



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

MÁSTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

TRABAJO FIN DE MÁSTER

TURISMO DE SALUD EN LA COSTA DEL SOL

Realizado por:

Tatiana Draganov

Fdo.:

Dirigido por:

Rafael Cortés Macías

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

MÁLAGA, septiembre 2018



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

MÁSTER EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Reunido el tribunal evaluador en el día de la fecha, para juzgar el trabajo fin de máster titulado:

.....
.....
.....

Del alumno/a D./D^a.....

Dirigido por D./D^a.....

Y PARA QUE CONSTE, ES FIRMADA POR LA/EL SECRETARIA/O.

Málaga, a de de 20....

La/el Secretaria/o

Fdo.:



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

D/D^a.: _____, con
DNI _____, estudiante del Master Universitario en Dirección y
Planificación del Turismo, de la Universidad de Málaga.

DECLARA QUE:

El Trabajo Fin de Máster denominado:

Es de mi autoría y es original, no habiendo sido presentado anteriormente por ningún autor ni en parte ni en su totalidad y que todas las fuentes utilizadas (ideas, citas textuales, etc.) tomadas de alguna página web o de un autor o autora para su realización han sido debidamente citadas en el mismo.

Para que así conste, firmo la presente declaración en Málaga a _____ de
_____ de _____.

Fdo.:

TÍTULO: Turismo de Salud en la Costa del Sol

PALABRAS CLAVE: *Turismo, Salud, Bienestar, Wellness, Médico, Costa del Sol, Sanitario*

RESUMEN: *Actualmente el Turismo de Salud y Bienestar es un tipo de turismo reclamado en su totalidad por muchas personas, y es que gracias a ello, además de ir en busca de la cura y mejora de la salud, los pacientes pueden disfrutar y aprovechar los atractivos turísticos de la zona.*

Por esta razón, Costa del Sol, es un perfecto destino para prestar este tipo de servicio, ya que además de un clima espléndido, cuenta con una gran variedad de recursos turísticos y avances médicos importantes.

Cada vez hay más demanda de este tipo de turismo y además de prestar unos buenos servicios en cuanto a la salud se refiere, debe tenerse presente en todo momento que el mismo tiene que ofrecer actividades recreativas acorde con cada cliente.

Por ello, es una obligación conocer todo tipo de información y cualquier novedad que esté relacionado.

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|-------------------|--|-----------|
| Capítulo 1 | Introducción | 1 |
| 1.1. | Objetivos | 2 |
| 1.2. | Metodología Y estructura del trabajo | 2 |
| Capítulo 2 | Turismo de salud | 4 |
| 2.1. | Concepto y definición..... | 4 |
| 2.2. | Tipos de Turismo de salud | 5 |
| 2.3. | Historia del Turismo de salud | 8 |
| 2.3.1. | Roma y Grecia antiguas | 9 |
| 2.3.2. | El nuevo continente..... | 9 |
| 2.3.3. | Europa durante y después del renacimiento | 10 |
| 2.3.4. | El nuevo desarrollo del turismo de salud | 11 |
| 2.4. | Demanda y tipo de turista de salud | 11 |
| 2.4.1. | Total de turistas en Andalucía | 12 |
| 2.4.2. | Procedencia turistas de salud..... | 13 |
| 2.4.3. | Gasto medio | 13 |
| 2.4.4. | Estancia media..... | 14 |
| 2.4.5. | Sexo..... | 15 |
| 2.4.6. | Motivación y actividades principales | 15 |
| 2.4.7. | Valoración | 17 |
| 2.5. | Oferta de turismo de salud y su implantación en la costa del sol | 17 |
| 2.5.1. | Oferta Turismo de Bienestar | 18 |
| 2.5.2. | Oferta Turismo Médico | 20 |
| 2.6. | Tratamientos..... | 22 |
| 2.6.1. | Tratamientos de bienestar..... | 23 |
| 2.6.2. | Tratamientos en Centros de Estética | 24 |
| 2.6.3. | Tratamientos en Clínicas Privadas | 26 |
| 2.6.4. | Tratamientos en Clínicas Oncológicas | 27 |
| 2.7. | Organizaciones empresariales de turismo de salud | 27 |
| 2.7.1. | Organizaciones empresariales nacionales | 27 |
| 2.7.2. | Organizaciones empresariales en la Costa del Sol | 29 |
| 2.7.3. | Certificaiones generales | 31 |
| 2.7.4. | Certificaiones sanitarias | 32 |
| 2.7.5. | Certificaiones turísticas | 33 |
| 2.7.6. | Certificaiones sanitarias-turísticas..... | 33 |
| 2.8. | Análisis Dafo..... | 34 |
| Capítulo 3 | Conclusión | 36 |
| | Bibliografía | 39 |

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

El turismo en España es considerado un pilar muy importante y actualmente es conocida mundialmente por su gran acogida de turistas de todo tipo. Al ser un destino tan demandado debido a su clima tan favorable y sus atractivos turísticos, puede llegar a ofrecer casi cualquier tipo de servicio que requieran los clientes. Por ello, cada vez se intenta crear e innovar para así destacar del resto de los destinos.

Desde hace varios años atrás, apareció conocido hoy día como Turismo de Salud, que refiere principalmente al conjunto de ocio con actividades y servicios relacionados con la salud, belleza y cuerpo y mente.

Actualmente, las personas viven de una manera muy acelerada, sumándole mala alimentación, contaminación y los peligros diarios a los que se encuentran expuestos, además de múltiples enfermedades, resulta muy importante cuidar al máximo todo lo relacionado con una salud estupenda. También el estrés y el poco tiempo son factores claves para que las personas elijan el Turismo de Salud tanto para mejorar su vitalidad y así aprovechar para disfrutar de vacaciones. Otro factor que impulsa a realizar dicho turismo, es la imposibilidad de realizar los tratamientos necesarios en el país de origen. Todo esto sumado a que cada vez la tecnología avanza a pasos más agigantados y la posibilidad de viajar resulta más económica, favorece el hecho de que el turismo se desarrolle a un ritmo infrenable.

Para entender mejor este concepto es necesario conocer su significado. Hay que destacar que el turismo de salud se considera un sector que combina recursos médicos tradicionales y alternativos con vivencias turísticas ya sean culturales, de ocio en la zona correspondiente.

En cuanto a Costa del Sol, es un destino perfecto para la realización de este tipo de viaje. Además de considerarse un retiro estupendo para recuperarse de alguna dolencia o enfermedad, cualquier tipo de tratamiento relacionado con la salud o la belleza, ya que hay presente una gran cantidad de hoteles, hospitales y clínicas, ya sean públicas o privadas, con una elevada variedad de equipos tecnológicos de última generación. A esto habría que añadirle los espectaculares recursos naturales, destacando la playa y la montaña. Asimismo, el clima que brinda esta zona es favorable durante todo el año, posibilitando la visita en cualquier época del año. Tampoco hay que olvidarse de la gran oferta de ocio que brinda al ser un territorio desarrollado turísticamente.

1.1. OBJETIVOS

La mayor parte de los viajes turísticos que se realizan son con propósito de descansar y disfrutar, por ello, destacan el turismo de sol y playa, gastronómico, rural, etc. Sin embargo, el turismo de salud al abarcar varios elementos, es necesario especificar, ya que engloba tanto el turismo de bienestar y belleza, como el médico y sanitario.

La preocupación por la salud ya existía desde la antigua Grecia y Roma, aunque no de la misma forma, ni con los mismos recursos que hoy en día.

En la actualidad, el cuidar de la salud se ha convertido en prioridad, y es que además de cuidar el cuerpo y la alimentación, destaca el prevenir y curar enfermedades. Esto es posible debido a la gran cantidad de remedios que hay presentes en el mundo. Como consecuencia a que no en todos los países existen las mismas posibilidades, surgió el desplazamiento a otra zona para suplir estas carencias y de este modo conocer los atractivos turísticos del mismo.

Los objetivos destacables de este trabajo serían, identificar la oferta del destino de la Costa del Sol como turismo de salud y evaluar las características singulares de este segmento frente al sol y playa. Por esta razón, resulta muy interesante indagar y analizar la información de la que se dispone actualmente y comprobar si realmente proporciona beneficio a nuestra zona. Además, al asociar la salud y el bienestar con el disfrute, se produce una sensación positiva, debido a que no solamente se trata de estar pendiente de la salud, sino que también disfrutar y deleitarse con los recursos que brinda Costa del Sol.

Por otro lado, entre los objetivos específicos destacan; en primer lugar definir lo que se entiende por Turismo de Salud, la historia de sus comienzos, el perfil de turista, la oferta de Costa del Sol, los tipos de tratamientos que se ofrecen, las organizaciones empresariales que conforman el turismo de salud, las certificaciones de calidad más emblemáticas y un análisis DAFO de la situación del turismo de salud en el mercado.

1.2. METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DEL TRABAJO

Para llevar a cabo este trabajo, primeramente se han planteado los diversos temas según los objetivos que se han propuesto para así tener una estructura y partir de una base.

Acto seguido se ha realizado búsquedas de diversa información para adquirir más conocimientos y comprender más acerca del tema. Para ello, se han utilizado fuentes principales como libros, Internet, revistas, estadísticas, etc. Hay que destacar que las estadísticas e informes que se han utilizado son de varios años atrás, y es que resulta un poco complicado encontrar

información recién actualizada acerca de este tema. Los informes como *“Turismo de Salud y Bienestar en Andalucía”* del año 2015 y 2016 realizado por la Consejería de Turismo y Deporte o *“Turismo de Salud en España”* del año 2013, efectuado por la Escuela de Organización Industrial, e incluso *“Turismo de Belleza y Salud en la Provincia de Málaga”* de 2010, elaborado por Cámara de Comercio de Málaga, han sido claves para poder obtener los datos adecuados y llevar a cabo este trabajo. Además de estos informes, libros como *“Health, Tourism and Hospitality”* de Smith & Puzckó o *“Inspired Wellness”* escrito por McKinsey & Company, tienen recopilado información provechosa en cuanto a turismo de Salud y Bienestar se refiere, ya que contienen tanto definiciones de los escritores como datos de interés.

A partir de estas referencias, se ha recolectado y seleccionado la información apta para dicho trabajo.

El primer capítulo, comenzará con una introducción al tema de turismo de salud, presentando y haciendo presencia de un tema que hoy en día es bastante notorio en el mercado tanto internacional como nacional.

Le seguirá un segundo capítulo, donde se tocarán temas como la definición, y aunque no haya una concreta, muchos de los expertos y entendidos en el tema intentaron dar con la clave buscando la definición más apropiada. También será un punto importante mencionar los tipos de turismo de salud, ya que abarca un gran abanico de servicios ofrecidos tanto relacionados con la salud, como mente, espíritu, belleza o bienestar. No hay que olvidar que la historia de turismo de salud, siempre será interesante, y es que conocer las memorias de nuestros antepasados siempre es un punto a favor para darse cuenta de cómo han evolucionado los recursos y los pensamientos a lo largo del tiempo. Además el tipo de turista y oferta del mismo no se pueden obviar, debido a que es el pilar de dicha materia, sin esa información no se podrá saber en qué consiste realmente el turismo de salud. Por último pero no menos importante aparecerá una descripción de las organizaciones empresariales y certificados de calidad, para así ampliar los conocimientos en esta rama.

El tercer capítulo contará con unas conclusiones acerca del tema tratado durante todo el trabajo, resultando como un colofón final de todos los datos, definiciones y demás información.

CAPÍTULO 2 TURISMO DE SALUD

2.1. CONCEPTO Y DEFINICION

Primeramente para entender en profundidad este concepto es necesario tener en cuenta que son dos elementos distintos, cada uno con su propia definición, sin embargo, juntos conforman un poderoso sector socioeconómico.

El **turismo**, en términos generales, se conoce como: *“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocio y otros.”* (Organización Mundial del Turismo, OMT, 1994).

Por otro lado, la **salud** se define como: *“Estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.”* (Organización Mundial de Salud, OMS, 1994).

En cuanto a **turismo de salud** se refiere, no hay una definición exacta, ya que desde hace muchos años, los expertos en dicho tema intentan proporcionar la más exacta posible.

