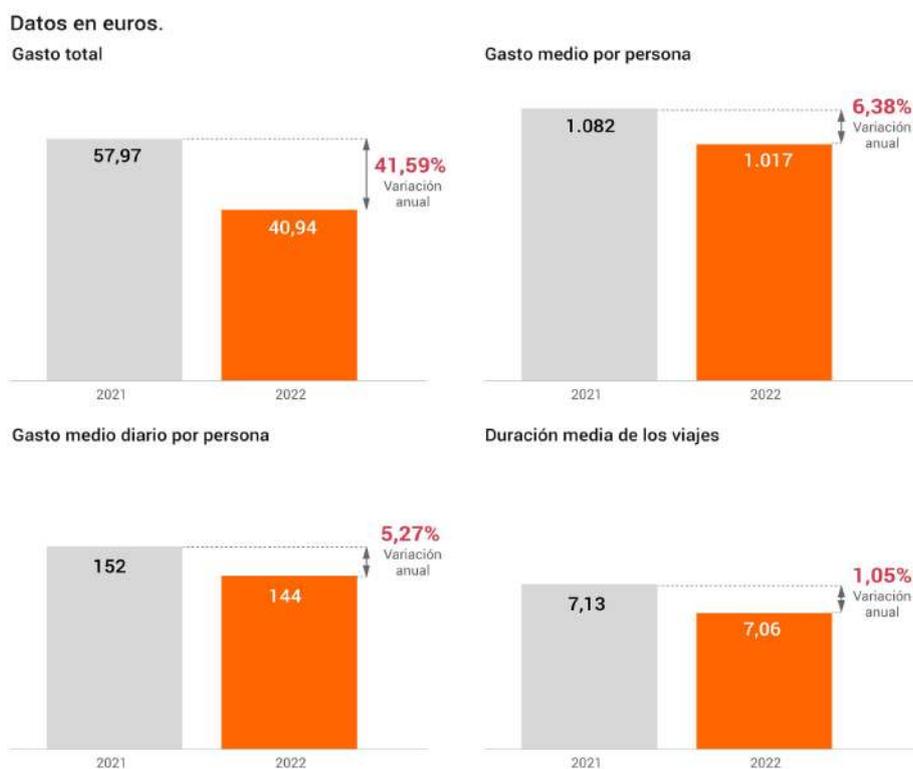
El Turismo de Salud es una tipología turística que cada vez tiene más popularidad en España. En 2019, España se situó como sexto país preferido por los turistas de salud a nivel europeo, y octavo a nivel mundial (Rivera & Ramírez, 2019). Esta tipología genera en España más de 500 millones de euros al año, que se espera que se duplique en los próximos años según el estudio realizado por el Gobierno de España (2019).

### **3.1 TURISMO MÉDICO EN ESPAÑA**

España, así como otros países de Europa, cuenta con gran importancia dentro del sector turístico de salud. Según la (EOI, 2013) las estimaciones del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Málaga, el turismo médico dejó beneficios por valor de 1.740 millones de euros en 2011. En el año siguiente, España obtuvo un total de 21.868 turistas internacionales para la realización de tratamientos de salud de forma voluntaria, generando un gasto total de 12,1 millones de euros.

La empresaria andaluza M.<sup>a</sup> Luisa Mesa asegura la llegada de 600.000 turistas cada año, por lo que Andalucía busca servicios privados de salud. El Centro Médico de Madrid ha fijado un objetivo de unos 3.500 pacientes en su plan estratégico: Turismo de Salud anual, mientras que el Centro Médico de Barcelona para el año 2021 atrajo a 2.000 personas obteniendo unos 12 millones de euros. Actualmente, se estima que Barcelona atrae cada año unos 10.000 pacientes extranjeros. Ciudades como Madrid, Barcelona o incluso la Comunidad de Andalucía son conscientes de la importancia de este tipo de turismo y realiza informes estadísticos, fijando objetivos de crecimiento.

Figura 3.1: Gasto del turismo sanitario en España



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023)

Los datos previamente indicados, se pueden apreciar a continuación en años más próximos. Según la comunidad autónoma:

Tabla 3.1: Número de viajes de turismo médico por comunidad autónoma

CC.AA.	N.º de viajes
✓ Andalucía	244.460
✓ Aragón	37.795
✓ Canarias	118.490
✓ Castilla y León	73.887
✓ Castilla-La Mancha	82.094
✓ Cataluña	243.874
✓ Comunidad Valenciana	129.514
✓ Extremadura	98.174
✓ Galicia	114.577
✓ País Vasco	65.847
Asturias, Baleares, Cantabria, Madrid, Murcia, La Rioja	Sin Datos

Fuente: elaboración propia, a partir de Hernández, (2021)

Pasamos a hablar cifras importantes en el sector del turismo médico, donde se estima que llegará a alcanzar 182.000€ a nivel mundial en los próximos años, según un estudio de la consultora Glasgow Research & Consulting.

Barcelona es la ciudad líder en el Turismo de Salud a nivel nacional, donde se encuentran más de 100 centros sanitarios de primer nivel y los clientes llegan a asumir una media de 1.400€ diarios, este segmento de turistas vienen en su mayoría de países donde el nivel sanitario es medianamente bajo.

Ahora, si se hace una revisión más actual, se parte de que el impacto que ha tenido la pandemia por Covid-19 ha generado un efecto negativo. Por lo que, el número de viajes por Turismo de Salud registrados en España en 2020 es incluso inferior que, en los años anteriores, cuyo motivo principal era sanitario.

Tabla 3.2: Comparativa anual por número de viajes

<b>AÑO</b>	<b>N.º de viajes</b>
<b>2018</b>	<b>1.503.395</b>
<b>2017</b>	<b>1.958.292</b>
<b>2016</b>	<b>1.910.356</b>
<b>2015</b>	<b>1.845.806</b>

Fuente: elaboración propia, a partir de Hernández, (2021)

Así mismo, se ha podido recoger los datos que permiten conocer los tratamientos más frecuentes, y entre ellos se tienen: cirugía plástica, reproducción asistida, traumatología y oftalmología. Y es que en España hay un clúster formado por más de 50 hospitales que ofrecen estos servicios a aquellos ciudadanos foráneos que llegan al país para someterse a algún tratamiento (Ruíz-Tagle, 2021). Este mismo clúster, tiene miras de expandir su mercado de negocio, derivándolo a espacios que permitan unir aspectos como la gastronomía, pero esto, ha tenido que ser ralentizado, por el efecto de la pandemia llegada para el año 2020.

Los principales centros de salud, que han sido un referente dentro del Turismo de Salud, y son los más solicitados, son los siguientes (Health-tourism, 2023):

- Centro Médico Teknon - Barcelona
- Hospital Universitario de Madrid - Madrid
- Hospital Quirón Barcelona - Barcelona
- Hospital Internacional Vithas Xanit - Málaga
- Hospitales HM - Madrid
- Hospitales Sanitas – Madrid

Una razón por la cual el Turismo de Salud ha sido todo un éxito es por la relación calidad – precio, que logra encontrar el turista, en España. A continuación, se expone un cuadro comparativo, que permite identificar los ahorros, que obtiene el turista, al momento de realizarse alguno de los mencionados procedimientos en España:

Tabla 3.3: Coste de tratamientos médicos en España vs Reino Unido.

<b>Procedimiento</b>	<b>Reino Unido</b>	<b>España</b>	<b>Ahorro promedio</b>
<b>Reemplazo de Cadera</b>	11.200 €	4.460 €	60%
<b>Liberación túnel carpiano</b>	1.400 €	1.000 €	28%
<b>Estiramiento facial</b>	6.800 €	4.180 €	35%
<b>Liposucción</b>	2.800 € – 3.800 €	1.400 € - 1.900 €	50%
<b>Rinoplastia</b>	2.800 € - 3.500 €	2.200 € - 2.600 €	26%

Fuente: Elaboración propia a partir de Health-tourism, (2023)

Con estos datos, se observa, que existe una reducción importante con respecto a los gastos en el caso de tratamientos en España frente a Reino Unido, que el turista de salud enfrenta en estos casos.

España cuenta con altos estándares de calidad en sanidad acreditados a los diversos estándares reconocidos internacionalmente y también el Turismo de Salud cumple con dichas certificaciones. La certificación deberá ser aquella que valore el cliente y que le garantice la mayor seguridad posible desde su país de origen. La Norma UNE-ISO 22525:2021 de Turismo Médico, aprobada en julio de 2021, es una herramienta de gestión creada para certificar la calidad de establecimientos y servicios turísticos de salud facilitados a aquellas personas que viajan por razones médicas.

### 3.2. TURISMO DE BIENESTAR EN ESPAÑA

España se encuentra entre los grandes destinos de turismo de bienestar, es el segundo país elegido a nivel europeo y el quinto a nivel mundial, según los datos ofrecidos por el Global Wellness Institute y el tercer país europeo con mayor cantidad de espacios termales (Alonso-Álvarez, 2012), situándose así en el top 18 de países preferidos para el turismo Wellness a nivel mundial (Ostelea, 2016). Para el año 2015 ha habido un total de 89 millones de viajes de bienestar en el mundo, que generaron un gasto directo de 23.500 millones de euros.

