

RESUMEN AMPLIO

TURISMO TERMAL EN ESPAÑA: ESTADO ACTUAL Y OPORTUNIDADES

Edianny Carballo-Cruz

University of Ciego de Ávila. Cuba

ediannycc@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9628-1510>

Raciel Yera

University of Jaén

ryera@ujaen.es

<https://orcid.org/0000-0001-9759-261X>

Juan Carlos Maroto-Martos

University of Granada

jcmaroto@ugr.es

<https://orcid.org/0000-0002-0391-5797>

Aida Pinos-Navarrete

University of Granada

apnavarrete@ugr.es

<https://orcid.org/0000-0003-2934-9321>

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el modelo de negocio y los patrones geográficos del termalismo en Europa Occidental han experimentado cambios profundos como respuesta a la globalización y la evolución del turismo. Estos cambios están asociados, en gran medida, con el envejecimiento demográfico acelerado, lo que ha llevado a las administraciones a promover activamente el turismo termal como un medio para reducir los costos de salud derivados de estilos de vida sedentarios y fomentar el desarrollo rural (Pinos, Sánchez y Maroto, 2021).

España es reconocida internacionalmente por sus abundantes recursos mineromedicinales y su tradición en la práctica del termalismo con fines terapéuticos. En los últimos años, ha buscado diversificar su oferta para orientarse hacia la funcionalidad turística. Los tratamientos basados en aguas mineromedicinales han tenido como principal motivación la cura y prevención de problemas de salud, recuperando además otros propósitos que se atribuían a estas prácticas en el siglo XIX, como el descanso, la promoción de relaciones personales y sociales, y mejoras estéticas. Actualmente, España cuenta con más de 100 spas activos distribuidos en 16 comunidades autónomas, lo que la posiciona como un destino termal destacado en Europa (Maroto y Pinos, 2019). Estos spas están asociados a una amplia oferta hotelera, con alrededor de 20,000 camas, lo que refuerza su papel como motores de desarrollo rural.

A pesar de este interés reconocido por el termalismo en España, se observa una falta de análisis integral sobre el desarrollo de ofertas turísticas innovadoras alrededor de los spas. Este estudio pretende abordar esta brecha, centrándose en el contexto del spa como un producto turístico. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el producto turístico se define como una combinación de elementos tangibles e intangibles, que incluyen recursos naturales, culturales, instalaciones, servicios y actividades alrededor de un centro específico. Esto representa el núcleo del marketing de destinos y crea una experiencia integral para el visitante, incluyendo aspectos emocionales para los clientes potenciales.

Recientes investigaciones han intentado caracterizar globalmente el turismo de spas y termales en España. Por ejemplo, Piquilmán (2013) abordó los nuevos horizontes del turismo de spa y sus implicaciones para el mundo rural, indicando que la demanda actual y la colaboración público-privada han reactivado esta forma de turismo como un impulso para el desarrollo rural. Sánchez (2021) se centró en la reputación en línea del turismo de spa en el contexto de COVID-19, mientras que Pinos y Shaw (2021) exploraron el potencial de los spas como agentes de salud, identificando oportunidades para potenciar esta actividad en la dinámica turística de España.

El **objetivo principal** de esta investigación es realizar un análisis exhaustivo del producto turístico termal en España. Esto incluye una revisión de la literatura existente sobre el tema, la identificación y análisis de investigaciones relevantes sobre centros termales en España, y la comparación de estos hallazgos con la información proporcionada por la Asociación Española de Balnearios (ANBAL) y las opiniones de los usuarios en TripAdvisor. A través de este enfoque, se busca ofrecer una caracterización regional de los balnearios españoles y discutir las implicaciones teóricas y prácticas de los hallazgos.

2. METODOLOGÍA

La investigación se basa en una metodología mixta que combina enfoques cualitativos y cuantitativos (Tashakkori & Teddlie, 1998; Hernández-Sampieri, 2018) para caracterizar el producto turístico termal en España. El enfoque cualitativo se desarrolla a través de una revisión de literatura sobre el termalismo, mientras que el enfoque cuantitativo implica analizar la distribución de los spas y fuentes termales, así como procesar información de redes sociales para contrastar hallazgos.