Algunas de dichas definiciones podrían ser las siguientes:

- *“Es el proceso por el cual una persona viaja para recibir servicios de salud en un país diferente en el que reside. El motivo del viaje es la búsqueda de estos servicios de salud.”* (Escuela de Organización Industrial, 2013)
- *“Es el viaje organizado fuera del entorno habitual del usuario, para el mantenimiento, mejora o recuperación de su bienestar individual físico y mental.”* (Carrera & Bridges, 2006 p.447)
- *“Ocio combinado con terapias naturales basadas en la utilización curativa del agua, del clima, del masaje, de la dietética y del ejercicio físico.”* (Sanchez, 2006)
- *“El turismo de salud engloba a todas las maneras en las cuales los pacientes viajan a otros países en la búsqueda de una mejoría de salud.”* (García-Altes, 2005)
- *“El turismo salud tiene lugar cuando las personas viajan de su lugar de residencia por razones de salud.”* (Ross, 2001:01)
- *“Es la promoción consciente de que viajar a un determinado lugar se estima beneficioso gracias a un clima favorable, a los recursos*

naturales y a los servicios relacionados con la salud de dicha zona.” (Goodrich, 1994)

Al recoger las diversas definiciones, debido a que actualmente no hay una definición exacta y universal para el concepto de turismo de salud, por lo que cada experto y entendido en el tema propone su explicación, intentando llegar a la más correcta y exacta, sin embargo, resulta complicado, ya que este término abarca varios elementos distintos como turismo, salud y bienestar y que al juntarlos forman una noción exacta de una multitud de servicios ofertados por un destino singular para que el turista viva una experiencia inmejorable.

Como se puede observar, en cada una de ellas se repite el mismo concepto, viajar fuera del entorno habitual, y es que para considerarse turismo se debe salir del lugar de residencia. Además cada una expresa la salud y el bienestar de un modo distinto ya que algunos hacen solamente referencia al concepto de salud generalizando, otros, indican que se trata del bienestar físico y mental. Asimismo, hacen referencia que el turismo de salud trata sobre los recursos naturales y curativos. Cada técnico especializado en este tema, percibe el turismo de salud de una forma distinta, y es que al abarcar tantos elementos y servicios resulta complicado que todos lleguen a un mismo acuerdo, por lo que lo diferencian según sea de tipo curativo, preventivo o bienestar, que a su vez cada uno se divide en subsegmentos específicos.

2.2. TIPOS DE TURISMO DE SALUD

Tras analizar dichas definiciones, se puede observar que todas expresan una misma idea, es decir, el desplazamiento a otro lugar diferente de su residencia habitual ya sean por motivos de curación, cirugía o rehabilitación o mejora del estado de salud.

Esto se refiere en cuanto al turismo médico que según la Organización de Cooperación al Desarrollo, se define como: *“La práctica de viajar a un destino diferente al lugar de residencia para obtener tratamiento médico, al mismo tiempo que se visita el destino y se practican actividades turísticas.”* (Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review, 2011)

Habría que destacar que dicho turismo no abarca *“la picaresca”* es decir, aquellos turistas que llegan a España con motivo vacacional solamente, y se aprovechan de la sanidad pública gratuita para curarse alguna dolencia. Este hecho, resulta molesto para los residentes de dicha zona, ya que dichos turistas les quitan los recursos sanitarios que ellos pagan.

Si el turista que llega a Costa del Sol es motivado por otro tipo de servicios y no de salud, pero sin embargo hace uso de los servicios de salud, no son considerados turistas de salud.

Así, para evitar este tipo de problemas, se ha implantado la llamada *Directiva 2011/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 9 de marzo de 2011, relativa a la aplicación de los derechos de los pacientes en la asistencia sanitaria transfronteriza*. Con dicha normativa, la salud pública queda protegida y son los países de origen los que deben abonar los gastos médicos del paciente, aunque no cubre todos servicios, sino los básicos.

No obstante, además del turismo médico, el turismo de salud engloba el llamado turismo de bienestar o wellness que tratan de prevenir los problemas relacionados con la salud.

A continuación se expondrá una tabla con los diversos sectores que abarca el turismo de salud y sus subsegmentos, de manera que cada uno tiene una función específica y concreta cuando el turista se decanta por un servicio u otro a la hora de viajar hasta nuestro destino.

A partir de este concepto, “*el turismo de salud se define como la exportación de servicios de salud enfocado en 4 áreas: medicina curativa, preventiva, estética y de bienestar (Inspired Wellness)*.” (McKinsey & Company, 2010).

Según esta y demás definiciones citadas anteriormente, se entiende que el turista que visita Costa del Sol, motivado por la salud, viene en busca de recuperar, mantener y promocionar la misma.

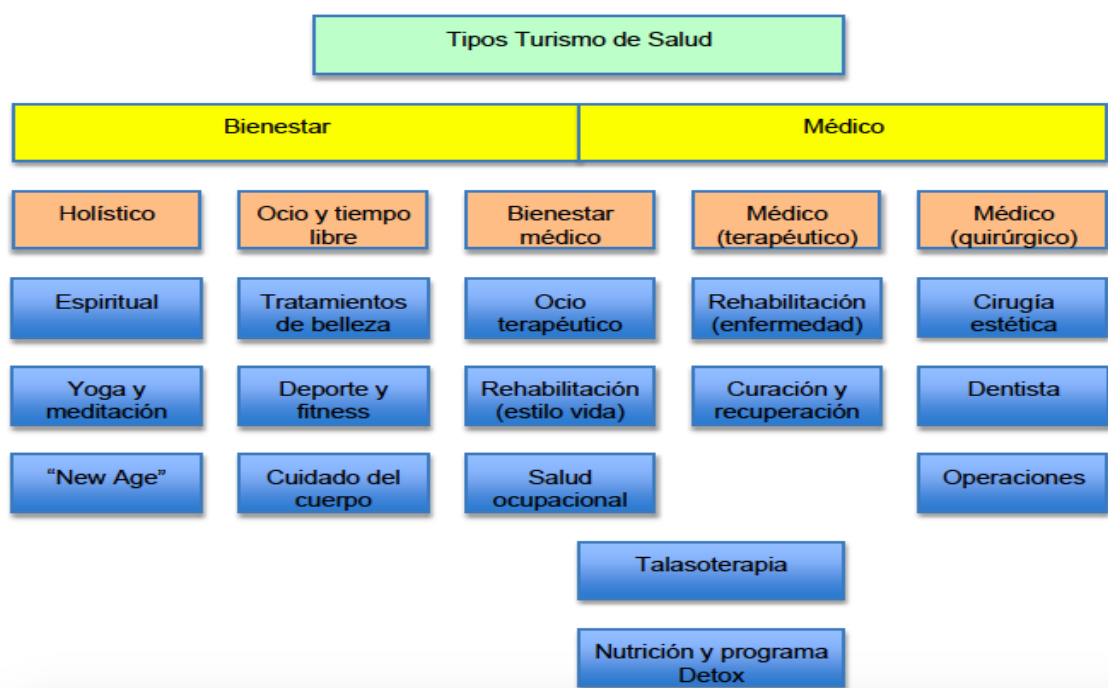


Gráfico 1. Tipos de Turismo de Salud. Fuente: Smith & Puczkó(2009). Elaboración propia.

Conforme este gráfico, se puede percibir que el turista de salud es quien se desplaza buscando servicios de salud, spa, tratamientos termales para calmar el estrés, retiros espirituales, servicios médicos, etc.

Seguidamente los mismo autores que realizaron el esquema de los tipos de turismo de salud, realizaron una segunda parte en la cual expusieron las definiciones de los diversos subsegmentos de dicho turismo que han evolucionado en los últimos años, por lo que según Smith y Puczkó, en su libro *Health, Tourism and Hospitality* (2014) han diferenciado con sus respectivas especificaciones lo siguiente:

- Turismo médico: son desplazamientos a otro destino motivados por la necesidad de intervenciones médicas.
- Turismo spa: se considera como el tratamiento para sanear, recuperar y relajar al cliente, cuyo principal componente es el agua. También este sector comprende el turismo de ocio y tiempo libre, ya que muchos lo practican de forma recreativa.
- Turismo de talasoterapia: este tipo de procedimiento utiliza también como elemento esencial el agua, sin embargo, la diferencia, radica en que esta agua es del mar, además de las sales minerales y las diversas algas y plantas.
- Turismo espiritual: este tipo de turismo es dirigido a las personas espirituales, ya que aunque no tiene porque presentar una adopción religiosa, normalmente las ceremonias y rituales sí que descienden de las religiones.
- Turismo holístico: se conoce como actividades que se llevan a cabo para estabilizar la mente el cuerpo y espíritu, como pueden ser Pilates, Yoga, Reiki, etc.

Al ser el turismo de salud tan heterogéneo y prestar un gran abanico de servicios, es esencial conocer en qué consisten dichos servicios y cómo funciona cada uno, y es que es una parte muy importante para el turista, ya que deberá someterse a estos servicios, de forma voluntaria o por necesidad.

De este modo, al conocer el visitante en qué ideas se fundamentan los servicios que se ofrecen, se decide a viajar en busca de dicha asistencia de un modo más seguro y cómodo.

Según el informe del año 2013 de la Escuela de Organización Industrial, señala que el flujo de los servicios que ofrece este tipo de turismo es el siguiente:



Gráfico 2. Mapping the market for medical travel. Fuente: (Ehrbeck, Guevara & Mango, 2008). Elaboración propia.

2.3. HISTORIA DEL TURISMO DE SALUD

Aunque pensemos que el turismo de salud es un concepto reciente, la realidad es que desde hace muchos años atrás, nuestros antepasados ya hacían uso de estos tipos de servicios.

Desde el principio de las civilizaciones, nuestros antecesores hacían uso del turismo de salud, y es que en las antiguas Mesopotamia, India, China y Egipto, es donde más se beneficiaban de los elementos curativos que proporcionaba la naturaleza. Los santuarios sagrados eran los centros especializados donde se bañaban en aguas termales y medicinales (Kazemi, 2007).

Allá por el año 4000 a.C., los individuos ya se desplazaban mediante expediciones de peregrinación, en las cuales en los templos de Mesopotamia evaluaban sus dolencias y le enviaba a Sumeria para recibir el tratamiento adecuado, ya que allí se encontraban las aguas termales.

Desde entonces, estas aguas termales presentan un gran auge incluso en nuestros días, ya que es algo natural y muy beneficioso.

Estas tradiciones y creencias se han ido pasando de generación en generación, por ello nos resulta impensable no utilizar recursos naturales para la salud.

2.3.1. *Roma y Grecia antiguas*

Se posee constancia que desde hace miles de años atrás las personas recorrían diversos lugares en búsqueda de curas para la salud, como por ejemplo los egipcios y griegos que viajaban grandes distancias para curarse con las aguas termales.

El viaje pionero en busca de mejorar la salud, se remonta en la antigua Grecia, cuando los griegos salieron desde el mar Mediterráneo llegando hasta Epidauró (zona del golfo Sarónico). Según la mitología griega, este sitio lleva el nombre del santuario de Asclepios, que es el dios de la cura.

En cuanto a la antigua Roma, las aguas termales también se utilizaban como recurso medicinal. Asimismo, estos sitios se utilizaban como encuentro de los personajes de clase alta.

Durante los comienzos de dicho imperio, los baños termales no poseían el valor de un complejo de turismo médico, debido a que la mayor parte de ellos se encontraban alejados. Cerca de los 1000 años que duró la propagación del imperio romano, tanto los más necesitados como los de alta posición social, viajaban hasta el Mediterráneo buscando mejoras de su salud. Para una mayor curación de los problemas relacionados con la salud, en sitios como Asia, Persia y África, agrandaron el conocimiento de la curación mediante distintos masajes como el ayurvédico, curaciones espirituales budistas y recetas de la medicina china. (Health Medical Industry, 2005, citado por Kazemy, 2007).

2.3.2. *El nuevo continente*

En el año 1492, cuando se descubrió América, se propagaron varios tipos de enfermedades como sarampión, paperas, viruela, etc., que acabaron con la vida de muchas personas. Esto se produjo debido a que no estaban inmunizados al no padecer nunca estas enfermedades infecciosas, sobre todo las de transmisión respiratoria (Diomedí, 2003).

Desde que arribaron los europeos junto a Colón, cerca de 56 millones indígenas americanos, y esto supuso aproximadamente el 95% de la población, fueron aniquilados por estas afecciones biológicas, debido a la aniquilación de las tradiciones de sus antepasados y los maltratos de la invasión. Tras estas apariciones se produjeron más enfermedades que afectaron incluso a toda Europa, por lo que se produjeron muchos enfrentamientos y muertes debido a la transmisión de unos a otros.