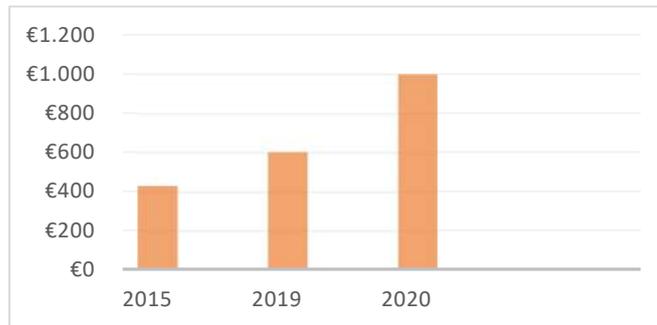
Tabla 3.5: Ranking de destinos mundiales turismo wellness

<b>POSICIÓN DESTINO</b>	<b>Millones de €</b>	<b>POSICIÓN DESTINO</b>	<b>Millones de viajes</b>
<b>1. EE. UU.</b>	9.110,3€	<b>1. India</b>	8,52
<b>2. Alemania</b>	2.229,7€	<b>2. China</b>	7,35
<b>3. Japón</b>	1.468,3€	<b>3. EE. UU.</b>	7,10
<b>4. Francia</b>	1.302,8€	<b>4. Corea del Sur</b>	3,83
<b>5. Austria</b>	787,3€	<b>5. Alemania</b>	1,89
<b>12. España</b>	419,10€	<b>18. España</b>	0,54

Fuente: elaboración propia a partir de Ostelea (2016)

España cuenta con una importante red balnearios con aguas termales. La Sociedad Española de Hidrología clasifica las aguas mineromedicinales en 9 categorías diferentes (ver tabla Anexo II). El volumen de negocio de las 115 estaciones termales nacionales se situó para el año 2011 en 250 millones de euros (EOI, 2013), esto situaba España como tercer país europeo con mayor número de complejos termales, superado únicamente por Alemania, con 265 instalaciones termales, e Italia, con 164 (Alonso-Álvarez, 2012). Durante el periodo 2012-2015 el crecimiento anual medio en el número de viajes relacionados con el turismo wellness en España ha sido del 6,2%, esto es debido a que a partir de la entrada del siglo XXI es cuando la concepción del turismo de wellness comenzó a cambiar, dado que, hasta entonces, en su mayoría eran personas mayores las que hacían uso del termalismo.

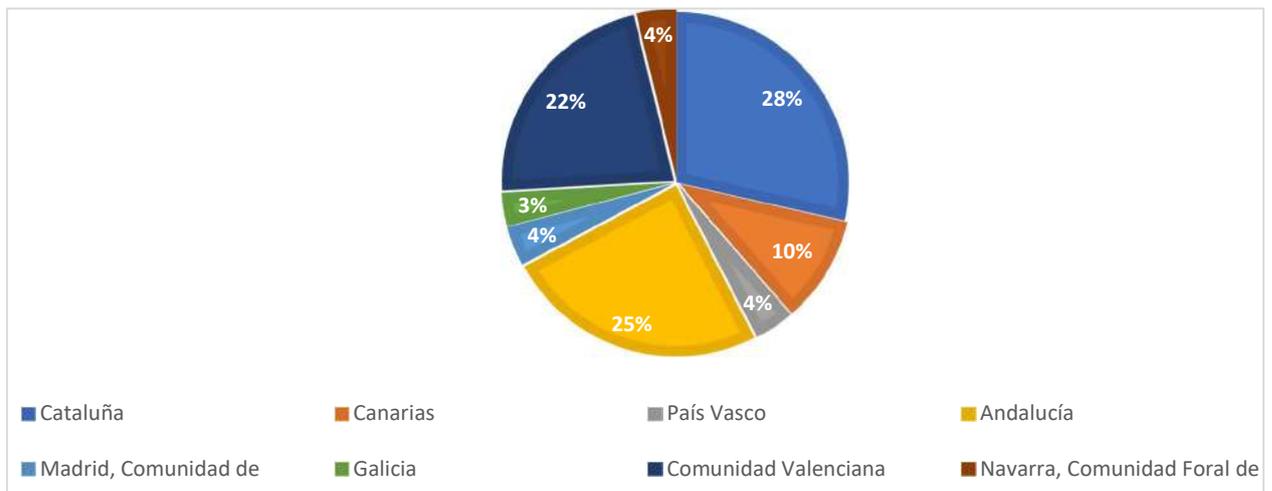
Figura 3.2: Volumen de negocio del turismo de Wellness en España 2015 y previsión 2019 – 2020 en millones de euros



Fuente: elaboración propia a partir de Ostelea (2016)

En el gráfico a continuación podemos observar las comunidades autónomas que concentran casi el 75% de los viajes relacionados directamente con el turismo Wellness en España, encabezado por Cataluña, seguido por Andalucía y la Comunidad Valenciana.

Figura 3.4: Distribución de los turistas de Wellness por CC.AA. de destino

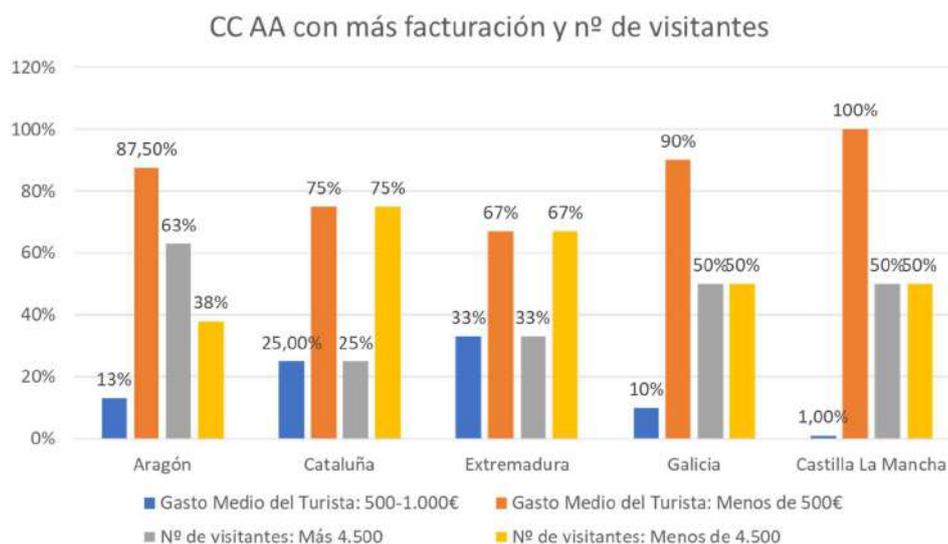


Fuente: elaboración propia a partir de Ostelea (2016)

Barcelona era la tercera ciudad elegida a nivel mundial, tras Nueva York y Los Ángeles. Madrid se encontraba quinto a nivel europeo y vigésimo quinto a nivel global. En 2017, el turismo de bienestar en España registró 18,8 millones de viajes y un gasto de más de 8.800 millones de euros (Hosteltur, 2019). Según el análisis llevado a cabo por el Observatorio Nacional del Termalismo para el año 2016, cabe destacar que:

- ✓ El 98% de los usuarios de balnearios españoles son nacionales, es decir, estamos hablando de turismo de interior, aunque cada vez más el turista extranjero se interesa por esta actividad.
- ✓ La estancia media en el balneario para más de la mitad de los usuarios es superior a 8 días, sin embargo, los jóvenes con edades comprendidas entre 30 y 45 años suelen quedarse en el establecimiento entre 3 días y una semana, el agüista<sup>2</sup> se aloja entre un día o un fin de semana.
- ✓ El 46% de los usuarios se encuentra entre los 46 y 60 años y en su mayoría son mujeres y la mitad de estas superiores a los 60 años.
- ✓ El mayor peso se lo lleva el programa de termalismo social del IMSERSO y gastan una media de entre 250 y 500€.
- ✓ El 40 % de los usuarios recibe de media entre tres y cinco tratamientos

Figura 3.5: Perfil usuario de balnearios españoles



Fuente: Hosteltur (2016)

<sup>2</sup> Agüista se define aquella persona que asiste a un establecimiento de aguas mineromedicinales con fines curativos, suele ser más joven y mostrar un mayor interés por su salud y bienestar.

En el gráfico anterior podemos observar por comunidades autónomas la facturación según número de visitantes para el año 2016. Las comunidades autónomas que registran un mayor gasto medio según número de visitantes en cuanto a turismo de bienestar son Aragón, Cataluña, Extremadura y Galicia. El objetivo del Gobierno de España es lograr 300 millones de euros al año en Turismo de Salud, es la renta que puede generar el Turismo de Salud a medio plazo.

Las personas mayores sanas e independientes contribuyen al bienestar de la familia y la comunidad y constituye un mito presentarlas como receptoras pasivas de servicios sociales o de salud. Sin embargo, el número de personas mayores aumenta exponencialmente en coyunturas socioeconómicas complejas e inciertas y sólo las intervenciones oportunas permitirán potenciar la contribución de este grupo al desarrollo social y prevenir que se convierta en un factor de crisis para la estructura sanitaria y de la seguridad social (Organización Panamericana de la Salud, 2020).

Por otro lado, existen diferentes políticas centradas en el envejecimiento saludable. El Instituto de Mayores y Servicios Sociales destaca en todo caso por su Programa de Termalismo que proporciona acceso a los tratamientos termales que se prestan en establecimientos que cuentan con manantiales de agua mineral medicinal, de este modo buscan promover el envejecimiento activo y la mejora de la salud a un precio asequible para aquellas personas adscritas al programa

El IMSERSO es un organismo público español que desde 1985 tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas mayores, su salud y la prevención de la dependencia, así como promover su bienestar social. Entre las diversas funciones del IMSERSO se encuentra la gestión del Turismo de Salud, dentro del programa en el cual ofrece viajes a buen precio “all inclusive” promoviendo en todo caso a la desestacionalización y el desarrollo económico del sector turístico, generando empleo y actividad económica. El único requisito es que se debe de ser pensionista español, es decir, este programa no es apto para extranjeros, aunque se barajaba también la idea de desarrollar un tipo de IMSERSO EUROPEO.

### 3.4. TURISMO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Dentro del recorrido que se ha realizado, el Principado de Asturias, es mínimo lo que ha resaltado dentro de las cifras o datos a nivel nacional, y, pese a que la CCAA figura como una de las regiones más atractivas para el TS<sup>3</sup> y bienestar, los empresarios hasta la llegada de la pandemia reclamaban que no existía ningún proyecto desarrollado que fuera clave para ofertar iniciativas novedosas. A esto, se refiere que, en años anteriores, se había iniciado el planeamiento de un proyecto que permitiera iniciar esto, pero en ningún momento, tomó vuelo. A nivel del gobierno, ha existido la búsqueda de conglomerar, el Turismo de Salud, con relación a la gastronomía, paisajes, cultura, naturaleza, y costa, pero tampoco ha surgido nada que permitió lograr concretar algo.