Se aplica la metodología PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) (Page et al., 2021) para realizar un análisis bibliográfico sistemático. Esto incluye criterios de elegibilidad para seleccionar estudios relevantes sobre productos turísticos relacionados con el termalismo y la experiencia de usuarios. Las búsquedas se realizaron en la base de datos Web of Science, utilizando términos como “turismo”, “termal” y “spa”, lo que resultó en 291 artículos iniciales, de los cuales se seleccionaron 17 tras aplicar filtros.

Además, se analiza información de TripAdvisor, justificada por ser la plataforma líder en reseñas sobre experiencias de viaje. Se recopilan datos sobre la cantidad de reseñas y calificaciones promedio de los spas asociados a la Asociación Nacional de Balnearios

(ANBAL) en España, para presentar resultados sintetizados por cada comunidad autónoma.

3. RESULTADOS

3.1. Una revisión bibliográfica de trabajos de investigación centrados en el termalismo en España

La revisión de literatura, realizada con la metodología PRISMA, revela que la mayoría de los estudios están vinculados a Galicia y Andalucía, aunque también hay referencias a Aragón, Canarias y Cataluña.

En Galicia, se identificaron varios trabajos, como el de Henn-Bonfada et al. (2011), que resalta la importancia de los cosméticos termales en los spas gallegos como una ventaja competitiva. Alén, De Carlos y Domínguez (2014) realizaron un análisis cuantitativo de la diferenciación en 15 centros termales, encontrando que los centros de talasoterapia ofrecen, en promedio, menos servicios que los centros termales. Amboage et al. (2015) analizaron la presencia en redes sociales de spas destacados, evaluando sus fortalezas y debilidades mediante indicadores como el contenido y el compromiso.

En Andalucía, Anaya-Aguilar et al. (2021a) llevaron a cabo un análisis de usabilidad de sitios web de spas, revelando que el uso de nuevas tecnologías es deficiente, a pesar de una buena posición en los motores de búsqueda. En trabajos adicionales, se identificaron desafíos en el turismo de spas, incluyendo la falta de leyes comunitarias y la necesidad de mejorar la percepción pública sobre estos centros. Pinos y Shaw (2021) exploraron el potencial de los spas como agentes de salud, mientras que Pinos et al. (2022) estudiaron las necesidades cambiantes de los clientes en el contexto de la pandemia de COVID-19.

En Cataluña, Torres et al. (2022) analizaron el valor económico y social del turismo de spa en Maresme, sugiriendo su integración con otros productos turísticos para crear un paquete de turismo de salud. Además, se identificaron investigaciones generales que abarcan el thermalismo en diversas regiones, como el estudio de Martínez-Moure et al. (2013) sobre el programa IMSERSO y su impacto en el thermalismo social. En resumen, Galicia cuenta con una cobertura significativa en la investigación sobre productos termales, mientras que Andalucía presenta un análisis detallado de los spas y sus usuarios. Otros estudios se centran en la reputación en línea y las oportunidades futuras para el thermalismo en España. La próxima sección contrastará estos hallazgos con datos de la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL), que representa a los centros termales con aguas minerales-medicinales declaradas de utilidad pública, lo que enriquecerá el contexto del análisis.

3.2. Caracterización territorial de los centros termales en España según las opiniones de TripAdvisor

Esta sección se centra en la caracterización territorial de los centros termales en España, basándose en las opiniones de TripAdvisor y tomando como muestra representativa los spas registrados en la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL). Actualmente,

hay 66 centros termales registrados, distribuidos principalmente en Galicia (11), Andalucía (7) y Cataluña (6), coincidiendo con las regiones más estudiadas en la literatura previa. Se analiza la cantidad de opiniones y calificaciones promedio de estos centros, revelando que las comunidades con más spas, como Aragón y Cataluña, suelen tener un mayor número de reseñas. Sin embargo, Galicia presenta un bajo número de comentarios a pesar de su número de spas, lo que se debe a que algunos no están disponibles en TripAdvisor. Murcia, con solo un spa, tiene la mayor cantidad de comentarios gracias a sus tres hoteles asociados.