Los originarios americanos ya poseían cultura medicinal desde mucho tiempo antes de la entrada de los colonizadores. Para todas las enfermedades que existían y se tenía conocimiento, antepasados utilizaban curas y recetas a partir de los recursos naturales que proporcionaba la tierra. Además, tenían sus propios jardines con plantas medicinales e investigaban sus características y peculiaridades medicinales. Otro dato a destacar, es que fue un territorio con

muchas guerras, por lo que se convirtieron en expertos en temas de cirugía. Por ejemplo, usaban el extracto de las plantas para anestesiar a los soldados malheridos y con pelos iban cosiendo las heridas.

Hoy en día, los curanderos en muchas zonas de América son admirados y muchos acuden a ellos en busca de ayuda.

2.3.3. Europa durante y después del renacimiento

El verdadero interés por las aguas medicinales y baños termales en Europa, apareció entre los siglos XV Y XVII, cuando las condiciones sanitarias eran pésimas y la clase alta se desplazaba hasta las academias de medicina más famosas del momento, buscando la ayuda médica. (Swarbrooke & Horner, 2007).

Hay que destacar que en Europa, durante el renacimiento además de crecer la cultura y el arte, también aumentó el auge del turismo de salud.

“Spa” en romano significa “*salude pera qua*”, y esta palabra se utilizó por primera vez en 1326, en la aldea Ville d’Eaux (pueblo de las aguas), periodo cuando se descubrieron las aguas termales y curativas.

Los baños romanos fueron un elemento importante para las personas adineradas del siglo XVI, que visitaban Baden Baden, Ville d’Eaux, Aachen, St.Moritz, etc, para aprovechar los balnearios de esas zonas.

El turismo de salud ayudó a ciudades como Bath a prosperar y desarrollarse. En 1720, es cuando esta ciudad dio un giro y se desarrolló como ciudad turística gracias a que visitaban sus aguas termales.

La moda de viajar en busca de mejorar la salud siguió vigente durante los siglos XVIII Y XIX, en Europa, sobre todo en el sur de Francia, que se convirtió en un destino perfecto para refugiarse del frío y curar los malestares. (Holden, 2006). Tras el proceso de la industrialización, tuvieron lugar grandes cambios y aumentó la preocupación por la salud debido al empeoramiento sanitario. Esto causó un aumento de la inquietud por la salud y añadiendo el crecimiento del transporte férreo, un mayor número de personas comenzaron a viajar hacia lugares más lejanos en busca de sus aguas termales, spas y balnearios, de modo que se convirtió en un movimiento de moda. (Swarbrooke & Horner, 2007).

Durante el siguiente siglo, XX, las personas seguían viajando en busca de balnearios, aguas curativas, playas y sobre todo climas agradables para refugiarse del frío de sus países. Y es que actualmente esta tendencia se sigue llevando a cabo y los viajeros van en busca de destinos que les ofrezca además de mejorar la salud, disfrutar del turismo.

2.3.4. El nuevo desarrollo del turismo de salud

La globalización ha sido un movimiento bastante fuerte que afectó a las actividades económicas íntegramente, proporcionando las oportunidades nuevas, procesos y formas de negocios. (Vargas, 2005).

Además, los destinos que ofrecían servicios relacionados con la salud, para no quedarse atrás con este movimiento globalizador, comenzaron a facilitar los servicios oportunos para que las personas pudieran viajar sin impedimentos. (Smith, Martínez & Chanda, 2011). A todo esto, hay que sumarle el creciente conocimiento y desarrollo de la medicina, recursos tecnológicos, el abaratamiento del transporte y por supuesto el avance de Internet.

El turismo de salud ha dado un giro radical, y es que los países que antiguamente no podían ofrecer los servicios adecuados, tenían que desplazarse a otros destinos más modernos e industrializados buscando la mejora de su salud. Sin embargo, hoy en día, muchos de estos países ofrecen atenciones especializadas más baratas y mejor valoradas que los pioneros.

Al ver negocio con este tipo de turismo muchos países han aprovechado este recurso, de modo que, por ejemplo, en 2005, Malasia, Singapur, India y Tailandia recibieron más de 2,5 millones de turistas. (Tata, 2007). Otro países como, Cuba, Hong Kong, Colombia, Jordania, Lituania, Brunei, Filipinas, Malasia y Emiratos Árabes se transformaron en destinos sustanciales prestando servicios médicos a los turistas. (Singh, 2008)

Los destinos, Tailandia, Singapur, India y Asia, son los destinos más elegidos por los turistas de salud.

Hay que destacar que Asia es considerada como el territorio fundamental en cuanto al turismo médico. (Connell, 2006)

Actualmente, los países desarrollados, presentan un número elevado de población con alta esperanza de vida, es decir, mayor de 60 años, por lo que la demanda de los servicios especializados en salud aumenta también, esto se traduce en que se deben utilizar más recursos médicos, produciéndose una congestión y elevación de precios de los bienes, además de aumentar el tiempo de espera para recibir dicha atención.

2.4. DEMANDA Y TIPO DE TURISTA DE SALUD

El turismo de salud normalmente suele ser demandado por personas que buscan asistencia para mejorar y regenerar la salud, cuerpo y mente.

Para este tipo de turismo, el turista característico es el senior, es decir de mediana edad, de 40 a los 55 años o en adelante. Esto se debe a que

frecuentemente no presentan cargos ni financieros ni familiares. Los mismos, se consideran vulnerables en cuanto a la seguridad del destino, por lo que buscan un sitio con estabilidad socio-política, cultura e infraestructuras aptos para ellos.

Esto se debe a que Europa posee una población edad avanzada. Según el Libro Verde, Informe de 2005 de la Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales, hay aproximadamente unos 10 millones de personas que superan los 80 años y según el mismo estudio en el año 2030, dicha cifra será incrementada en un 52,3%, es decir, unos 40 millones más de mayores.

Para todos ellos, se ha creado “European Senior Programme”, de modo que se adapta a todas las necesidades de las personas mayores que viajan, de modo que, les proporcionan los servicios y necesidades que requieren. En España, se puede encontrar para ellos, el llamado programa “Termalismo Social.

Dicho tipo de turista suele viajar a zonas con características concretas, sobre todo un clima favorable, ya que además de necesitar una atención para su salud, desean aprovechar y disfrutar de los recursos naturales y turísticos del destino.

2.4.1. Total de turistas en Andalucía

La Consejería de Turismo y Deporte ha publicado que en el año 2016, Andalucía acogió a 860 mil turistas que venían en busca del turismo de Salud y Bienestar. Esta cifra supuso un aumento en comparación con años anteriores. En el siguiente gráfico se puede apreciar cómo ha aumentado el número de turistas desde 2011 hasta el año 2016.

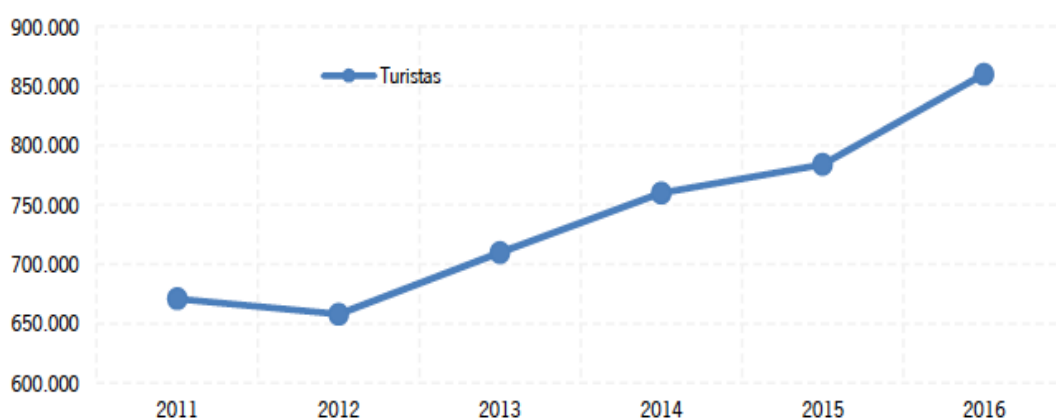


Gráfico 3. Total de turistas de salud en Andalucía. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2016

2.4.2. Procedencia turistas de salud

En cuanto a la procedencia de los turistas de salud, se puede afirmar que la mayor parte son nacionales, es decir, un 78,6% en el año 2016, según el informe de SAETA. Estos turistas nacionales, ya son conocedores de la zona y si no viajaron con anterioridad, cuentan con referencias de amigos y familiares. Este número es considerable en comparación con los turistas extranjeros y hay notoria presencia de un número más pequeño de foráneos, de modo que, destacan los franceses, alemanes y británicos. El siguiente gráfico muestra la diferencia de porcentaje entre los andaluces, resto de España y extranjeros en el periodo de 2012 a 2016.

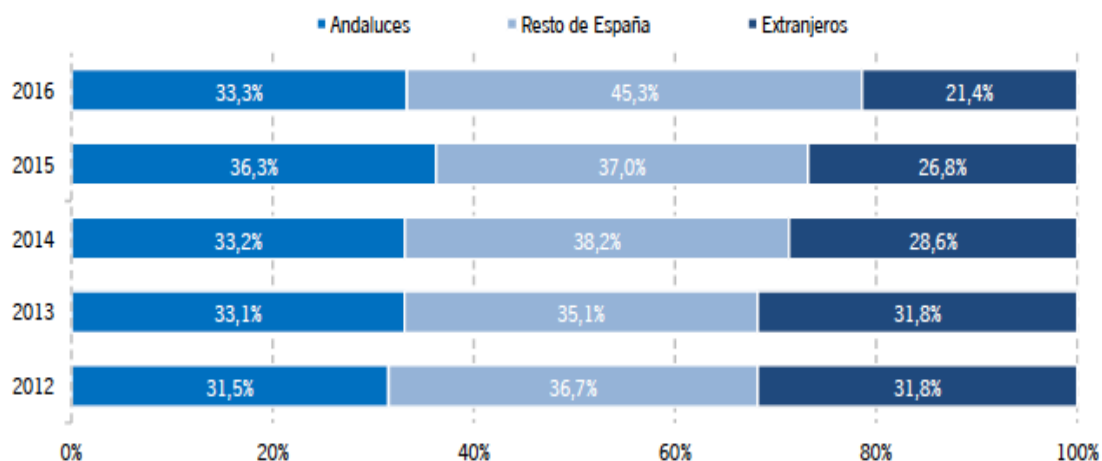


Gráfico 4. Procedencia turistas. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2016

2.4.3. Gasto medio

Por lo tanto, el turista que viaja con motivaciones de salud, se suele gastar más que un turista que solo viaja por vacaciones, por lo que se consideran con un poder adquisitivo medio-alto. Según el informe que realizó la Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía en el año 2016 dicho gasto fue de 68,79 € por día y persona, es decir, 4 € más que el total de turistas, que suele gastar 64,52 €. De esta cantidad la mayor parte se destina a la restauración, un 32% y el alojamiento, un 30,8%. El resto, son los tratamientos de salud (16,8%) y por último las compras (14%). A continuación se puede observar mediante un gráfico dicha diferencia.

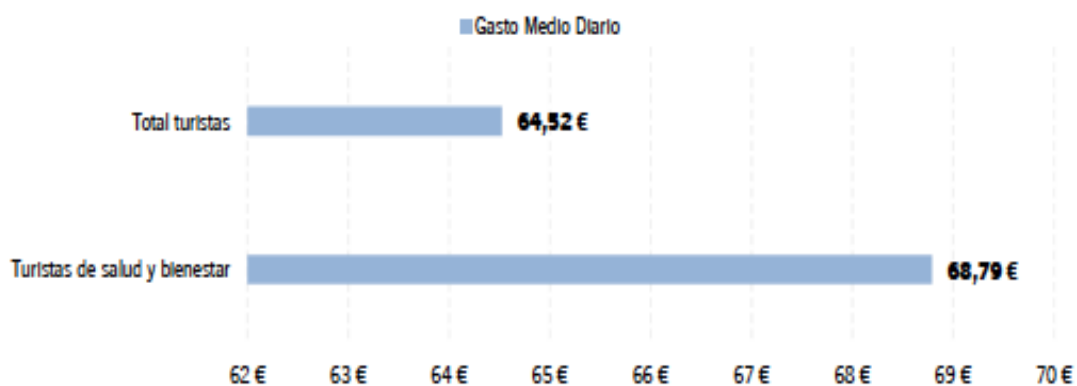


Gráfico 5. Gasto medio. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2016

2.4.4. Estancia media

Normalmente el turista de salud se suele quedar más días en el destino, que los demás turistas motivados por otros propósitos se estima la cantidad ronda entre los 10 y 20 días más.