En suma, para terminar de comprender la situación en la región se tiene que, Fernando Corral, uno de los tres presidentes de Otea (Hostelería y Turismo en Asturias) aseguró que "en el sector no tenemos noticia de que se haya desarrollado ningún proyecto o iniciativa sobre este tipo de turismo, y estaríamos encantados de que desde la iniciativa privada y con la colaboración del Principado se impulsaran proyectos innovadores". (Martínez, 2016)

Ahora, bien, a raíz del año 2020, es cuando se han comenzado nuevamente a elaborar proyectos y planes, pero en ningún momento, el foco ha sido el Turismo de Salud, y es cuando la Viceconsejería de Turismo firma el contrato que permitirá el desarrollo de la Estrategia de Turismo para el Principado de Asturias 2020-2030. Este plan, se contempla desarrollarse en cuatro ejes clave, siendo estos: la sostenibilidad, la autenticidad, la identidad regional y la calidad de recursos y servicios.

A continuación, se procederá a profundizar en los aspectos relativos al Turismo de Salud dentro del Principado de Asturias, así como sus recursos y estrategias que fomenten el turismo.

---

<sup>3</sup> TS: Turismo de Salud

## **CAPITULO IV. ASTURIAS COMO DESTINO TURÍSTICO DE SALUD**

El Principado de Asturias está representado por sus tres centros urbanos más poblados, Oviedo – la capital -, Gijón y Avilés, cuenta con una veintena de villas marineras, pueblos con mucha historia, más de 200 playas, una costa muy conservada y numerosos espacios protegidos donde habitan especies en peligro de extinción.

El 19 de junio de 2023 el diario The Telegraph dedica un artículo al Principado de Asturias, de la que dice que “es como si hubiera sido diseñada por un ingenioso algoritmo para mantener a todos felices [...] No hay que elegir entre playa o montaña, o entre una escapada a la ciudad o unas vacaciones activas: esta pequeña región del norte de España lo tiene todo [...] Hay playas, montañas, ciudades fascinantes y hace menos calor en verano que en el sur y el este del país”.

Ahora bien, desde el punto de vista sociodemográfico y acudiendo a los datos suministrados por el Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA) y el Instituto Nacional de Estadística (INE) se pueden tener nociones más precisas de las características de la región:

- ✓ Cuenta con una superficie de 10.604 Km<sup>2</sup> y con una población de 1.005.397 habitantes, lo que ofrece una densidad de 95 habitantes por Km<sup>2</sup> similar al resto de España.
- ✓ Se encuentra situado al noroeste de España, delimitado por el mar Cantábrico, la Cordillera Cantábrica y las rías Eo y Deva.
- ✓ El clima está influido de manera determinante por el mar y la montaña, es húmedo y con temperaturas suaves, la zona de régimen térmico más templado de Europa, las temperaturas medias anuales fluctúan en torno a los 14°C.
- ✓ El PIB per cápita en 2021, fue de 23.235 € (ligeramente inferior a la media española: 27.870 €) y la economía creció un 5.5% en el año 2022 (igual que el conjunto de la economía española).

Se trata de una región peculiar, verde y azul, de hermosas playas y extensos bosques donde habitan el oso pardo y el urogallo, especies protegidas en peligro de extinción.

Figura 4.1: Imagen de la campaña “Vuelve al paraíso”



Fuente: [www.turismoasturias.es](http://www.turismoasturias.es)

En cuanto a su actualidad, el turismo en el Principado sigue en evolución, eso queda reflejado en los datos mostrados por el INE, se destacan los siguientes aspectos para el pasado año 2022:

- ✓ Los motivos que llevaron a los visitantes al Principado de Asturias fueron, en orden de importancia cuantitativa, de tres tipos fundamentalmente: vacaciones y ocio, trabajo y negocios y visitas a familiares y amigos.
- ✓ La comunidad recibió un total de 2.413.956 turistas que generaron 6.114.619 estancias, lo que da como resultado a más de 2,4 millones de visitantes y 6,1 millones de pernотaciones.
- ✓ Turistas extranjeros se contabilizaron 455.877 con 984.887 estancias.
- ✓ El gasto medio por persona ascendió a 1.278 euros, con un gasto medio diario de 112 euros y la duración media de los viajes pasó a ser de 11,3 días.
- ✓ El mayor número de visitantes, un 87%, provino del territorio nacional, mientras que el extranjero se ubicó en casi 11% y el interno en menos del 2%.

- ✓ El vehículo particular es el medio de transporte elegido con mayor frecuencia para llegar a Asturias por el 82,5% de los turistas, seguido a más distancia del avión, con un 8,9%, datos que de cara a 2023 cambiarán notablemente.
- ✓ Durante su estancia en Asturias un 82,9% de los turistas visitan pueblos y lugares de costa, mientras que un 77,8% visita monumentos y un 37,5% prefiere los pueblos y lugares de montaña.

Tanto en su evolución, como en su situación actual, el Principado posee un gran potencial turístico. Según los datos del penúltimo informe del SITA (2019) el sector turístico genera el 10,6% del valor añadido bruto y el 12,7% del empleo. El gasto medio del turista en los últimos años ha crecido de forma importante, tanto en el gasto medio por persona y viaje, como el gasto medio por persona y día. El turismo en la región aspira a ser un impulsor sostenible de la economía y la sociedad asturiana y presenta muchas oportunidades para crecer y convertirse en un serio competidor de otras comunidades autónomas, ya que comienza a figurar, en la actualidad, entre los primeros lugares de preferencia de los visitantes a España.

#### **4.1 OFERTA DE TURISMO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS**

En los últimos boletines oficiales del SITA, podemos analizar que como motivo de visita al Principado de Asturias por salud y tratamientos médicos contempla los siguientes datos representativos, dado que los datos del año 2020 en adelante no son representativos debido a la Covid-19 se representa la evolución del turismo entre los años 2014 – 2020 en la siguiente tabla:

Tabla 4.1: Motivo de visita en el Principado de Asturias por Turismo de Salud

Año	Motivo de visita TS en %
2020	0,6%
2019	0,2%
2018	0,2%
2017	0,1%
2016	0,4%
2015	0,3%

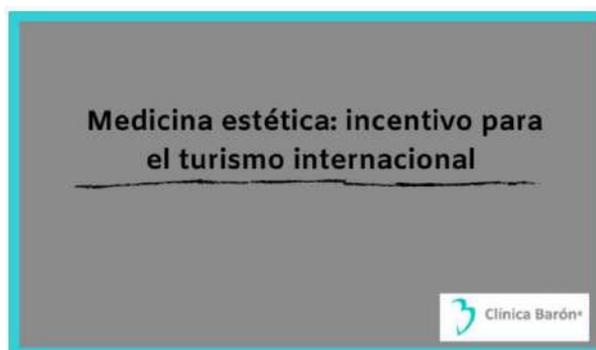
Fuente: elaboración propia a partir de datos del SITA (2015-2020)

#### 4.1.1 Turismo Médico en el Principado de Asturias

En cuanto a turismo Médico en el Principado de Asturias, es prácticamente nula la información que se encuentra en los medios actuales de comunicación, eso sí, cabe destacar a la ciudad de Oviedo como la capital en el Turismo de Salud en el Principado de Asturias, dado que el 10% de las pernoctaciones del municipio corresponden a pacientes del Instituto Oftalmológico Fernández-Vega, lo que corresponde a casi más de 100.000 pacientes al año.

Turismo de “bisturí” es como se denomina la Clínica Fernández especializada en cirugía estética situada en Gijón y es que el auge de la cirugía estética es el que está dando origen a este tipo de turismo y despertando el interés de los pacientes. Otro referente en Asturias en cuanto a Medicina estética es la doctora Brilliant y la clínica Barón en Gijón que apuesta por el turismo internacional.

Figura 4.2: Medicina estética



Fuente: Clínica Barón

El HUCA se sitúa en el puesto 17 entre los hospitales más reputados de España, mientras que Cabueñes ocupa la posición 47 del ránking para el año 2022 según el estudio del Monitor de Reputación Sanitaria (MRS). Desde el año 2019 se están formando en el HUCA profesionales en el ámbito de la medicina preventiva, lo cual puede empezar a ser la base para impulsar el turismo médico en el Principado de Asturias (Astursalud, 2019).

#### **4.1.2 Turismo de Bienestar en el Principado de Asturias**

Asturias, es, sin embargo, el paraíso de bienestar para la relajación, dada la belleza natural que posee, sus balnearios históricos de aguas termales rodeados de bosques y spas a mil metros de altura. Lo que más gusta de Asturias es el paisaje, el entorno y el ambiente (SITA, 2019).

Para contrarrestar los efectos negativos de la Covid-19 se empezaron a poner en marcha diferentes campañas promocionales para destacar el atractivo de Asturias como referente de bienestar y calidad de vida, las temáticas a destacar son la naturaleza, el deporte, la nutrición, la psicología y la cultura. En “Asturias: En clave de bienestar” te dan “las claves para estar bien”, 9 claves que nacieron a raíz la pandemia y dar a conocer que el Turismo de Salud va más allá de los espacios termales. A continuación, se mencionan distintos recursos turísticos que figuran en la región, relacionados con este segmento turístico.

##### a) Medical Wellness: balnearios o espacios termales

Dentro del principado, son distintos los balnearios o espacios termales que pueden referirse. Entre ellos se encuentran:

1. Las Caldas Villa Termal
2. María Manuela Hotel & Spa
3. Hostería de Torazo
4. Artiem Asturias
5. Hotel Palacio de la Magdalena.
6. PuebloAstur - Eco-Resort
7. Tierra del Agua
8. Hotel & Spa Villa de Mestas
9. Oca Palacio de la Llorea
10. URH Hotel Zen Balagares

Estos espacios ofrecen momentos de bienestar, cuidados de la piel y una amplia variedad de tratamientos ideal para parejas, para la desconexión y el descanso. En las páginas webs oficiales de cada uno de los espacios termales se encuentra la información necesaria en cuanto a tarifas, horarios y tratamientos.