En cuanto a las calificaciones promedio, todas las regiones se sitúan en un rango entre 3 y 4. Aunque la Comunidad Valenciana tiene el menor número de reseñas, su baja calificación promedio es atípica. Las calificaciones más altas se asocian a Andalucía y Cataluña, donde la mayoría de las opiniones son positivas, mientras que otras regiones, como la Comunidad Valenciana y el País Vasco, tienden a concentrarse en la categoría de “Bueno” a “Muy Bueno”. En general, se observa un patrón de calificación similar en todas las regiones, lo que sugiere una experiencia general positiva entre los usuarios. Se planea aplicar un análisis más detallado de las opiniones en el futuro para identificar peculiaridades en cada comunidad.

4. DISCUSIÓN

En Galicia, la revisión sistemática de la literatura muestra que la mayoría de los estudios sobre termalismo se centran en esta región, pero, a pesar de su consolidación, los spas gallegos tienen un número relativamente bajo de reseñas en TripAdvisor, lo que sugiere que su posicionamiento puede mejorarse para aumentar su popularidad. De manera similar, en Andalucía, aunque existen investigaciones que caracterizan los spas y sus aguas minero-medicinales, el promedio de reseñas es inferior al de otras comunidades, como Aragón y Cataluña, que superan las 300. Aragón, que destaca por la historia de la balneoterapia, tiene la mayor cantidad de reseñas, pero también presenta opiniones negativas, lo que indica la necesidad de evolución. Cataluña, a pesar de ser una de las regiones más comentadas, no muestra una singularidad notable en comparación con otros spas, lo que se refleja en su calificación promedio de 3.3. Extremadura, con una calificación promedio de 3.8, destaca por su similitud con otros centros en España, mientras que Murcia, con solo un spa registrado, tiene la mayor cantidad de reseñas debido a su asociación con varios hoteles.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación se posiciona como uno de los primeros esfuerzos por caracterizar de manera holística los spas en España, combinando revisiones sistemáticas, datos de asociaciones nacionales y análisis de plataformas como TripAdvisor. Esta metodología podría extrapolarse a otros países para caracterizar sus centros termales y productos turísticos. A pesar de que las regiones más reconocidas no siempre tienen el mejor posicionamiento en TripAdvisor, la diversidad de los spas españoles y sus contextos asociados es notable. No obstante, la exclusividad de TripAdvisor como fuente de datos puede introducir sesgos en el análisis, y el enfoque en los centros vinculados a la Asociación Nacional de Bañerios (ANBAL) podría limitar los hallazgos. En términos prácticos, los resultados sugieren que los responsables de la toma de decisiones deben gestionar los spas como atractivos turísticos de manera integral, utilizando los

diagnósticos de potencial de cada región para fortalecer sus características y promover una mejor aceptación entre los usuarios.

5. CONCLUSIONES

En este trabajo se ha desarrollado un doble análisis de los balnearios españoles considerando un análisis bibliográfico mediante la metodología PRISMA, y una caracterización de su presencia en los medios sociales considerando como fuente TripAdvisor. Este análisis permite descubrir varias particularidades de los balnearios españoles a través de diferentes regiones, teniendo como principal conclusión la presencia de una alta diversidad con fortalezas y debilidades en los diferentes territorios. Las implicaciones teóricas y prácticas también han sido discutidas en este contexto.

Como trabajo futuro se considerarán las siguientes direcciones de investigación: 1) La incorporación de información relativa a instalaciones y servicios adicionales para el análisis de las fortalezas y debilidades de cada región; 2) El uso de herramientas computacionales de lenguaje natural para el procesamiento de las reseñas de TripAdvisor como fuente adicional a las valoraciones actualmente utilizadas; 3) El desarrollo de un estudio similar para la caracterización de centros termales de otras regiones fuera de España, y 4) El uso de herramientas previamente consideradas para la generación de ventajas turísticas competitivas (Carballo et al., 2023), en este escenario de centros termales.