Sin embargo, tras la realización de las encuestas en el mismo informe de la Junta de Andalucía del año 2016, se observó que la estancia media fue de 6,1 días. Por otro lado, e total de turistas suelen tener una estancia media de 8,6 días, es decir, que el turista de salud, permanece 2,5 días menos. En el siguiente gráfico se plasma dicha disimilitud.

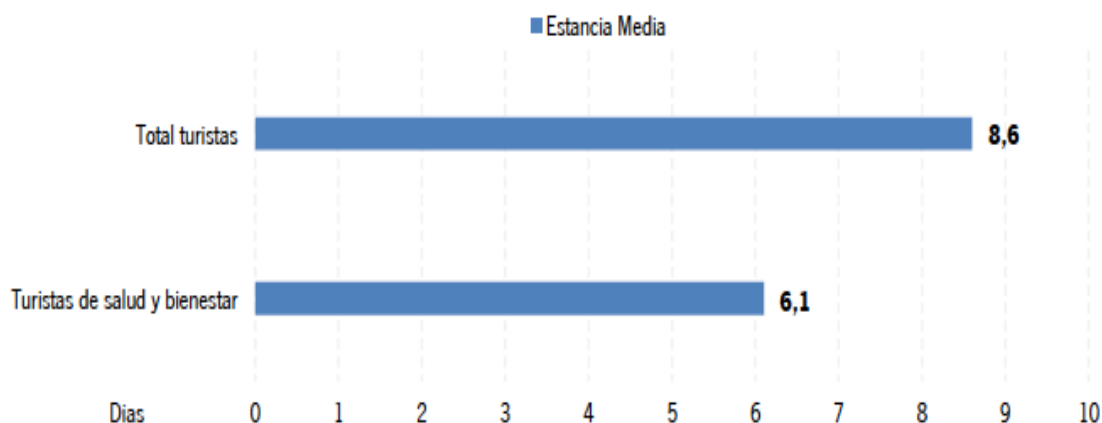


Gráfico 6. Estancia media. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2016

A modo de resumen de los puntos anteriormente comentados se puede ofrecer este gráfico en el cual se observa claramente todos los datos comentados:

| DATOS BÁSICOS DEL TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR | ANDALUCÍA | | |
|--|--------------------|----------|----------|
| | DATOS AÑO COMPLETO | | |
| | DATOS | VAR./DIF | |
| INTERANUAL | | PERIODO | |
| Turistas de salud y bienestar en Andalucía (miles) | 860 | 9,8% | Año 2016 |
| Estancia media (número de días) | 6,1 | -0,5 | Año 2016 |
| Gasto medio diario (euros) | 68,79 | -4,70 | Año 2016 |

Gráfico 7. Datos básicos. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2016

2.4.5. Sexo

En cuanto al sexo de estos tipos de turista, en el mismo informe citado anteriormente, se percibió un mayor número de mujeres, 54% frente a 46% de hombres.

2.4.6. Motivación y actividades principales

Por otro lado, la motivación y actividades principales efectuadas en el destino de Andalucía se caracterizan por el turismo de salud en primer lugar, sin embargo, hay algunos turistas que piensan también en aprovechar el sol y la playa, sería un 12,5%, y en menor porcentaje pero bastante significativo es el motivo cultural, con un 9,8%.

Esta motivación se centra principalmente en el clima favorable que hay esta zona, además Costa del Sol resulta un destino perfecto, ya que además ofrece buenos servicios de salud y bienestar y muchos atractivos turísticos tanto culturales como sol y playa, diversión, etc.

Habría que destacar que además de las motivaciones que se han expuesto, los turistas eligen nuestro destino por las siguientes razones que se pueden observar en el gráfico:



Gráfico 8. Motivos para elegir Turismo de Salud. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2016. Elaboración propia.

Además se ha estimado que tras realizar el informe de SAETA, en ese mismo año, el número medio de tratamientos por turista de salud en Andalucía, es de 4,7, es decir, un número de 1,7 menos que en el año previo.

Para ver los elementos anteriormente descritos con más claridad y de forma resumida, SAETA, proporcionó este gráfico expuesto a continuación:

| PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA | |
|--|-------|
| Procedencia: Nacional | 78,6% |
| Principal tipo de alojamiento: Hotelero | 92,1% |
| Principales conceptos gasto en destino: - Restauración | 32,0% |
| - Alojamiento | 30,8% |
| Uso de paquete turístico: | 63,7% |
| Número medio de tratamientos por persona: | 4,7 |
| ASPECTOS DIFERENCIALES | |
| · Existen tres subsegmentos según tipo de establecimiento: Balnearios, Hoteles y Hospitales, este último aún se encuentra en una fase inicial. | |
| · Elevada presencia de turistas nacionales, emisor que en los últimos años viene restando cuota al foráneo (78,6% español, 21,4% extranjeros) | |
| · Gasto medio diario superior a la media del total de turistas (68,79€ frente a 64,52€) | |

Gráfico 9. Principales características de la demanda. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2016

2.4.7. Valoración

Por último pero no menos importante es la valoración de los turistas, es decir, la percepción que han tenido de Andalucía como destino de turismo de salud, además de la calidad tanto de los servicios prestados como de las instalaciones y destino turístico como tal.

Por tanto, en las encuestas realizadas por la Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía en el año 2016, en una escala de 1 a 10, el destino andaluz ha obtenido un 8,73. Esta calificación sigue casi la misma línea de las calificaciones de años anteriores.



Gráfico 10. Valoración de los turistas. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2016

2.5. OFERTA DE TURISMO DE SALUD Y SU IMPLANTACION EN LA COSTA DEL SOL

Andalucía, y concretamente la Costa del Sol, ofrecen un turismo de Salud y Bienestar con gran potencial y es que además de los médicos reconocidos por su excelente trabajo y los buenos servicios ofrecidos, destaca también el inmejorable clima y los atractivos turísticos.

El primer establecimiento que ofreció este tipo de servicios fue el hotel Byblos y la clínica Incosol como modelo internacional. Hay que destacar que según un estudio de DBK (2009) Andalucía en el año previo, fue la que ofertó el mayor número de establecimientos de ese tipo de turismo.

La información más reciente que se dispone es del informe realizado por SAETA, en 2015. A partir de este se llegó a la conclusión de que Andalucía dispone de 449 establecimientos que proporcionan servicios para los turistas de salud, destacando con el mayor porcentaje Málaga.

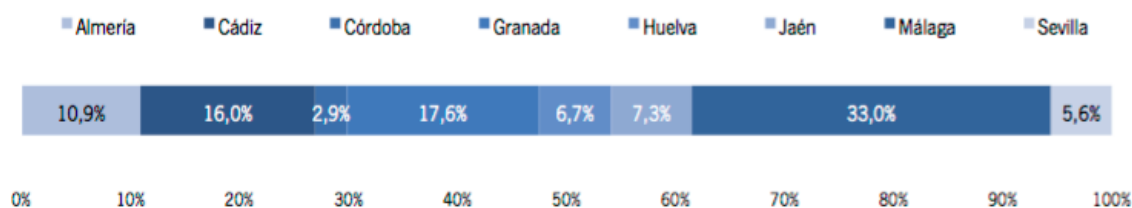


Gráfico 11. Distribución de los establecimientos que ofrecen servicios de Salud y Bienestar. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2015

Es conveniente a la hora de hablar sobre la oferta del turismo de salud y bienestar, diferenciar entre todos los recursos y servicios que ofrece por un lado el turismo de bienestar y por otro el médico, ya que al ser dos segmentos que forman parte de un mismo concepto, su significado y prestaciones difieren.

2.5.1. Oferta Turismo de Bienestar

En este apartado se pueden diferenciar dos subsegmentos principales que son:

- **Balnearios:** hoy en día hay en Andalucía un registro de 17 balnearios, contando los que proporcionan alojamiento y otros servicios relacionados con el agua como por ejemplo, spa, destacando las provincias de Granada, Jaén, Almería, Cádiz y Málaga, y en esta última, 3.
- **Hoteles:** en esta sección destacan los hoteles que prestan servicios relacionados con el disfrute, descanso y relajación del cuerpo y mente, como spa, masajes, etc. Estos hoteles de distintas categorías se distribuyen especialmente en la Costa del Sol, con una oferta considerable. Entre los más destacables podemos encontrar: Gran Hotel Elba & Thalasso Spa, Healthouse Las Dunas, Meliá Costa del Sol, Hammam Al Andalus-Baños árabes, los balnearios de Tolox y Thermas Villa Padierna, Heavenly Spa by Westin, Spa Albayt Resort, Thalasso Spa del Hotel Club Marbella, además, en cada ciudad de la Costa del Sol se pueden encontrar este tipo de centros, destacando por su rango de prestación de servicios, calidad y lujo Marbella y Estepona.

Otro dato importante a destacar es que la mayor parte de los servicios ofertados corresponden a los hoteles y hoteles-apartamentos, es decir, un 77,5%. De este modo, la categoría de establecimiento que más oferta presenta, son los hoteles de mayor categoría, ya que resulta ser un precio más elevado que unas vacaciones tradicionales. Según van bajando las categorías, también

se ve influida la oferta que prestan los mismos. Esto se puede observar más detenidamente en el siguiente gráfico:

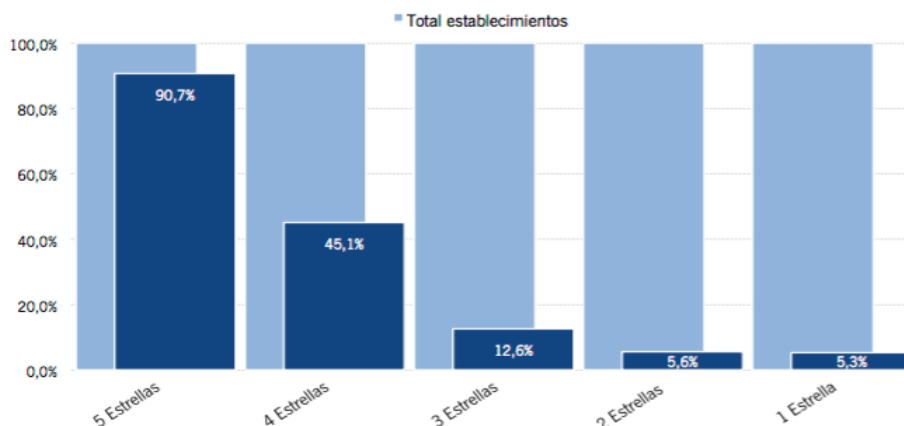


Gráfico 12. Distribución de los establecimientos según categoría hotelera. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2015

La mayoría de estos establecimientos suelen ofrecer a los turistas de salud, servicios como: masajes, Spa (circuito de agua, termal) sauna. Los siguientes ocho de cada diez hoteles ofrecen jacuzzi y tratamientos faciales. Después se encuentran los alojamientos que brindan balneoterapia y talasoterapia.