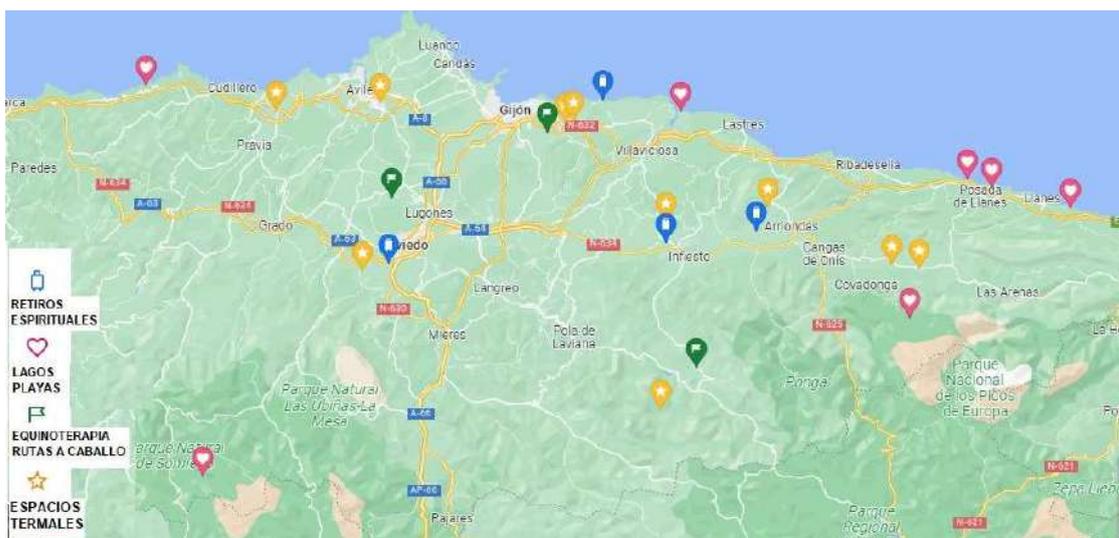
#### a) Ocio y recreación

Muchos de los atractivos de bienestar se encuentran en este caso, en plena naturaleza, espacios naturales correspondientes a cuerpos de agua, la costa asturiana abarca más de 200 playas paradisíacas, algunas de arena blanca y fina, como la playa de Andrín, otras más representativas como Playa del Silencio en Occidente y playa de Gulpiyuri en Oriente.

Existen diversos espacios naturales y protegidos como es el caso de los Lagos de Salencia en el Parque Natural de Somiedo, y los Lagos de Covadonga en el Parque Nacional de los Picos de Europa.

En el mapa a continuación encontramos ubicados los diferentes alojamientos hoteleros que ofrecen al mismo tiempo zonas de relax con espacios termales, así como los espacios naturales mencionados con anterioridad, playas, lagos y retiros.

Figura 4.3: Puntos de interés del Principado de Asturias



Fuente: elaboración propia

Existen numerosas actividades a realizar dentro del Principado como pueden ser:

- ✓ Visitas guiadas por Gijón: Aquí se le presenta a los turistas visitas guiadas tanto privadas como en grupos, que pueden ser atractivos dentro del sector de salud, para conocer espacios naturales, e implementar actividades alternativas como yoga o taichí.
- ✓ Senderismo por espacios naturales y protegidos donde se pueden avistar especies protegidas y en peligro de extinción como el oso pardo y el urogallo.
- ✓ Stand Up Paddle Yoga: yoga sobre una tabla de paddle en aguas tranquilas como lagos y alcanzar así un estado de armonía a realizar en la Playa de Niembu en Llanes o en la Ría de Villaviciosa, Misiego.
- ✓ Equinoterapia Programa de terapias ecuestres, apoyo psicológico a familias, es un tratamiento, terapéutico, educativo y recreativo a realizar por ejemplo en Centro Hípico de Deva y la Asociación Equitación Positiva en Oviedo.
- ✓ Hipoterapia, se trata de terapia asistidas con caballos idóneo para personas con problemas de movilidad, tienen grandes efectos positivos como por ejemplo la socialización, estas actividades se pueden realizar por ejemplo en Centro Don Orión.

#### b) Holístico

Aquí predominan los retiros espirituales rodeados de naturaleza: meditación y gastronomía. Los retiros de salud son aspectos beneficiosos dentro del rango de la salud, se pueden realizar actividades de retiro, como yoga o taichí, en Asturias podemos encontrar:

- ✓ Retiro Montaña ZEN
- ✓ Centro de ecoturismo "Tierra del Agua" en Caleao
- ✓ Bosque escondido Arte
- ✓ El Llendón de la Peña
- ✓ Casa Espiritualidad Santa María del Aramo
- ✓ La Ventuca Retiros Asturias

Son muchas las opciones y aptas para todo el público, el objetivo principal es el bienestar en la estancia del turista.

## 4.2 COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DEL TURISMO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS

La actividad turística de Asturias se puede encontrar promocionada en diferentes redes sociales que actualmente están de moda como son Twitter, Instagram, Pinterest, Google, Youtube y Facebook, y en los principales portales de información general y especializada en naturaleza, deporte, gastronomía y vida sana, y revistas como son Lonely Planet, Viajar, Historia National Geographic y Hola Viajes, lo que hace posicionar a Asturias en segundo lugar como destino nacional en redes sociales y entre los cuatro destinos turísticos españoles con más seguidores en redes sociales con un total de 134.266 perfiles en 2015 . De este modo se pretende difundir novedades, estadísticas, actividades formativas, congresos, convocatorias de ayudas y otras informaciones de interés para los profesionales del Principado.

Tabla 4.2: Clasificación según número de seguidores

Plataforma	1º	2º	3º	4º	5º
<b>Facebook</b>	Cataluña	Canarias	C. Valenciana	<b>Asturias</b>	Cantabria
<b>Twitter</b>	C. Madrid	Andalucía	Cataluña	<b>Asturias</b>	C. Valenciana
<b>Instagram</b>	Cataluña	Canarias	<b>Asturias</b>	C. Valenciana	Andalucía
<b>Google +</b>	Cataluña	<b>Asturias</b>	Cantabria	Navarra	Galicia
<b>Pinterest</b>	Cantabria	Canarias	C. Valenciana	<b>Asturias</b>	La Rioja
<b>Youtube</b>	Cataluña	Canarias	<b>Asturias</b>	País Vasco	Galicia

Fuente: elaboración propia a partir de [www.turismoasturias.es](http://www.turismoasturias.es)

El portal de promoción turística [www.turismoasturias.es](http://www.turismoasturias.es) estrenó una nueva portada para adaptar sus contenidos a los principios del Programa de Turismo Sostenible 2020 y a la campaña Vuelve al Paraíso. Dicha portada se centra en los nueve productos que el Programa de Turismo Sostenible 2020 ha establecido como prioritarios para Asturias: Naturaleza, Activo y deporte, Urbano, Rural, Cultural, Industrial, Gastronómico, Los Caminos de Santiago, la costa y los pueblos marineros. Dicho portal se puede encontrar en cinco idiomas diferentes como son el inglés, francés, alemán, portugués e italiano.

Hay que destacar que están siendo muchos los atractivos que están haciendo llegar a los turistas al principado de Asturias, así como a expertos en el sector turístico, como son agentes de viajes, periodistas, blogueros e investigadores.

En la web del Principado de Asturias, [www.turismoasturias.es](http://www.turismoasturias.es), concretamente en el apartado “Asturias: En\_clave de bienestar” se pueden encontrar todo tipo de noticias y eventos que han tenido lugar o que tendrán lugar próximamente en cuanto a Turismo de Salud se refiere.

Figura 4.4: Imagen de la campaña “Asturias: En\_clave de bienestar”



Fuente: [www.turismoasturias.es](http://www.turismoasturias.es)

### **4.3. ANÁLISIS DAFO DEL SECTOR TURÍSTICO EN ASTURIAS ORIENTADO AL TURISMO DE SALUD**

Tras el conjunto del análisis anterior, se presenta el siguiente análisis de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades para poder indentificar en mejor medida los aspectos necesarios al desarrollar un producto competitivo, como es en este caso el Turismo de Salud o bienestar.

Tabla 4.3: Análisis DAFO del Turismo de Salud del Principado de Asturias

<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poco interés o participación de los entes gubernamentales</li> <li>✓ Cantabria y Galicia debido al gran potencial en termalismo</li> <li>✓ Cooperación deficiente entre entes turísticos y de salud</li> <li>✓ Existen muchas iniciativas de Turismo de Salud a nivel nacional</li> <li>✓ Concepto tradicional negativo del turismo médico</li> <li>✓ Fuga de cerebros</li> <li>✓ Competencia países emergentes que son más baratos</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tendencia de crecimiento del Turismo de Salud a nivel internacional</li> <li>✓ Accesibilidad y precio de vuelos gracias a la gran oferta actual: aumento de la conexión aérea en Asturias, así como enlaces a los principales aeropuertos</li> <li>✓ La desestacionalización</li> <li>✓ Sinergias de tratamientos complementarios de salud</li> <li>✓ Tendencia de crecimiento del Turismo de Salud a nivel internacional</li> <li>✓ El gran uso de las RRSS para su promoción y comercialización</li> <li>✓ Calidad y abundancia de recursos turísticos con capacidad de ser explotados</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de cooperación entre los hospitales o centros médicos y las entidades turísticas</li> <li>✓ Falta de promoción del Turismo de Salud</li> <li>✓ Falta de acreditaciones sanitarias reconocidas internacionalmente</li> <li>✓ Necesidad de adaptación la oferta de idiomas y culturas extranjeras</li> <li>✓ La orografía, se llega difícilmente a muchos de los diferentes puntos de la comunidad sin contar con un vehículo</li> <li>✓ Fugas de cerebros</li> <li>✓ Los Centros sanitarios y centros médico-estéticos, en general, no son de reconocido prestigio a nivel internacional. No tienen capacidad para atraer turistas.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alto potencial del TS en el Principado de Asturias</li> <li>✓ Precios competitivos con respecto al resto de países europeos</li> <li>✓ Combinar destino de salud y/o sanitario con ofertas en destino que sean atractivos como son la naturaleza y la gastronomía</li> <li>✓ Espacios naturales capaces de ser explotados para tales fines</li> <li>✓ Concepto biopsicosocial: naturaleza y gastronomía</li> <li>✓ Clima suave todo el año idóneo para personas de edad avanzada</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

Dentro del cuadro presentado, se pueden observar los elementos que conforman al DAFO. A nivel externo, comenzamos por las amenazas más importantes detectadas, son el poco interés por parte de entes gubernamentales, que como bien se ha visto, ya ha sido recurrente, en tiempos previos, logrando así que no se genere este tipo de turismo en la comunidad. Así mismo, una amenaza igual de importante es no tener una buena conexión entre la salud y el turismo ya que la participación es escasa entre turoperadoras y aseguradoras médicas. Por otro lado, el personal sanitario se puede ver atraído a países terceros donde las condiciones del trabajo son, en muchas ocasiones, mejores que en España. Lo que se decanta en las oportunidades mencionadas, como son el crecimiento y rendimiento económico de la región dado que el gasto promedio del turista es mayor ya que genera más estancias y en consecuencia la existencia de romper con la estacionalidad.