En cuanto a los servicios que más se han demandado por los alojados en estos establecimientos fueron los diversos tipos de masajes (44,4%) y con mucho menos aunque no menos importante, con un 14,4%, el peeling y con un 10,5% circuitos de agua. Los porcentajes de cada actividad que ofrecen se muestran en este gráfico:

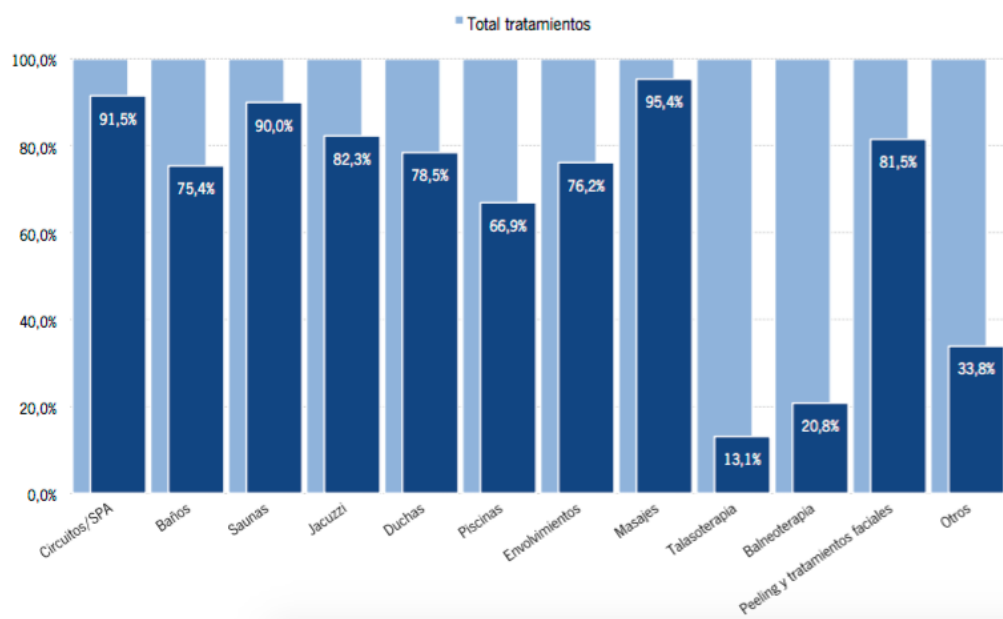


Gráfico 13. Distribución de servicios. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2015

Por último como resumen de dicha oferta, el siguiente gráfico muestra todos los datos importantes que hay que conocer.

| PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA | |
|--|-------|
| Número establecimientos con servicios de salud y bienestar en el total oferta alojativa andaluza | 457 |
| Distribución territorial: Málaga, Granada y Cádiz | 67,7% |
| Tipología: Hoteles y Hoteles Apartamentos | 76,8% |
| Categoría: Hoteles de 5 estrellas | 91,0% |
| Servicios disponibles: - Circuito de agua (Spa o Termal) | 90,4% |
| - Masajes | 89,0% |
| - Saunas | 84,9% |
| - Jacuzzi, Peeling y tratamientos faciales y/o envolvimiento: | 76,0% |
| - Balneoterapia | 16,4% |
| - Talasoterapia | 12,3% |
| | |
| | |
| | |

Gráfico 14. Principales características de la oferta. Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía, 2015

2.5.2. Oferta Turismo Médico

En cuanto al turismo médico se refiere, es esencial destacar que además los servicios que se ofrecen se prestan en clínicas privadas u hospitales, de modo que algunos incluso se asocian con hoteles para proporcionar y conseguir más auge entre todos.

A todo ello ayuda el clima favorable de la zona, el aeropuerto internacional y la calidad de los establecimientos sanitarios.

En cuanto a la sanidad privada es el que conforma establecimientos privados que ofrecen asistencia sanitaria. Estas empresas lo que ofrecen son menos tiempo de espera, una mayor calidad de los recursos y servicios y tratamientos que no se pueden conseguir en la sanidad pública.

Según el estudio *“Indicadores de Resultados en Salud de la Sanidad Privada”* realizado por RESA, 2012 de la fundación IDIS, pueden destacar:

- Estancia media en hospitales: 3,7 días, esta cifra es una de los mejores según informes internacionales.
- El tiempo de espera para pruebas e informes es poca también
 - Retraso quirúrgico: menos de 4 semanas
 - Tiempo medio de admisión en urgencias: 9 minutos
 - Respuesta para el tratamiento y diagnóstico en cáncer de mama: 12 días.

- Resolución asistencial:
 - tasa de regreso a urgencias; 3,4%
 - tasa de reingreso a 30 días: 4,6%

En cuanto a la economía de la península, la sanidad produce un 2,5 % del PIB y más de 26% del gasto del total de la sanidad.

Esto se debe a que presenta un gran aumento en cuanto a los elementos tecnológicos. En los últimos 10 años, el aumento de este mercado, en comparación con la sanidad pública, se ha explicado de la siguiente forma en el informe *“El mercado español de clínicas privadas con finalidad lucrativa: Realidades y Tendencias”* de Antares del año 2012, es decir, que fue debido a un crecimiento del número de pacientes atendidos, y no a un aumento del precio. En comparación con la sanidad pública, los centros privados ofrecen servicios de gran calidad, por lo que le añade al cliente más confianza.

Málaga, es la provincia con más camas hospitalarias, un 45,5% del total.

Este crecimiento fue debido a que ante la escasez de infraestructuras por parte de la sanidad pública, la privada ha sabido reaccionar y ofrecer sus servicios.

En comparación con la sanidad pública, en Andalucía se estima que hay una media de 72,6% de cama, de las cuales, Málaga representa un 54,5%, lo que supone unos 20 puntos por debajo.

Estos datos los presentó CCOO en un informe, señalando que en la provincia hay alrededor de 2.521 camas públicas, frente a 2.104 camas privadas, según el Catálogo Nacional de Hospitales, 2015.

El problema de los hospitales público radica en la falta de recursos económicos, y es que además de no ofrecer mejores recursos, se recortan cualquier tipo de presupuesto.

El sindicato por su parte, mostro que desde el año 2012 al 2016, hay presente 370 camas públicas menos, por lo que sanidad privada aprovechó este declive y se encuentra en la cabeza con 2.104 camas frente a Sevilla, con 1.423 y Cádiz, 1.239.

Entre los hospitales más destacados se encuentran:

- Xanit Internacional de Benalmádena: presta servicios que abarca cualquier demanda por parte de los clientes, entre los servicios que más se demandan destacan, cirugía cosmética, cirugía oftalmológica, tratamientos de fertilidad, cirugía bariátrica, cirugía ortopédica, cirugía de columna vertebral, ginecología, controles médicos y oncología. El 40% de los pacientes son extranjeros, por lo que están especializados y preparados para el trato con los mismos, destacando el servicio 24h del personal que hablan 15 idiomas para brindar una atención personalizada.

En su página web destacan que forman parte de la Comisión Directiva de la Cátedra de Turismo, Salud y Bienestar de la Universidad de Málaga. Además, posee la reacreditación de Joint Commission International. Asimismo, cuenta con otros dos centros en el Limonar y Fuengirola.

- Quirón Salud: el objetivo de este centro hospitalario en cuanto al turismo médico se trata, según el director del departamento internacional, José María Pérez de Olacochea: *“la importancia de crear confianza a través de la reinversión de la experiencia del paciente. Queremos que todos nuestros colaboradores se conviertan en un Quirónsalud Partner. Nuestro compromiso con ellos es que tengan acceso directo a toda nuestra red de centros”*. También como Xanit presenta el servicio de asistencia por asesores multilingües. Los servicios que ofrecen son tanto médicos como quirúrgicos, demandando los turistas de salud asistencias relacionadas con áreas de cardiología, la ginecología, las neurociencias, la oncología, la pediatría, la traumatología o el tratamiento de la diabetes II, la reproducción asistida, la medicina estética y la oftalmología.
- Centro Hospitalario Integral Privado (CHIP): este centro hospitalario fundado en 2009 y formado por la Clínica de la Encarnación (centro médico reconocido más de 40 años) y el hospital Dr. Burgos (hospital con más avances tecnológicos). Presta servicios más demandados como cirugía laparoscópica, cirugía de la Obesidad, Plástica, Cardiovascular y Traumatología. Desde el año 2015, ha sido elegido para gestionar los diagnósticos, estancias médicas e intervenciones quirúrgicas por el Servicio Andaluz.

Otras clínicas como Santa Elena de Torremolinos, Ochoa de Marbella o Buchinger, son también centros médicos que ofrecen servicios y asistencias sanitarias para turistas de salud, destacando por su profesionalidad, variedad de servicios ofrecidos y los recursos presentes.

2.6. TRATAMIENTOS

En este apartado se expondrán los diversos tipos de tratamientos que ofrece Costa del Sol, en cuanto al turismo de Salud y Bienestar se refiere.

Todos los datos que se exponen a continuación hacen referencia al informe realizado por la Cámara de Málaga, en 2010, tras encuestar y analizar los distintos datos y servicios relacionados con el turismo de Salud y Bienestar.

2.6.1. Tratamientos de bienestar

En primer lugar se encuentran los establecimientos de bienestar, ya que abarcan la mayor parte de este tipo de servicios. Entre ellos destacan los hoteles con spa, balnearios y centros de spa y talasoterapia. Estos suelen ofrecer servicios como envoltura/masajes de algas, chocolate y barro, drenaje corporal, hidratación y limpieza facial, masaje deportivo, tradicional, relajante, circulatorio, manicura y pedicura.

En cuanto a los centros que ofrecen este tipo de servicios, hay una lista muy larga, ya que los turistas pueden elegir según el tratamiento que más necesite, el precio, la localización, etc.

Entre los más destacables podemos encontrar: Gran Hotel Elba & Thalasso Spa, Healthouse Las Dunas, Meliá Costa del Sol, Hammam Al Andalus-Baños árabes, los balnearios de Tolox y Thermas Villa Padierna, Heavenly Spa by Westin, Spa Albayt Resort, Thalasso Spa del Hotel Club Marbella, además, en cada ciudad de la Costa del Sol se pueden encontrar este tipo de centros, destacando por su rango de prestación de servicios, calidad y lujo Marbella y Estepona.

A continuación, se ha realizado un mapa con la distribución espacial de los establecimientos más conocidos a lo largo de la Costa del Sol:

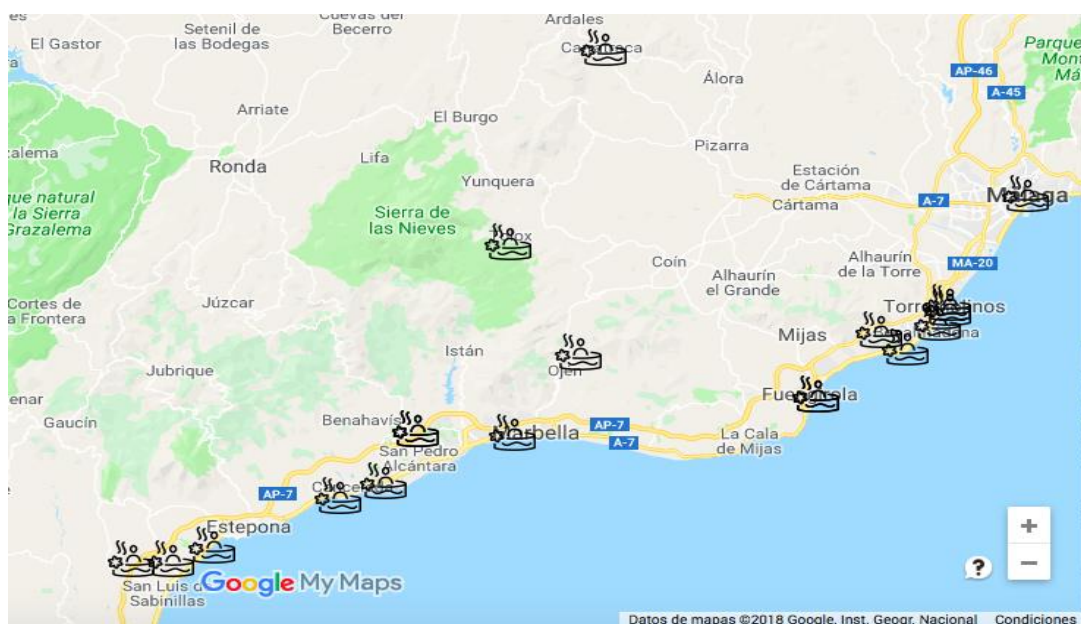


Gráfico 15. Mapa con la distribución oficial de los centros de bienestar. Fuente: Google maps. Elaboración propia

Los centros de bienestar por su parte ofrecen los siguientes tratamientos:

| Vía Oral | TRATAMIENTOS | | | | | |
|---|--|--|-----------------------------------|---------------------------------------|--|--|
| | Tratamientos Vía tópica (Balneación sin presión) | Tratamientos Vía tópica (Balneación con presión) | Tratamientos Vía tópica (Estufas) | Tratamientos Vía tópica (Masoterapia) | Tratamientos Vía tópica (Fisioterapia) | Tratamientos administrados por vía tópica (Otras técnicas) |
| Otro | Baños de burbujas | Baños de Hidromasaje | Sauna | Masaje de relajación | Fisioterapia | Masaje manual |
| Cura hidropónica | Piscina termal | Chorro | Baño de Vapor | Masaje Deportivo | Termoterapia | Masajes manuales anti-estrés |
| Administración oral de agua mineromedicinal con una pauta de dosis y a un ritmo determinado | Pediluvios | Chorro Lumbar | | Drenaje Linfático | Masoterapia | Limpieza facial |
| | Baños Carbogaseosos | Masaje Bajo Ducha | | Drenaje Venoso | Ultrasonoterapia | Estética |
| | Maniluvios | Chorro subacuático | | | Electroterapia | Hidromasaje de relax |

Gráfico 16. Tipos de tratamientos en Centros de Bienestar. Fuente: Cámara de Comercio de Málaga

2.6.2. Tratamientos en Centros de Estética

Este tipo de centros se pueden encontrar en todo el territorio de la Costa del Sol, además, hay presentes tanto grandes centros como pequeños, y hoteles que ofrecen algunos de estos servicios. En este apartado destacan un gran número de centros, ya que al ofrecer tantos servicios relacionados con la belleza, desde el pelo hasta las uñas, pasando por procedimientos para todo el cuerpo, resulta complicado hacer una selección.

La zona que más demanda presenta quizás sea Marbella, ya que al ser una ciudad relacionada con el turismo de lujo, muchas personas reclaman este tipo de servicio.

Aunque, hoy en día el cuidado del físico es tan importante como tener una buena salud, y es que las modas y redes sociales, son elementos esenciales para difundir los parámetros de belleza. Por esta razón, en cualquier zona, para estar actualizados, ofrecen cualquier tipo de servicio relacionado con la belleza. De este modo se puede observar en este mapa como a lo largo de la Costa del Sol hay centros de estética, aunque no estén reflejados todos, hay una infinidad de centros de todos tipos y precios.

En el siguiente mapa, se puede observar la cantidad de centros de estética que hay, aunque no estén reflejados todos estos centros, sí que sirve para tener una idea de que la belleza y estética hoy en día juega un papel importante en nuestra sociedad. Sobre todo, podría destacar Marbella, ya que

al ser una ciudad de lujo, se demandan más los servicios de este tipo, de más calidad y mayor precio.

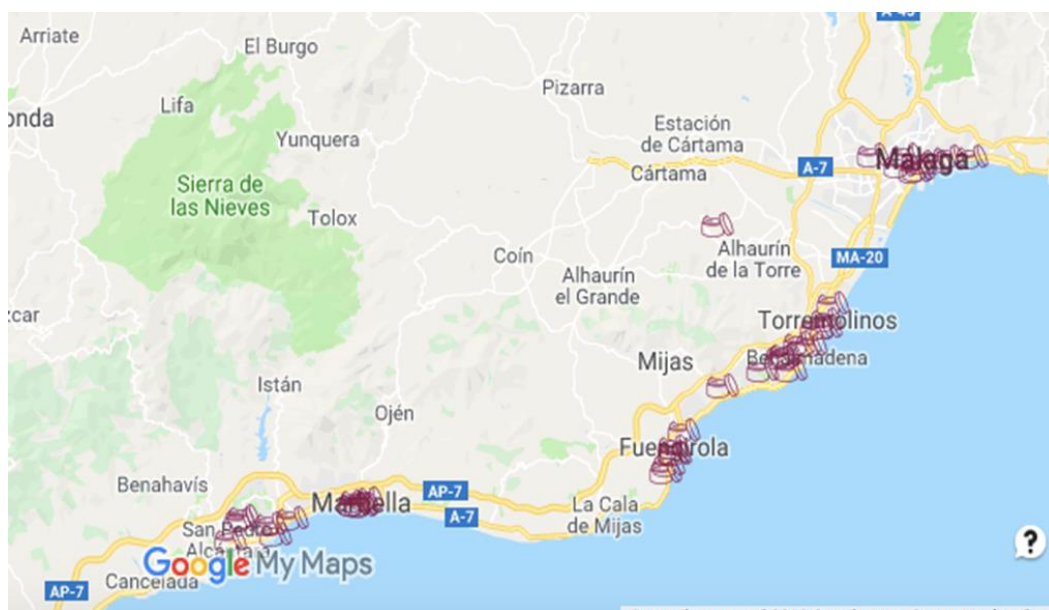


Gráfico 16. Mapa con la distribución oficial de los centros de estética. Fuente: Google maps. Elaboración propia.

En cuanto a los centros de estética prestan sus propios servicios que se suelen centrar básicamente en:

| Estética Facial | Estética Corporal | Tratamientos médicos | Otros tratamientos | Tratamientos Faciales | Tratamientos Corporales | Cirugía plástica y estética | Cirugía vascular | Dermatología | Tratamientos en cabina |
|-------------------------|-------------------------|----------------------|--------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| Anti Acné | Anticelulítico | Radiofrecuencia | Fotodepilación | Fotodepilación Facial Femenina | Fotodepilación corporal femenina | Liposucción | Cirugía de la obesidad | Consulta general de dermatología | Terapias Faciales |
| Limpiezas de Cutis | Reafirmante | Depigmentantes | Micropigmentación | Fotodepilación Facial Masculina | Fotodepilación corporal masculina | Lipoescultura Body-jet | Láser endovascular | Fotofinder | Corporales con Aparatología |
| Mesoterapia | Adelgazante-Remodelante | IAL-System | Endermologie LPG | Tratamientos arrugas expresión | Tratamiento anticelulítico | Aumento mamario | Anestesiología y reanimación | Cirugía dermatológica | Corporales Manuales |
| Tratamiento Vitalizante | Mesoterapia | Infiltraciones | Body Flash | Eliminación manchas y pecas | Tratamientos en cabina | Reducción mamaria | Endoláser | | |
| Lifting Facial | Lifting de brazos | Aumentos labiales | | Rejuvenecimiento cutáneo | Mesoterapia | Mamas caidas | Terapia fotodinámica de varices | | |

Gráfico 17. Tipos de tratamientos Centros de Estética. Fuente: Cámara de Comercio de Málaga, 2010

2.6.3. Tratamientos en Clínicas privadas

En cuanto a este tipo de tratamientos, se consideran como los más esenciales para los problemas relacionados con la salud, y es que suponen un servicio para curar alguna enfermedad o problema del turista.

Al ser clínicas privadas pueden ofrecer un servicio más especializado y diseñado a medida de las necesidades de cada paciente. En cuanto a los servicios más ofertados de estos son: en cabeza está la oftalmología con un 80%, seguido con un 70% de cirugías oral, maxilofacial, ortopédica y traumatológica, rehabilitación y fisioterapia, otorrinolaringología. Y el que menos se oferta con un 10%, es la medicina hiperbárica (es el uso médico del oxígeno puro en una cámara presurizada, que es la cámara hiperbárica, de modo que el paciente respira ese oxígeno a una presión mayor que la presión atmosférica).

En cuanto a las empresas que ofrecen servicios de sanidad privada, hay varios destacables según la zona, quizás los más importantes serían Vithas Xanit en Benalmádena y Quirón en Málaga, sin embargo hay varios establecimientos que ofrecen este tipo de servicio aunque sean más pequeños, como por ejemplo: clínica Buchinger, Clínica del Pilar, clínica Santa Elena, clínica Arcadia, centro Signo, clínica doctora Herrera, y otras clínicas ya sean dentales, oftalmológicas de cualquier tipo de servicio médico.

En la siguiente tabla aparecen los servicios que ofrecen las clínicas privadas y la frecuencia de los mismos:

| Ordenación | Tratamientos para clínicas de salud privadas | Frecuencia Absoluta |
|--------------|---|---------------------|
| 1 | Oftalmología | 8 |
| 2 | Cirugía Oral y Maxilofacial | 7 |
| 3 | Cirugía Ortopédica y Traumatología | 7 |
| 4 | Dermatología / Venerología | 7 |
| 5 | Fisioterapia y rehabilitación | 7 |
| 6 | Otorrinolaringología | 7 |
| 7 | Alergología | 6 |
| 8 | Anestesia y reanimación | 6 |
| 9 | Cardiología | 6 |
| 10 | Ginecología y obstetricia | 6 |
| 11 | Medicina Interna | 6 |
| 12 | Análisis clínico | 5 |
| 13 | Anestesiología y Reanimación | 5 |
| 14 | Aparato Digestivo | 5 |
| 15 | Cirugía general digestivo y gastroenterología | 5 |
| 16 | Cirugía General y del Aparato Digestivo | 5 |
| 17 | Cirugía Pediátrica | 5 |
| 18 | Dermatología Médico-Quirúrgica y Venereología | 5 |
| 19 | Diagnóstico por imagen | 5 |
| 20 | Digestivo | 5 |
| 21 | Neurología y Neurofisiología | 5 |
| 22 | Psiquiatría | 5 |
| 23 | Urgencias | 5 |
| 24 | Urgencias y Cuidados Críticos | 5 |
| 25 | Urología | 5 |
| 26 | Anatomía patológica | 4 |
| 27 | Cirugía plástica | 4 |
| 28 | Cirugía plástica, Estética y Reparadora | 4 |
| 29 | Endocrinología y Nutrición | 4 |
| 30 | Gastroenterología | 4 |
| 31 | Hematología | 4 |
| 32 | Laboratorio | 4 |
| 33 | Pediatría | 4 |
| 34 | Cirugía Cardiovascular | 3 |
| 35 | Diagnóstico y tratamiento del dolor | 3 |
| 36 | Farmacia | 3 |
| 37 | Hemoterapia | 3 |
| 38 | Medicina intensiva | 3 |
| 39 | Nefrología | 3 |
| 40 | Nefrología y diálisis | 3 |
| 41 | Neumología | 3 |
| 42 | Oncología Médica y Quimioterapia | 3 |
| 43 | Reumatología | 3 |
| 44 | Otro | 3 |
| 45 | Cirugía maxilofacial | 2 |
| 46 | Odontología | 2 |
| 47 | Unidad de patología torácica | 2 |
| 48 | Medicina hiperbárica | 1 |
| Total | | 214 |

Gráfico 18. Tipos de tratamientos en Clínicas Privadas.
Fuente: Cámara de Comercio de Málaga, 2010

2.6.4. *Tratamientos en Clínicas Oncológicas*

Las clínicas oncológicas por su parte ofrecen tratamientos tipo radioterapia, braquiterapia, unidad de próstata y oncología.

En este apartado, destacan tanto los hospitales público como privados, sin embargo, los que más influencia tienen son: Hospital Costa del Sol, HC Marbella International Hospital.

2.7. ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE TURISMO DE SALUD

Las organizaciones empresariales se han ido creando para favorecer y respaldar el turismo de Salud y Bienestar, por ello, existen empresas tanto a nivel nacional como Costa del Sol.

Las entidades de hoteles, hospitales, balnearios, agrupaciones empresariales, clínicas y aseguradoras médicas se unen con el objetivo de acercar a los turistas de salud para la utilización de los establecimientos sanitarios e infraestructuras y además posicionar el mercado español de turismo de salud a nivel internacional. El fin de esta unión es debida a que el turismo de salud es un producto global y competitivo que necesita de expertos para un buen funcionamiento.

Para lograr el objetivo, primeramente se debe realizar un estudio de mercado con datos reales sobre dicho negocio y obtener un plan de acciones estratégicas. Paso seguido sería crear una página web que sea la cara del Clúster. Todo ello, se lleva a cabo para proporcionar prestigio a marca tanto de España como de la Costa del Sol.

El mercado al que se dirige este tipo de promoción es Alemania, Francia y Reino Unido. Por otro lado, el mercado de interés sería Bélgica, Holanda, Países nórdicos y Luxemburgo, y por último, hay presente mercado que se debería de potenciar como Latinoamérica Magreb, Oriente Medio y Rusia.

2.7.1. *Organizaciones empresariales nacionales*

- Spain Cares

Es una Alianza de la Sanidad Privada de España, es decir, un Clúster comercial para proporcionar a España un puesto importante en el mercado de Turismo de Salud y Bienestar.

En su página web detalla cada servicio que ofrece, además actúa como mediador entre el cliente y el centro o los servicios que se quieran contratar.

Presenta una agrupación de:

- Alianza de a Sanidad Privada Española



Gráfico 19. Logo SpainCares..

- Asociación de Balearios
- Confederación Española de hoteles y Alojamientos Turísticos
- Turismo de Sevilla
- Tenerife Mediccal Destination
- Valencia Salud
- Illes Balears, Health Experience

Además ofrece un servicio competitivo con unas condiciones de precio y calidad inmejorables.