A nivel interno analizamos las debilidades, comenzamos mencionando los centros de salud, cuya relación con el sistema turístico es muy débil. Las fortalezas detectadas tienen claro que los espacios naturales pueden llegar a ser explotados, siempre desde una perspectiva amigable con el ambiente. Y, por otro lado, se logra aumentar el turismo, y por lo tanto los puestos de trabajo. Asturias tiene un alto potencial en ampliar su oferta de TS con precios competitivos respecto a otros países europeos combinando el concepto biopsicosocial y por contar con numerosos recursos que se adaptan a la demanda.

Después de realizar el análisis del sector turístico en el Principado de Asturias pasamos al siguiente capítulo con el desarrollo estratégico del Turismo de Salud con el diseño de paquetes turísticos adaptados a la oferta analizada anteriormente y finalizando con un análisis CAME.

## **CAPITULO V. DESARROLLO ESTRATEGICO DEL TURISMO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS**

El objetivo de este trabajo es plantear líneas de acción para atraer a Asturias a aquellas personas interesadas en el cuidado personal, tanto físico como mental. La colaboración público-privada es fundamental para que apoyen este tipo de iniciativas. El Gobierno del Principado de Asturias es el actor principal en el impulso de este tipo de turismo: incluirlo en el Plan Estratégico del Principado de Asturias, Promoción de Asturias como destino y concretamente el Turismo de Salud y quizá pueda ofertar algún servicio que se desglose en los epígrafes siguientes.

Una estrategia es un tipo de vía o camino a seguir para poder lograr el objetivo que se ha propuesto, se trata de: plan, táctica, patrón de toma de decisiones, posición y perspectiva (Mintzberg, 1987). Se trata de un patrón de toma de decisiones coherente, unificado e integrador, dirigido al logro de una ventaja competitiva sostenible. Por lo tanto, la estrategia en este contexto es visualizada como una vía para la orientación del desarrollo del turismo, brindándole apoyo para su ejercicio.

Para llevar a cabo este análisis estratégico se tomará como herramienta de utilidad el marketing teniendo en cuenta las 4P de marketing: precio, producto, promoción y distribución, aplicado al caso del Principado de Asturias, teniendo presente siempre la finalidad que es satisfacer las necesidades de los turistas, teniendo en cuenta el bienestar de la comunidad local. Las estrategias y las actuaciones deben servir para atraer más turistas, pero también han de favorecer el desarrollo del territorio, generando ingresos que a su vez permitan la regeneración de recursos y productos. La estrategia de marketing en destinos requiere de la coordinación y colaboración de todos los agentes que integran el sector turístico para desarrollar un marketing integrado, el cual debe estar en concordancia con la planificación y gestión integral del destino.

Asturias ya cuenta con altos estándares de calidad en el sector del turismo y en sanidad acreditados a los diversos estándares reconocidos internacionalmente. El Turismo de Salud cumple con dichas certificaciones para no poner en juego en ningún momento la salud de los clientes, hay que tener en cuenta que la certificación deberá ser aquella que valore el cliente y le garantice la mayor seguridad posible. Por lo que sería interesante que los establecimientos dispongan en su mayoría de las certificaciones siguientes:

Tabla 5.1: Modelos de certificación y acreditación

<b>ISO 9001</b>	Internacionalmente reconocida Norma genérica, no específica de sanidad
<b>EFQM</b>	Internacionalmente reconocida Norma genérica, no específica de sanidad
<b>Joint Commission</b>	Internacionalmente reconocida, específica de sanidad Compleja, costosa, menor implantación en Europa
<b>UNE 177.003:2013 de Seguridad del Paciente</b>	Específico de sanidad. Modelo de origen español No dispone de reconocimiento fuera de España
<b>Norma Q Turística del ICTE</b>	Amplio reconocimiento internacional Facilita la cultura de atención al turista de salud No integra las necesidades de seguridad en centros sanitarios

Fuente: elaboración propia a partir de Turismo de Salud en España, 2013

Además, Asturias ya cuenta desde este mismo año 2023 con una veintena de certificaciones del “S” de sostenibilidad turística en el ámbito hotelero, no obstante, Asturias también se ha certificado en ecoturismo sumando para el año 2022 un total de 44 empresas que disponían de esta certificación y apuesta por un modelo de turismo sostenible desde el punto de vista medioambiental, económico y social.

## 5.1. DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS

En el capítulo anterior se ha hablado de la oferta de productos y servicios existentes en el Principado de Asturias, por lo que es ahora cuando pasamos adaptarla al cliente potencial complementándolo con servicios adicionales creando de este modo diferentes paquetes turísticos para cada grupo. Los paquetes turísticos serán dinámicos por lo que turista puede decidir sobre la prestación de servicios ofertados que mejor se adapte a sus preferencias por lo que tiene mayor libertad de elección de las actividades. La duración de estos paquetes es corta, por lo general un fin de semana. En la tabla a continuación se observa la oferta de paquetes a cada segmento:

Tabla 5.2: Tabla ilustrativa de segmentos y paquetes turísticos

Tipos de Turismo de salud		Recursos disponibles	Segmento	Perfil de clientes	Oferta
Turismo médico	Medicina curativa	Centros sanitarios	Senior	Hombres y mujeres: 40-55 años Nivel socioeconómico alto	
	Medicina estética	Centros médico-estéticos	Senior de alma joven	Actividades pasivas y contemplativas. Viajan en familia.	<b>Paquete turístico femenino Anti-AgingWellness</b>
	Medicina preventiva	Espacios termales	Senior de alma joven / Senior	Duración del viaje: 10-20 días. Suelen repetir.	
Turismo de bienestar	Wellness	Espacios naturales protegidos	Senior de alma joven	Mujeres >30 años Perfil cuidadoras, buscan el cuidado personal	<b>Paquete turístico parejas YoGastronómico</b>
	Ocio y recreación	Sendas costeras	Senior de alma joven/Millennial	Hombres >25 años	<b>Paquete turístico EquinoNaturRelax</b>
	Holístico	Actividades equinas	Senior de alma joven/Millennial	Actividades físicas y deportivas	

Fuente: elaboración propia

A partir de la tabla anterior se detallan a continuación los diferentes paquetes turísticos para los cuales se ha desarrollado un folleto informativo (ver Anexo IV):

### 1. Paquete turístico femenino Anti-AgingWellness

Paquete turístico que combina wellness y medicina estética que comprendería diferentes tratamientos anti-aging y soluciones a desordenes de pigmentación si fuera

necesario en la Clínica Barón. Dicho paquete está enfocado a mujeres de mediana edad, entre 40 y 55 años que buscan el descanso en un lugar tranquilo y al mismo tiempo cuidado estético.

El Hotel de 5 estrellas Artiem Asturias, ubicado en el concejo de Villaviciosa, ofrece un lugar seguro y tranquilo para su estancia en plena naturaleza y 48 horas de relax absoluto, donde se puede disfrutar de su zona de Spa, así como de diversos otros tratamientos, como pueden ser masajes o la maderoterapia para el tratamiento de la celulitis realizado por personal cualificado y a las 9 de la mañana se realiza el saludo al sol.

El paquete incluye una visita por la ciudad de Gijón y una comida en el restaurante Auga que está situado sobre el mismo mar, que ofrece cocina marinera tratándose de una de las mejores mesas de Asturias.

Figura 5.1: Logotipos de las empresas participantes en el paquete turístico Anti-AgingWellnesss



Fuente: elaboración propia a partir de Artiem Hoteles, Ayuntamiento de Gijón, Restaurante Auga y Clínica Barón

## 2. Paquete turístico EquinoNaturRelax

Paquete turístico que combina alojamiento, spa y actividades equinas en plena naturaleza en zona de montaña. En Tierra del Agua situado en el concejo de Caso, ofrece diferentes terapias y tratamientos basados en el elemento del agua, el cuerpo y la mente para recargar energía y recuperar equilibrio. Se trata de un centro de ecoturismo que está rodeado de montañas, desde donde parten diferentes rutas en pleno Parque Natural de Redes, ideal para realizar senderismo y otras actividades de naturaleza, como pueden ser el avistamiento de aves rapaces y clases de yoga. En Tierra del Agua disponen de una gran oferta gastronómica saludable, Km 0 y vegano.

A pocos kilómetros, se encuentra Cuadra los Arrudos, que ofrecen una gran variedad de rutas a caballo por diferentes hayedos que pueden llegar a abarcar el día entero o incluso la pernocta en cabaña, apto para todos los públicos e ideal para nuevas experiencias. Dicho paquete está enfocado para aquellos millenials que buscan un poco de aventura y relax en plena montaña asturiana y poder de este modo desconectar de la rutina y disfrutar de nuevas actividades que nunca han realizado.

Figura 5.2: Logotipos de empresas participantes en el paquete turístico EquinoNaturRelax



Fuente: elaboración propia a partir de Tierra del Agua, Cuadra los Arrudos, Parque Natural de Redes

### 3. Paquete turístico parejas YoGastronómico

Paquete turístico que combina spa, gastronomía y yoga en la costa. Está diseñado tanto para los seniors de alma joven como para los millenials que buscan estar cerca de la costa y disfrutar de las ventajas que ofrece esta, ideal para parejas o matrimonios que buscan una escapada de tranquilidad y desconexión.

Situado en el Valle del Suevo, muy cerca de la costa, se encuentra Pueblo Astur, un hotel Ecoresort Wellness desde donde se pueden ver los Picos de Europa mientras se está disfrutando del acceso al Spa. Disfrutar de la gastronomía que ofrece Nacho Manzano en Casa Marcial, restaurante con estrella Michelin.

Y como actividad la realización de Stanp Up Paddle Yoga en la Ría de Villaviciosa y al mismo tiempo el avistamiento de aves migratorias dependiendo de la época del año.

Figura 5.3: Logotipos de las empresas participantes en paquete turístico YoGastronómico



Fuente: elaboración propia a partir de PuebloAsturi, PaddleYoga, Casa Marcial y Sierra del Suevo

## 5.2. COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es una de las partes más importantes, porque sin la promoción del paquete turístico no se puede dar a conocer al público, además, la comercialización ayuda a acelerar el proceso de venta.