- Mediterranean Health Care

“Es una asociación sin ánimo de lucro que trabaja con 8 de los más prestigiosos hospitales y centros privados de Alicante. Gestionan de forma directa, sin intermediación ni cobro de comisiones.”
 Esta es según su página web la definición de esta empresa. (<http://mediterranean-healthcare.com/es/sobre-nosotros/>)

Aseguran que poseen experiencia con pacientes internacionales y españoles y además es un referente en cuanto al turismo de salud se refiere.

Esta empresa aunque sea sin ánimo de lucro, debe obtener beneficios y es que su lema es juntar los servicios de salud y mostrar al cliente extranjero que es una marca de confianza.



Gráfico 20. Logo Mediterranean Health Care

- Gran Canaria Medical

Es una Asociación de Gran Canaria fundada por el Patronato de Turismo para así promocionar sobre todo la isla, servicios sanitarios y sus cualificados médicos. Aunque en sus comienzos querían impulsar el llamado Wellness, hoy día se centra en el turismo médico.

Está formada por 16 establecimientos hoteleros con servicios de Spa y Talasoterapia y 3 grupos médicos.

Esta organización empresarial poseía un gran reconocimiento internacional debido a la clínica Branemark, ya que forma parte de la Asociación de Centros Branemark de Suecia.



Gráfico 21. Logo Gran Canaria Medical

- Barcelona Centro Médico (BCM)

“Es una asociación que cuenta con centros sanitarios, hospitales y clínicas de calidad y prestigio internacional, para ofrecer una atención médica integral en Barcelona. “ Se definen de este modo según su página web, (<http://www.bcm.es/es/bcm/quienes-somos/que-es-bcm/6/>)

Se considera como la asociación más antigua, y es que llevan 30 años en el mercado de turismo de Salud y Bienestar. Además, ofrecen una gran cantidad de servicios y garantizan el tratamiento de todas las enfermedades con la ayuda de un especialista y recursos de última tecnología.

Por último, pero no menos importante, en esta asociación hay clínicas y hospitales que han obtenido el sello de calidad de la Joint Commission, un importante sello internacional del sector sanitario.



Gráfico 22. Logo Barcelona Centro Médico

2.7.2. Organizaciones empresariales en la Costa del Sol

- Fundación Málaga Health

Es una asociación sin ánimo de lucro creada para promocionar el turismo de salud de Málaga y la Costa del Sol y no es ningún canal de venta.

En su página web asegura que cualquier institución que se dedique al turismo de salud puede hacerse miembro de dicha organización

Los miembros de esta asociación son los siguientes:

- Miramar Instituto Médico
- Vithas Xanit Hospital Internacional
- IOM. Instituto Ocular Marcos
- Vithas Hospital Parque San Antonio
- Gutenberg Unidad de Reproducción
- IMATDE, Instituto Malagueño de Traumatología y Medicina del Deporte
- CERAM, Centro de Reproducción Asistida
- Clínica Sohail
- Cuevas & Queipo, Clínica Dental
- Sanysol, Cuidado del hogar
- Clínica de urología Torrecillas
- Hospital El Ángel
- Neumomálaga
- Ortopedia Garvi



Gráfico 23. Logo Málaga Health Foundation

Y en cuanto a empresas del sector turístico, solamente cuenta con Cititravel.

- Clúster Tourism & Health Spain

Es una asociación fundada para transformar Málaga en un destino de turismo de salud y bienestar reconocido internacionalmente. Es una alianza de las empresas más importantes de Andalucía en ámbito turístico, sanitario y tecnológico.

Está formado por 4 hospitales generales, 4 centros de especialidades médico-quirúrgicas, 4 centros de residencia, 3 hoteles de cinco estrellas, 3 hoteles de cuatro estrellas, campos de golf, 4 spas y wellness center, 2 complejos residenciales y por último pero no menos importante, empresas tecnológicas.

Las empresas que conforman dicho clúster son:

- Complejo Hospitalario Integral Privado, CHIP
- Instituto Malagueño de Traumatología y Medicina del Deporte, IMATDE
- Maxiderm Clínicas
- Hospital Xanit Benalmádena
- Clínica Dental Cuevas-Queipo
- Hospital Dr. Gálvez
- Clínica Santa Elena
- Residencias Familiares para Mayores, Seniors Residencias
- Turismo Salud y Bienestar
- Hotels Holiday World
- Hotel Antequera Golf
- Hotel Convento La Magdalena
- Hotel Vincci Selección Estrella del Mar
- THB Hotel Reserva del Higuerón
- Hotel Vincci Selección Posada del Patio
- Apartamentos Nuriasol

- Med & Beauty

Es un Club de Producto de Salud, Belleza y Bienestar en la Costa del Sol Occidental. Es un proyecto del Consorcio Qualifica y forma parte del Programa de Potenciación de Nuevos Productos Turísticos.

Entre las empresas que conforman este club destacan:

- Al Andalus Travel Agency
- Albayt Resort
- Barceló Hotels
- Bioclinic
- Casa la Borrega
- Clínica Cuevas-Queipo
- Clínica Hiperbárica de Estepona



Gráfico 24. Logo Med & Beauty

- Clínica Ochoa
- Cortijo Care
- Foot & Sports Clinic
- HC Marbella Hospital
- HealthCARE eXPERT
- Health House las Dunas
- Holiday World Hoteles
- Hotel H10 Andalucía Plaza
- Hotel Florida Spa
- Hospital CERAM de la Mujer y la Familia
- Hospital Quirón Marbella
- Life & Sun Clinic
- Life Genetic
- Mijas Natural
- NH Clínicas
- Xanit Hospital International
- Reserva del Higuerón
- Etc.

- La Cátedra de Turismo, Salud y Bienestar

Está encabezada por el profesor D. Ricardo Rodríguez y formada por la Universidad de Málaga (departamento de Economía Aplicada de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales), la empresa spin-off de la universidad de Málaga "Turismo, Salud y Bienestar", una Comisión Ética dirigida por d. José Antonio Ortega (Vicepresidente del Ilustre Colegio de Médicos de Málaga) y una Comisión de Calidad regida por D. Pedro García Fortea (experto en Calidad Sanitaria). Certificaciones de calidad. Según la misma página web, su objetivo es proporcionar un buen funcionamiento y del turismo sanitario y además posicionar Costa del Sol como destino líder internacional de turismo de salud.

Tras conocer las organizaciones empresariales que forman parte del turismo de salud, es esencial conocer las certificaciones de calidad, debido a que es un tipo de turismo bastante complicado que requiere de especialidades que estén reconocidas y aprobadas ya que está en juego la salud del turista.

2.7.3. Certificaciones generales

- ISO 9000

Se trata de un conjunto de normas fundadas por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Estas normas pueden adquirirlas cualquier tipo de empresa, ya que es una norma genérica pero con un gran reconocimiento internacional. Para obtenerla, la misma debe ser otorgada por

AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación). Hay otra norma, conocida como la ISO 13485, sin embargo esta es solamente para los distribuidores de productos hospitalarios.

- Asociación Española para la Calidad (AEC)

Es un organismo privado español, sin ánimo de lucro cuya finalidad es ayudar a las PYMES de todos los sectores, en temas de calidad y medio ambiente.

Esta entidad proporciona a dichas empresas cursos de formación para posicionarse en el mercado. Hay que destacar que colabora con organismos como American Society for Quality (ASQ), Fundación Iberoamericana para la Gestión de Calidad y forma parte de la European Organization for Quality (EOQ).

- Modelo EFQM de Calidad y Excelencia

Fundada por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), en el año 1988, trata de ayudar a las empresas a evaluarse a sí mismas para comprobar si obtendrían las certificaciones de calidad, ya que son unos criterios y no una certificación en sí.

2.7.4. *Certificaciones sanitarias*

- Joint Commission International (JCI)

Es una asociación estadounidense, creada en el año 1951, sin ánimo de lucro e independiente del gobierno. Trata de acreditar y expedir certificados de calidad a los diversos establecimientos en el mercado sanitario. Al tener un prestigio internacional, se encuentra en más de 90 países y además ofrece asesoramiento a las empresas.

En la Costa del Sol, hay presentes 3 hospitales que han conseguido esta certificación: Xanit International, Hospital de Benalmádena (Agencia Pública Hospital Costa del Sol) y Hospital Costa del Sol Marbella (Agencia pública empresarial sanitaria Costa del Sol). (Organizaciones acreditadas por JCI en España, 2018)

- International Society of Quality in Health Care (ISQua)

Es una entidad creada en 1984, sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es proporcionar certificados de calidad a establecimientos sanitarios de Estados Unidos, Europa y Pacífico. Es una organización parecida a JCI, sin embargo hay menos centros con este tipo de certificación.

- Agencia de Calidad Sanitaria de Andalucía (ACSA)

Organización pública de la conserjería de Salud de la Junta de Andalucía cuya finalidad es certificar la calidad de los centros sanitarios de la comunidad, buscando la excelencia y mejora continua. (Junta de Andalucía, 2018)

2.7.5. *Certificaciones turísticas*

- Sistema de Calidad Turístico Español (SICTE)

Es un proyecto que fue creado para mejorar la calidad de los destinos turísticos, por la Secretaría de Estado de Turismo (SET) con el apoyo de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). Proporciona un sistema integral y permanente de la calidad en un destino turístico. (Compromiso de Calidad Turística, 2018)

2.7.6. *Certificaciones sanitarias-turísticas*

- Medical Tourism Association (MTA)

Se trata de una organización sin ánimo de lucro en la industria del turismo de salud, que además de certificar establecimientos sanitarios, también lo hace para cualquier asociación y empresas para ofrecer un servicio excelente al turista.

A través de estos certificados de calidad se pretende proporcionar a los turistas que necesitan atención sanitaria, cualquier tipo de servicio relacionado con el turismo médico.

Al tener un prestigio internacional, es muy importante tener este tipo de certificado, y en España destacan las siguientes:

- Patronato de Turismo de Cataluña
- Canary Medical Key, Intermediador de turismo médico
- Asiser, Compañía de seguros médicos
- Spain Medical Services
- Clínica Corposalud
- Asociación Madrid Centro Médico
- RC Estética Médica

2.8. ANÁLISIS DAFO

En este apartado se ha elaborado un análisis DAFO, a partir de toda la información plasmada anteriormente, de modo que se recogen tanto las principales Oportunidades y Amenazas, como Debilidades y Fortalezas que afectan al turismo de Salud y Bienestar en la Costa de Sol.

| | |
|--|--|
| <p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento internacional de la sanidad con calidad y un sector turístico fuerte • Técnicas y especialidades con gran reputación (estética, oftalmología, reproducción asistida, oncología, cirugía cardiovascular) • Menor precio en el segmento de estética y odontología que el resto de Europa • Significativo turismo de congresos, de modo que se pueden realizar más conferencias médicas • Demanda de turistas con alto poder adquisitivo con origen de Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Reino Unido • En muchos establecimientos facilitan la comunicación con turistas en su idioma | <p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escasa estructuración, es decir, falta distribuir más paquetes turísticos completos con servicios de asistencia sanitaria y ocio • Escasa promoción de este tipo de turismo • Se carece de acreditaciones sanitarias reconocidas internacionalmente • Falta de datos concretos del total de negocios de turismo de salud • Falta de cultura turística específica en algunos establecimientos • Escasez de prestadores de salud para su comercialización • Complicado acceso al mercado más importante que es Estados Unidos (con destinos Asia y Latinoamérica) |
| <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios bajos de los vuelos • Existencia de un aeropuerto internacional • Reducir la estacionalidad • Existencia de servicios complementarios como balnearios y medicina alternativa • El clima favorable y la dieta mediterránea reconocida mundialmente • Cercanía geográfica a los | <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de participación por parte de touroperadores y aseguradoras médicas • Dificultad para la llegada de otros países fuera de la Unión Europea • Competencias de destinos de Hungría, Polonia, República Checa • Precios elevados en comparación con la competencia de países como Polonia, Hungría, República |

| | |
|---|---|
| <p>demás países Europeos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libre circulación de ciudadanos en la Unión Europea • Posible nuevos turistas procedentes de Arabia y Rusia | <p>Checa, Tailandia, India, Latinoamérica y Turquía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia nacional con Cantabria, Galicia, Cataluña y Murcia por sus balnearios y con Canarias por un clima más favorable. |
|---|---|

Gráfico 25. DAFO Turismo de Salud y Bienestar. Fuente: Hosteltur Elaboración propia

La realización del análisis DAFO, ha permitido observar en qué situación se encuentra el turismo de Salud y Bienestar de la Costa del Sol actualmente.