Las estrategias para el posicionamiento y la comercialización del Principado de Asturias abordan los productos y servicios turísticos ofertados, para llevar esto a cabo existe la necesidad de crear un “tipo” de oferta en primer nivel equiparable a Naturaleza o a Ocio y deporte que se denomine “Turismo de Salud”.

La publicidad por redes sociales es la más efectiva y la más potente. El plan de promoción online abarca los siguientes aspectos:

- ✓ Web [www.turismoasturias.com](http://www.turismoasturias.com): reorganización y actualización de contenidos de Turismo de Salud
- ✓ Marketing móvil: envío de notificaciones
- ✓ Redes Sociales: aprovechamiento de perfiles influyentes, gestión de contenidos en plataformas oficiales
- ✓ Comunicaciones online: boletín electrónico para usuarios o “Newsletter”

Las redes sociales hoy día más utilizadas por los millenials son Tick tock e Instagram, donde la publicidad realizada es mediante reels, anuncios de videos cortos y directos, muy atractivos y con subtítulos, dado que en su mayoría se ven sin sonido.

Sin embargo, aquellas personas de edad media – avanzada utilizan más bien Facebook y Youtube, no obstante, debería haber una promoción offline también para captar a los seniors, en este caso cabe destacar:

- ✓ Diseño y edición de material audiovisual de los productos
- ✓ Estrategia de comunicación basada en storytelling
- ✓ Folletos con información interactiva
- ✓ Catalogo virtual para agencias de viajes
- ✓ Promoción conjunta con entidades privadas

Para la creación de este “tipo” de Turismo de Salud se ha procedido al diseño de un nuevo logotipo para el eslogan Asturias Paraíso Saludable, que se correspondería con el siguiente:

Figura 5.4: Logotipo Asturias Paraíso Saludable



Fuente: elaboración propia

En dicho logo podemos analizar todos los recursos de naturaleza existentes dentro del Principado de Asturias y al mismo tiempo podemos apreciar la cercanía estos, dado que desde cualquiera de las 3 ciudades asturianas se tiene fácil y rápido acceso tanto al mar como a la montaña. Para dicho eslogan se utilizaría el #asturiasparaisosaludable en redes sociales como Instagram, Facebook o Twitter.

Siguiendo las directrices previamente indicadas, el Turismo de Salud es atractivo y cada vez más buscado por distintos grupos de posibles turistas. Es algo que comienza en edades de joven-adulto, hasta entrada la vejez. De tal forma, se parte que la humanización que se puede aplicar a este tipo de turismo puede enfocarse, en dos grandes elementos, la costa con la verde vegetación y los frondosos bosques que se encuentran dentro del territorio. Con estos dos elementos, se puede rápidamente crear una marca atractiva, ya que así se presentan de un lado los elementos más de Turismo de Salud a nivel de intervenciones o tratamientos sistémicos, mientras que cuando nos referimos a la costa, podemos enfocarnos en el bienestar.

### **5.3. PRECIOS**

Asturias destaca por su posicionamiento en sostenibilidad medioambiental, por un turismo sostenible y la buena relación calidad/precio como destino turístico, por ello se debe diferenciar Asturias como destino con valor añadido en comparación con los principales destinos competidores del Turismo de Salud, en este caso, Galicia y Cantabria que cuentan con una amplia carta de termalismo. En Asturias no hay una oferta diferenciada en cuanto a Turismo de Salud, pero si existe una gran oferta de actividades que encajan con este tipo de turismo.

La estrategia competitiva a seguir es la diferenciación, por lo tanto, la estrategia de precios debe ser ubicada en la franja “medio-alta”. Según el análisis DAFO llevado a cabo España tiene ventaja competitiva en costes, por lo que, si adoptamos una estrategia de precios altos, no sería prohibitiva para los turistas extranjeros y al mismo tiempo estaremos dando una sensación de exclusividad y experiencia única que el cliente solo sentirá si contrata uno de los paquetes turísticos.

### **5.4 ANÁLISIS CAME PARA EL DESTINO DE SALUD EN EL PRINCIPADO DE ASTURIAS**

Finalmente, el estudio en conjunto y la matriz DAFO realizada sobre el Turismo de Salud en Asturias, permiten estructurar un conjunto de estrategias institucionales y de marketing que impliquen la proyección de Asturias como destino turístico de salud para los visitantes. En concreto y como cierre del trabajo se procederá a construir una matriz CAME que a su vez deriva de la matriz DAFO y que hace referencia a las acciones clave que tendremos que llevar a cabo: Corregir las Debilidades, Afrontar las Amenaza, Mantener las Fortalezas y Explotar las Oportunidades.

Tabla 5.3: Análisis CAME para convertir Asturias en un destino de salud

<p><b>Estrategias para corregir debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Campañas mediáticas a través de RRSS #turismodesaludasturias</li> <li>✓ Dar prioridad desde los organismos públicos del desarrollo de políticas centradas en el T. S.</li> <li>✓ Marketing digital</li> <li>✓ Desestacionalización</li> <li>✓ Desarrollo de estrategias en conjunto para Oviedo, Gijón y Avilés</li> </ul>
<p><b>Estrategias para mantener fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La mejora continua de las principales webs del Principado de Asturias</li> <li>✓ Consolidar estrategias de marketing que apuntan a una Asturias buena y bonita / calidad - precio en la oferta de servicios y recursos turísticos</li> <li>✓ Robustecer a través de campañas médicas la marca “Asturias Paraíso Saludable”</li> <li>✓ Enfatizar el producto de Asturias como único y auténtico</li> <li>✓ Ofertar paquetes turísticos</li> <li>✓ Invertir en certificaciones de calidad turística y sanitaria</li> <li>✓ Asturias es una de las regiones más seguras del mundo</li> </ul>
<p><b>Estrategias para afrontar amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Más certificaciones y acreditaciones en el ámbito del TS</li> <li>✓ Promover el turismo extranjero como fuente de ingresos y oportunidad para nuevos empleos</li> <li>✓ Aprovechar las redes del transporte, el uso del tren de cercanías</li> </ul>
<p><b>Estrategias para explotar oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejorar las opciones de senderismo y montañismo</li> <li>✓ Análisis y aprovechamiento de programas europeos que apoyan el desarrollo del turismo</li> <li>✓ Brindar información necesaria al turista para ser sostenible y contribuir en la comunidad</li> <li>✓ La desestacionalización diversificando el turismo</li> <li>✓ Destino ideal para IMSERSO</li> </ul>

Fuente: elaboración propia con datos diversos de fuentes primarias y secundarias

Tras realizar el desarrollo estratégico del Turismo de Salud y el análisis CAME para el destino de salud en el Principado de Asturias finalizamos este trabajo de investigación a continuación con las conclusiones pertinentes.

## CONCLUSIONES

El Turismo de Salud es un segmento en crecimiento, aunque se consideraba el Turismo de Salud como una tipología turística moderna. Los desplazamientos por motivos de salud a lugares con presencia de aguas con propiedades medicinales comienzan a partir del siglo XIX. La salud fue el motor de los primeros desplazamientos de personas. Se podría decir que fue origen del turismo. Antiguamente el Turismo de Salud se relacionaba únicamente con el turismo de balneario. A posteriori comenzó a buscarse una oferta complementaria que incluía a otras tipologías turísticas, como turismo cultural o gastronómico.

De cara al turismo de bienestar en España, destaca la subcategoría de turismo de spa, o de balneario. A nivel mundial es el quinto país elegido para realizar este tipo de turismo, y a nivel europeo, el tercero.

El turismo médico en España genera unos beneficios que crecen a un ritmo del 20% anual. España es elegido como destino para realizar esta tipología debido a que España cuenta con una de las mejores sanidades públicas del mundo (la 7ª en 2019).

Cobran gran importancia las acreditaciones y certificaciones en el ámbito del turismo médico, sobre todo sanitario, los pacientes – clientes deben sentirse seguros en todo momento en cuanto a los tratamientos que se realizan, en la última noticia en prensa se habla de que “El turismo sanitario pincha en Turquía” a raíz de dramáticas consecuencias de diversas intervenciones estéticas de la medicina “low cost” ha cobrado la vida de 22 españoles y 87 que sufren botulismo en toda Europa tras operarse para perder peso.

En cuanto a desventajas, encontramos que apenas se exponen criterios de calidad y seguridad para el paciente que den garantías de los centros clínicos que promocionan. Este aspecto puede ser clave para el futuro de la comercialización del Turismo de Salud. Apenas aporta información detallada de los servicios complementarios que ofrecen, tanto para el paciente como el acompañante. Por ejemplo, en ocasiones no

se concretan los hoteles y/o apartamentos en donde se pueden alojar, y no ofertan paquetes turísticos cerrados.

Las vías de comercialización más importantes en la actualidad son, por este orden: Internet, facilitadores médicos, prescripción médica en país de origen, turoperadores y agencias de viaje, aseguradoras. En las principales vías de comercialización la presencia del destino España es aún poco importante.

Partiendo de la clasificación de tipos de Turismo de Salud y basándonos en el informe del Ministerio, Asturias tiene potencial para desarrollar los siguientes tipos de Turismo de Salud: Medicina preventiva, Wellness, ocio, recreación y holístico. Fomentar el Turismo de Salud en el Principado de Asturias, dando como resultado toda una serie de aspectos que permiten generar un sistema de Turismo de Salud, donde se plantea ya hacer uso de lo que puede existir dentro del Principado, y, además, promover nuevos espacios que fomenten el crecimiento económico.

Sin embargo, cabe destacar cómo el turismo médico en Asturias puede enfocarse como una oportunidad, actualmente desaprovechada. Esto se debe a que el turismo médico se encuentra concentrado en zonas turísticas consolidadas donde se han creado centros de asistencia sanitaria, como Mallorca, Alicante o la Costa del Sol; grandes ciudades como Madrid o Barcelona.

El Turismo de Salud se puede enfocar como una oportunidad en Asturias, si se potencian la oferta de recursos turísticos de bienestar, mediante el desarrollo de un producto que aproveche la demanda creciente identificada para generar una industria turística que diversifique y complemente la actual, y ayude a desestacionalizar la oferta turística más tradicional en España, el turismo de sol y playa.

El diseño del plan de dinamización es una de las estrategias a seguir para fomentar la atracción de este tipo de turismo en el Principado de Asturias y que dará gran visibilidad una vez promocionado tanto online como offline. En cuanto al turismo médico se deberá dar mayor visibilidad, dado que hay personal cualificado, pero apenas es promocionado, esto último podría abordarse estratégicamente en una segunda fase.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso Álvarez, L. (2010): *El Turismo de Salud en España, 1750-2009* (Doctoral dissertation, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires). [http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/aceeed/aceeed\\_v2\\_n2\\_01.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/aceeed/aceeed_v2_n2_01.pdf) [Consultado el 8 de abril de 2023]
- Arias-Aragonés, F. J., Carballo-Payares, A. M., & Matos-Navas, R. E. (2012): El Turismo de Salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *Clio América*. <http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/clioamerica/article/view/440>. [Consultado el 6 de abril de 2023]
- Artiem Asturias. [www.artiemhotels.com/artiem-asturias-gijon](http://www.artiemhotels.com/artiem-asturias-gijon) [consultado el 22 de junio de 2023]
- Astursalud. Asturias salud:  
[www.astursalud.es/documents/35439/39525/GIFT+MPySP+Asturias.pdf/6463d9eb-6135-6bf8-234f-e30637abce22?t=1591610347527](http://www.astursalud.es/documents/35439/39525/GIFT+MPySP+Asturias.pdf/6463d9eb-6135-6bf8-234f-e30637abce22?t=1591610347527) [consultado el 22 de junio de 2023]
- BBVA (2020): ¿Qué es el turismo sostenible? [www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/](http://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/). [Consultado el 10 de abril de 2023]
- Bennet, A. (2023): The Spanish region with everything – except British tourists, The Telegraph, artículo publicado el 19 de junio de 2023. [www.telegraph.co.uk/travel/family-holidays/spanish-region-has-everything-why-do-britons-visit/](http://www.telegraph.co.uk/travel/family-holidays/spanish-region-has-everything-why-do-britons-visit/) [Consultado el 22 de junio de 2023]
- Bonfada, P. L. B., Bonfada, M. R. H., González, M. E. A., & Gândara, J. M. G. (2011): El Turismo de Salud y el uso terapéutico del agua. *Estudios y perspectivas en turismo*. [www.redalyc.org/pdf/1807/180717607011.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/1807/180717607011.pdf). [Consultado el 15 de abril de 2023]
- Cantabria infinita. [www.turismodecantabria.com/disfrutala/turismo-termal](http://www.turismodecantabria.com/disfrutala/turismo-termal) [Consultado el 4 de junio de 2023]
- Ceupe (2018). Centro europeo de posgrado. "El turismo sostenible." *Recuperado de www.ceupe.com/blog/elturismo-sostenible.html*. [Consultado el 24 de marzo de 2023]

- Comunidad de Madrid (2019): Estrategia de Turismo de la Comunidad de Madrid 2016-2019. [www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-99801/Estrategia%20Turismo%202016-2019.PDF](http://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-99801/Estrategia%20Turismo%202016-2019.PDF). [Consultado el 28 de abril de 2023]
- Cuadra los Arrudos. [www.cuadraslosarrudos.com/](http://www.cuadraslosarrudos.com/) [consultado el 22 de junio de 2023]
- Chinchay-Villarreyes, S. S., Córdova, J. I. C., Tume, A. A. A., & Sanz, R. S. S. (2020): Estrategias de promoción para el fomento del turismo religioso en Perú. Revista de Ciencias Sociales. [www.redalyc.org/journal/280/28063519020/28063519020.pdf](http://www.redalyc.org/journal/280/28063519020/28063519020.pdf). [Consultado el 24 de abril de 2023]
- de la Ballina J. (2017): Marketing turístico aplicado. Madrid: ESIC EDITORIAL. [Consultado el 10 de junio de 2023]
- Dialnet (2018): La medicina tradicional como impulsora del Turismo de Salud - odium Sport, Leisure and Tourism Review | v.7 | n.3 | p. 402-414 |. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3755999> [Consultado el 8 de abril de 2023]
- El Comercio (2021): Fitur | «Asturias aspira a que el turismo sea un impulsor sostenible de la economía y de la sociedad». [www.elcomercio.es/asturias/fitur-2021-asturias-estrategia-turismo-sostenible](http://www.elcomercio.es/asturias/fitur-2021-asturias-estrategia-turismo-sostenible) [Consultado el 18 de mayo de 2023]
- Escuela de Organización Industrial (2013): Turismo de Salud en España. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. [https://turismo.gob.es/es-ES/Servicios/Documents/turismo\\_salud\\_espana.pdf](https://turismo.gob.es/es-ES/Servicios/Documents/turismo_salud_espana.pdf). [Consultado el 3 de abril de 2023]
- Flores, S. G. Z., Molinar, C. M. A., & Contreras, T. J. C. (2020): Turismo de Salud y redes colaborativas en innovación: caso los algodones, Baja California. Anuario Turismo y Sociedad. [www.dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7530311](http://www.dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7530311) [Consultado el 30 de abril de 2023]
- García Santes, E. (2012): Análisis del Turismo de Salud en Europa. Evolución y tendencias. [www.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/18249/Esther%20Garc%C3%ADa%20Santes%20TFG.pdf?sequence=1](http://www.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/18249/Esther%20Garc%C3%ADa%20Santes%20TFG.pdf?sequence=1) [Consultado el 28 de abril de 2023]

- Generalitat Valenciana (2020): Cómo ser destino de Turismo de Salud. [www.turismecv.com/2021/05/24/como-ser-destino-de-turismo-de-salud/](http://www.turismecv.com/2021/05/24/como-ser-destino-de-turismo-de-salud/). [Consultado el 3 de abril de 2023]
- Gómez García, Carlos Andrés (2017): Turismo en salud ¿una forma de medicalización de la sociedad? *Revista Lasallista de Investigación*, vol. 14, no 2, p. 51-64. [Consultado el 14 de mayo de 2023]
- Guía Michelin Asturias. [/guide.michelin.com/es/es/principado-de-asturias/restaurantes](http://guide.michelin.com/es/es/principado-de-asturias/restaurantes) [consultado el 22 de junio de 2023]
- Hernández., Clara. (2021): España registra casi 750.000 viajes de Turismo de Salud menos en 2020. *Redacción Médica*. [www.redaccionmedica.com/secciones/privada/espana-registra-viajes-turismo-salud-](http://www.redaccionmedica.com/secciones/privada/espana-registra-viajes-turismo-salud-). [Consultado el 18 de abril de 2023]
- Hosteltur (2016): Perfil del usuario de los balnearios españoles [www.hosteltur.com/117009\\_perfil-usuario-balnearios-espanoles.html](http://www.hosteltur.com/117009_perfil-usuario-balnearios-espanoles.html) [Consultado el 6 de mayo de 2023]
- IMSERSO. Programa turismo. [www.imserso.es/espacio-mayores/envejecimiento-activo/programa-turismo-imserso/](http://www.imserso.es/espacio-mayores/envejecimiento-activo/programa-turismo-imserso/) [Consultado el 30 de marzo de 2023]
- La sexta (2016): Programa equipo de investigación. El lucrativo negocio del Turismo de Salud en España: 1.400 euros diarios de gasto por paciente. [www.lasexta.com/programas/equipo-investigacion/lucrativo-negocio-turismo-salud-espana-1400-euros-diaros-gasto-paciente](http://www.lasexta.com/programas/equipo-investigacion/lucrativo-negocio-turismo-salud-espana-1400-euros-diaros-gasto-paciente) [Consultado el 2 de mayo de 2023]
- LNE (2016): Asturias se descuelga del Turismo de Salud que impulsan otras regiones [www.lne.es/asturias/2016/01/19/asturias-descuelga-turismo-salud-impulsan-19642858.html](http://www.lne.es/asturias/2016/01/19/asturias-descuelga-turismo-salud-impulsan-19642858.html) [Consultado el 28 de marzo de 2023]
- López, J. (2012): Turismo de Salud. Situación actual de la oferta y la demanda en España y perspectivas de futuro. Obtenido de [www.es.slideshare.net/zeuslopez/turismode-salud-situacin-actual-de-la-oferta-y-la-demanda-en-espaa-y-perspectivas-defuturo-16815561](http://www.es.slideshare.net/zeuslopez/turismode-salud-situacin-actual-de-la-oferta-y-la-demanda-en-espaa-y-perspectivas-defuturo-16815561). [Consultado el 13 de abril de 2023]

- Melgosa Arcos, F. J. (2000): Turismo de Salud: Termalismo y Balnearios. [www.gredos.usal.es/handle/10366/122090?](http://www.gredos.usal.es/handle/10366/122090?) [Consultado el 28 de abril de 2023]
- Mintzberg, H. (1987). El concepto de estrategia I: Cinco P para la estrategia. *Revisión de la gestión de California*, 30 (1), 11-24. [Consultado el 23 de junio de 2023]
- Naciones Unidas. ODS [www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/](http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/) [Consultado el 4 de junio de 2023]
- Organización Panamericana de Salud (2020): Envejecimiento Saludable. [www.paho.org/es/envejecimiento-saludable](http://www.paho.org/es/envejecimiento-saludable). [Consultado el 28 de abril de 2023]
- Ostelea. Turismo de Salud y bienestar. [www.aept.org/archivos/documentos/informe turismo de salud y bienestar\\_ostelea.pdf](http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_de_salud_y_bienestar_ostelea.pdf) [Consultado el 3 de abril de 2023]
- Pacto mundial. (2019): El sector turístico y los ODS. [www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2019/09/El-sector-tur%C3%ADstico-y-los-ODS.pdf](http://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2019/09/El-sector-tur%C3%ADstico-y-los-ODS.pdf) [Consultado el 18 de mayo de 2023]
- Pueblo Astur. [www.puebloastur.com/](http://www.puebloastur.com/) [consultado el 22 de junio de 2023]
- Ruíz-Tagle, J. (3 de mayo de 2021): El Turismo de Salud facturará el año que viene 1.200 millones con 50 hospitales. *El Economista.es*. [www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/11192681/05/21/El-turismo-de-salud-facturara-el-ano-que-viene-1200-millones-con-50-hospitales.html](http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/11192681/05/21/El-turismo-de-salud-facturara-el-ano-que-viene-1200-millones-con-50-hospitales.html). [Consultado el 18 de abril de 2023]
- SITA. Sistema de Información Turística de Asturias. <https://www.sita.org/>
- Soto, C. M. D., & Villalba, R. V. (2021): Breve historia del Turismo de Salud. *Medicina y turismo en Colombia*. [repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/13437/2021 Medicina en colombia.pdf](http://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/13437/2021_Medicina_en_colombia.pdf). [Consultado el 16 de abril de 2023]
- Statista (2022): Distribución por comunidad autónoma de los balnearios en España [es.statista.com/estadisticas/642875/balnearios-activos-segun-comunidad-autonoma-en-espana/](https://es.statista.com/estadisticas/642875/balnearios-activos-segun-comunidad-autonoma-en-espana/) [Consultado el 2 de mayo de 2023]
- Tierra del Agua. [www.tierradelagua.es/](http://www.tierradelagua.es/) [consultado el 22 de junio de 2023]

TUR43 (2023): El tren de alta velocidad va a ser un salto muy importante para Asturias [tur43.es/alojamientos/begona-menendez-directora-de-ventas-de-las-caldas-el-tren-de-alta-velocidad-va-a-ser-un-salto-muy-importante-para-asturias.html](https://tur43.es/alojamientos/begona-menendez-directora-de-ventas-de-las-caldas-el-tren-de-alta-velocidad-va-a-ser-un-salto-muy-importante-para-asturias.html) [Consultado el 18 de abril de 2023]

Turismo médico. Acreditación internacional [turismomédico.org/acreditacion-internacional/](https://turismomédico.org/acreditacion-internacional/) [Consultado el 4 de junio de 2023]

World Tourism Organization (2018): Recomendaciones sobre el desarrollo sostenible del turismo indígena - Comité Mundial de Ética del Turismo [www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421879](https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421879) [Consultado el 3 de abril de 2023]

World Tourism Organization (2021): Desarrollo Sostenible. [www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible](https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible). [Consultado el 20 de abril de 2023]

## ANEXO I

Tabla Anexo I: Top 30 de destinos de turismo médico a nivel mundial.

Posición	Destinos	Índice de Turismo Médico
1	Canadá	78.9
2	Reino Unido	74.8
3	Israel	74.2
4	Singapur	74.0
5	Abu Dabi	73.0
6	Costa Rica	72.8
7	Italia	72.0
8	Jordania	71.1
9	Alemania	70.7
10	Filipinas	70.7
11	Japón	70.4
12	Francia	70.2
13	Corea del Sur	70.0
14	Taiwán	69.4
15	España	69.3
16	Brasil	67.9
17	Jamaica	67.7
18	India	67.5
19	Colombia	67.4
20	Panamá	67.0
21	Dubái	66.1
22	República Dominicana	66.0
23	Polonia	65.5
24	Tailandia	65.5
25	Argentina	64.4
26	China	63.1
27	Sudáfrica	62.1
28	México	61.0
29	Turquía	61.0
30	Rusia	50.3

Fuente: Resultados de la investigación de Fetscherin (2016)

## ANEXO II

Tabla Anexo II: Clasificación de aguas mineromedicinales según tratamientos

PROPIEDADES / TIPOS DE AGUA	TRATAMIENTO	LUGAR
<b>CLORURADAS</b>	Reumatología, dermatología, ORL, afecciones respiratorias crónicas y estados de agotamiento psicofísico	Balneario de Cestona (Guipúzcoa) Balneario de la concepción (Albacete)
<b>SULFATADAS</b>	Dispepsias digestivas y discinesias biliares	Balneario de Ariño (Teruel) Balneario de Arnoia (Ourense)
<b>SULFURADAS</b>	Reumatología, dermatología, ORL y afecciones respiratorias crónicas	Balneario de Panticosa (Huesca) Balneario del Cabriel (Comunidad Valenciana)
<b>BICARBONATADAS</b>	Estimulan la secreción enzimática pancreática, aumentan el poder saponificante de la bilis, alcalinizan la orina y también el PH gástrico	Balneario de Alange (Badajoz) Balneario de Montanejos (Castellón)
<b>CARBOGASEOSAS</b>	Tratamiento coadyuvante de arteriopatías obliterantes	Balneario de Elgorriaga (Navarra) Balneario de Cervantes (Ciudad Real)
<b>RADIATIVAS</b>	Reumatología, afecciones respiratorias crónicas y trastornos psiquiátricos como ansiedad, estado de ánimo, sueño, etc.	Balneario de Fitero (Navarra) Balneario San Nicolas Salmerón (Alhama de Almería)
<b>OLIGOMETALICAS</b>	Litiasis renales úricas, oxálicas y cisticas	Balneario Serón (Zaragoza) Balneario de Lobios (Ourense)
<b>FERRUGINOSAS</b>	Gran aporte de hierro	Balneario de Lanjarón (Granada) Balneario de Cofrentes (Valencia)
<b>PELOIDES (BARROS)</b>	Reumatismos crónicos, rigideces articulares y reuralgias	Balneario El Raposo (Badajoz) Balneario de Puente Viesgo (Cantabria)

Fuente: Elaboración propia a partir de la información obtenida de la Sociedad Española de Hidrología Médica y la Asociación Nacional de Balnearios



## ANEXO IV: Folletos turísticos

Figura anexo IV: Folleto informativo paquete turístico EquinoNaturRelax

# EQUINO NATUR RELAX

## PAQUETE TURÍSTICO

ALOJAMIENTO, CIRCUITO TERMAL, GASTRONOMÍA Y RUTAS A CABALLO

### VIERNES

- Entrada en el Ecoresort tarde-noche
- Cena gastronómica
- Alojamiento en Tierra del Agua

### SÁBADO

- Desayuno
- Ruta a Caballo a través del Parque Natural de Redes, avistamiento de aves rapaces y otros animales salvajes (incluye picnic)
- Cena restaurante Gotta

### DOMINGO

- Saludo al sol y yoga
- Circuito Termal
- Brunch
- Despedida

**tierra del agua**  
sábanas · platos · galletas

**PARQUE NATURAL DE REDES**

El espacio de relajación cuenta con SPA interior de estilo alpino compuesto de sauna finlandesa con vistas panorámicas, baño turco, ducha hidroterapia y fuente de escamas de hielo.

Parque Natural de Redes en Asturias, sus bosques, flora, fauna, pueblos y habitantes, de una forma distinta con caballos de una forma distendida y relajada...

VIVE LA EXPERIENCIA DE REDES, ASTRURIAS A CABALLO.

Fuente: elaboración propia

Figura anexo V: Folleto informativo paquete turístico YoGastronómico

# YOGASTRONÓMICO

## PAQUETE TURÍSTICO

ALOJAMIENTO, CIRCUITO TERMAL, GASTRONOMÍA, PADDLE YOGA Y AVISTAMIENTO DE AVES MIGRATORIAS






### VIERNES

- Entrada en el hotel por la tarde-noche
- Cena en Casa Marcial
- Alojamiento en PuebloAstur 5\*

### SÁBADO

- Desayuno
- Sant Up Paddle Yoga en la Ría de Villaviciosa
- Picnic
- Avistamiento de aves migratorias
- Cena en Restauran Halcón Gourmet

### DOMINGO

- Desayuno
- Circuito Termal
- Brunch y despedida





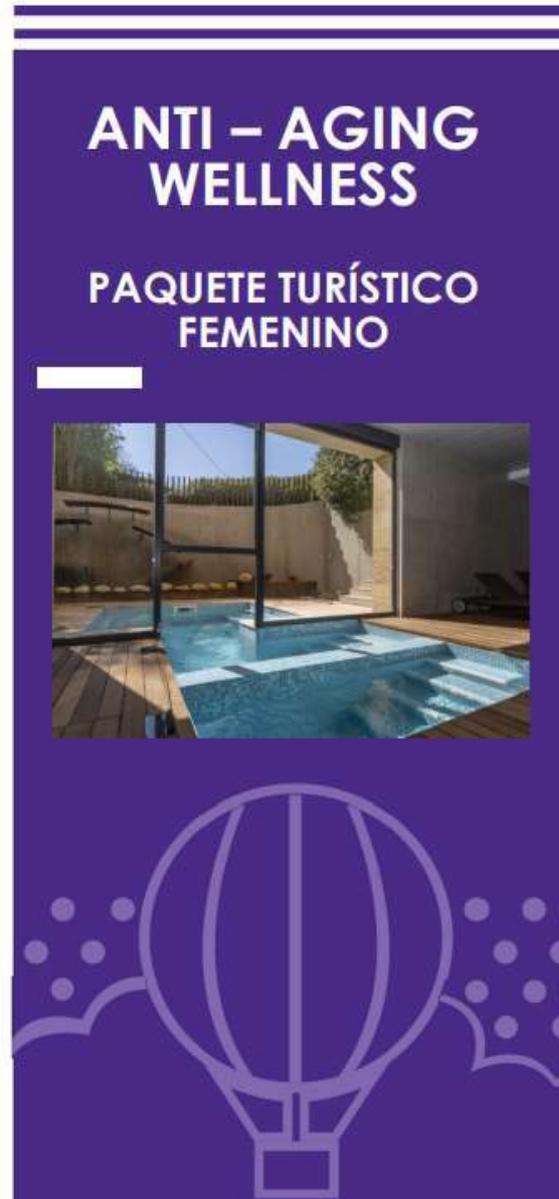

 **PUEBLOASTUR** casa *Marcial*

Fuente: elaboración propia

Figura anexo VI: Folleto informativo paquete turístico Anti-Aging Wellness



- |                |   |
|----------------|---|
| <b>Viernes</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrada en el hotel por la tarde-noche</li> <li>- Cata de vinos y aperitivos</li> <li>- Alojamiento en Artiem hoteles 5*</li> </ul>                                      |
| <b>Sábado</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desayuno</li> <li>- Tratamientos anti-aging Clínica Barón</li> <li>- Comida Restaurante Auga</li> <li>- Visita guiada por Gijón</li> <li>- Cesta en The Green</li> </ul> |
| <b>Domingo</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saludo al sol (Yoga)</li> <li>- Desayuno</li> <li>- Circuito Termal + maderoterapia</li> <li>- Brunch y despedida</li> </ul>   |



Fuente: elaboración propia