Costa del Sol, resulta ser un destino apto para el desarrollo de este tipo de turismo, ya que además de ofrecer un clima favorable, posee recursos turísticos atractivos para el visitante. Sin embargo, el desarrollo del turismo de salud, no es tan fácil, ya que se pueden encontrar impedimentos que dificulten el crecimiento del mismo.

Al no ser un turismo tan avanzado, necesita acciones inmediatas por parte de organizaciones tanto privadas como públicas, para así poder obtener beneficios y posicionarse en el mercado. Para ello, se debe de tener en cuenta que hoy en día hay presente una abundante competencia con países como Polonia, Hungría, Turquía, etc., sobre todo en precio, y es que se debe de ofrecer precios razonables y no elevados pero sin olvidarse de la calidad, ya que es un elemento muy importante, del cual depende en parte si el turista volverá a elegir el servicio.

Otro aspecto importante, son los recursos y la asistencia que se ofrece, de modo que se debe estar al tanto de las continuas innovaciones, mantener y cuidar tanto los establecimientos como empleados. Todo ello, se consigue mediante certificaciones de calidad que añaden un plus y confianza para el visitante. Entre los hospitales destaca Xanit International Benalmádena que posee la reacreditación de Joint Commission International. Y como ejemplo de hoteles, Villa Padierna Palace Hotel. Siguiendo estos modelos, se deberían de conseguir más certificados de este tipo en el mayor número posible de establecimientos que ofrecen turismo de Salud y Bienestar.

En este apartado hay que destacar, que actualmente se dispone de clínicas privadas que ofrecen un servicio y asistencia de gran calidad y avances tecnológicos que en otros países las personas no pueden acceder a ellos. De esta forma, con la facilidad que hay hoy en día de viajar y el coste del avión, resulta interesante hacer hincapié en que además de la calidad y precio, los visitantes optan por un destino que cubra sus necesidades sanitarias.

No hay que olvidarse de la presencia de estacionalidad, y es que al ser en este destino consolidado el turismo de sol y playa, resulta complicado eliminarla por completo. Sin embargo, con el turismo de salud se pretende paliar este fenómeno, de modo que, durante los meses de invierno, los turistas que llegan a Costa del Sol, se suelen alojar en hoteles, y además con una

estancia superior que los turistas tradicionales, así, los establecimientos hoteleros no se verán obligados a cerrar.

Para conocer en profundidad cómo se desarrolla este turismo, es necesario disponer de datos reales y concretos. Esta falta provoca también la imposibilidad de conocer lo que realmente se demanda y escasez de ofrecer un servicio satisfactorio para el turista. Por ello, las organizaciones que se han unido dando lugar al clúster “Tourism & Health Spain”, Fundación Málaga Health y la Cátedra de Turismo, Salud y Bienestar, deben ser las responsables de analizar y proporcionar estos datos.

La falta de promoción es otro punto en contra, y es que, las organizaciones anteriormente descritas tendrían que asociarse con más empresas turísticas para así poder promocionar el turismo de Salud y Bienestar de la Costa del Sol internacionalmente, sin olvidar el posicionamiento estratégico en el mercado, de un destino principal. Resulta complicado, llevar a cabo dicha acción si los touroperadores no participan, si no hay suficientes prestadores para la comercialización, y las aseguradoras médicas no se encuentran activas. Y es que todo ello, conlleva a que el turismo de salud no destaque y no sea demandado tanto como otros tipos. Otro aspecto negativo, es el pequeño número de paquetes que se ofrecen. Estos paquetes resultan ser esenciales para el turista, ya que engloba la asistencia sanitaria, alojamiento y el ocio. Muchos optan por este componente, ya que resulta más fácil y llevadero y más si está relacionado con la salud. Todo ello, permite que tanto el turismo como la salud y el bienestar conforme un mismo conjunto de un segmento específico.

Resulta esencial mostrar al turista que eligiendo este destino será una elección acertada. Aunque actualmente Málaga resulte atractiva para el turismo de salud, aún quedan acciones por llevar a cabo para que se convierta en un destino completo de turismo de Salud y Bienestar.

CAPÍTULO 3 CONCLUSIÓN

Tras realizar este trabajo, se ha podido observar que Costa del Sol como destino turístico de Salud y Bienestar, ofrece una gran cantidad de servicios para el turista de salud, tanto asistencia médica, como servicios complementarios de bienestar y belleza.

El turismo de sol y playa, ha sido el pionero, sin embargo hoy en día es tan internacionalizado y masificado que resulta complicado destacar en algo especial.

Por su parte, el turismo de salud, ofrece cada vez más recursos renovados, ya que según la moda, la tecnología y tendencias, siempre habrá algo nuevo que ofrecer.

Costa del Sol, además resulta ser un destino perfecto para combinar el turismo con la salud, debido a su clima favorable durante todo el año y recursos turísticos destacables, tanto para recuperarse de una enfermedad como relajarse o divertirse.

Añadiendo la posibilidad de elegir entre tantos establecimientos, resulta ser un plus importante a la hora de elegir este destino, ya que cada uno se adapta a las necesidades de cada tipo de turista, de este modo pueden elegir el que más les convenga según los servicios prestados, el precio o localización.

Hay que destacar que el turismo médico debe ser visto como una actividad global, ya que además de ser el objetivo e tratamiento y asistencia sanitaria, el ocio es clave, para que se considere turismo de salud. (Heung, 2010).

En cuanto al turista se puede destacar, que es una persona de avanzada edad, que normalmente presenta un poder adquisitivo medio-alto y con una estancia normalmente mayor que el turista tradicional.

Para la promoción y difusión de Costa del Sol como destino turístico de salud y bienestar, es muy importante analizar qué tipo de servicio demanda el turista, y ofrecerle un servicio de calidad y adaptándose a todas sus necesidades, ya que hoy en día hay presente mucha competencia. Esta competencia como el mismo turismo de salud se divide en balnearios, siendo los rivales más destacables Cantabria, Galicia, Cataluña y Murcia. Por otro lado, los hoteles son un pilar fundamental en el turismo, por lo que la mayor competencia es Canarias, ya que el clima resulta más favorable, siendo seguida por Mallorca. Si se hace referencia internacional, Turquía se clasifica en la cabeza, ya que ofrece un producto similar pero con instalaciones nuevas, una promoción muy fuerte y un destino de moda, sin embargo con estabilidad política escasa. Por último, los hospitales, resultan ser un pilar fundamental en atención sanitaria, sin embargo los turistas los suelen elegir según la necesidad que tengan y los servicios médicos específicos que necesitan.

Este tipo de turismo es ofertado sobre todo para combatir la estacionalidad, combinando así la cultura, ocio, gastronomía naturaleza con la salud. Hay muchos que prefieren adquirir paquetes que ya vienen integrados por todas las actividades, servicios que se realizarán y alojamiento en el destino, de este modo, resulta más fácil para el turista despreocuparse y centrarse solamente en la salud y el disfrute.

Cada vez están apareciendo nuevas tendencias, por lo que es esencial que el destino se vaya adaptando a las necesidades de las personas para poder seguir teniendo auge y reconocimiento por los servicios ofrecidos.

Sin embargo, Costa del Sol, no resulta ser un destino perfecto, sino que no se debe olvidar que hay que seguir promocionando este tipo de turismo, ya

que resulta ser un buen elemento económico para el territorio, además de proporcionar empleos y un prestigio adicional a la zona. De esta promoción se suelen encargar las organizaciones como Málaga Health en colaboración con Tourism and Health Spain, para así garantizar un fomento e impulso correcto y convertir Costa del Sol en un destino excelente.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado (2011). “*Directiva 2011/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo*”. Recuperado el 26 de agosto de 2018. Disponible en: <https://www.boe.es/doue/2011/088/L00045-00065.pdf>

Blog RTVE. “*El boom del turismo sanitario en la Costa del Sol*” (2018). Recuperado el 7 de septiembre de 2018 de <http://blog.rtve.es/viajesyturismo/2018/07/costa-del-sol-turismo-sanitario-solidario.html>

Cámara de Comercio de Málaga (2012). “*Turismo de Belleza y Salud en la provincia de Málaga*”. Recuperado el 15 de agosto de 2018. Disponible en: http://www.camaramalaga.com/fileadmin/doc/turismo/estudios/Estudio_Turismo_BellezaSalud_Malaga.pdf

Carrera, P. M., & Bridges, F. P. (2006). “*Globalization and healthcare: Understanding health care and medical tourism.*” Expert Review of Pharmacoeconomics and Outcomes Research, 6, 447-454.

Cobacho Arenas, A. J. (2014) “*Una aproximación al turismo sanitario en la Costa del Sol*”. Recuperado el 25 de agosto de 2018. Disponible en: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/8398/TFG%20-%20Antonio%20Javier%20Cobacho%20Arenas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Conserjería de Turismo y Comercio (2016). “*Turismo de Salud y Bienestar en Andalucía*”. Recuperado el 10 de julio de 2018. Disponible en: http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/bata_2016.pdf

Conserjería de Turismo y Comercio (2015) “*Turismo de Salud y Bienestar en Andalucía*”. Recuperado el 10 de julio de 2018. Disponible en: https://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/salud_2015.pdf

Conserjería de Turismo y Comercio (2012). “*Turismo de Salud y Bienestar en Andalucía*”. Recuperado el 10 de julio de 2018. Disponible en: http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/143356539_2012.pdf

Consortio Qualifica Costa del Sol (2011). *“Club de producto de Salud, Belleza y Bienestar en la Costa del Sol Occidental”*. Recuperado el 20 de agosto de 2018. Disponible en: <http://www.qualifica.org/actuaciones/ver?idref=201>

Diputación de Málaga (2013). *“El clúster Tourism & Health Spain, reconocido por Deloitte como el proyecto de turismo de Salud más relevante en Europa”*. Recuperado el 10 de septiembre de 2018. Disponible en: http://www.malaga.es/buscar/3200/com1_bs-holiday%20world/com1_md3_cd-26526/cluster-tourism-health-spain-reconocido-deloitte-como-proyecto-turismo-salud-relevante-europa

Directorate for Employment, Labour and Social Affairs (2011). *“Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review”*. Recuperado el 25 de agosto de 2018. Disponible en: <https://www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf>

Ehrbeck ,T., Guevara, C. & Mango, P. (2008). *“Mapping the market for medical travel”*. McKensey Quarterly

Escuela de Organización Industrial (2013). *“Turismo de Salud en España”*. Recuperado el 10 julio de 2018. Disponible en: http://www.mincotur.gob.es/turismo/es-ES/PNIT/Eje3/Documents/turismo_salud_espana.pdf

Garcia Altes, A. (2005) *“The Development of Health Tourism Services”*. Vol.32 No.1 pp.262-266 ref.7

Goodrich N. (1994) *“Health Tourism: A New Positioning Strategy for Tourist Destinations”*. Global tourist behavior. 1994 pp.227-238 ref.20

Hosteltur (2013). *“Fortalezas y Debilidades del turismo de Salud”*
https://www.hosteltur.com/115930_fortalezas-debilidades-turismo-salud.html

Kazemy (2007) *“Health Medical Industry, 2005”*. Journal of Education and Health Promotion | Vol. 1

La opinión de Málaga (20.18) “*La sanidad privada gana peso en Málaga ante la falta de inversión en hospitales públicos*”. Recuperado el 30 de julio de 2018. Disponible en: <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2018/01/24/sanidad-privada-gana-peso-malaga/982202.html>

McKinsey & Company, (2010) “*Inspired Wellness*”. Recuperado el 26 de julio de 2018 de <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/innovation-and-commercialization-2010-mckinsey-global-survey-results>

Ross, K. (2001) “*Health tourism: an overview*”. Hospitality Sales and Marketing Association International Marketing Review

Sánchez Zapata, A. (2006) “*Turismo de salud: situación actual y perspectivas de futuro*”. Apuntes IX. Master en Organización y Dirección Turística: Turismo de Salud. Ourense-Universidad de Vigo.

Smith, M. & Puczkó, L. (2009) “*Health Tourism and Hospitality*”. Routledge

Smith, M. & Puczkó, L. (2009) “*Health and Wellness Tourism*”. Recuperado el 11 de septiembre de 2018. Disponible en: [http://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1882149](http://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1882149)

Turespaña. “*Plan del Turismo Español Horizonte 2020*”. Recuperado el 11 de julio de 2018. Disponible en: <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020.pdf>

Biblioweb

Andalucía. “Balnearios”. Recuperado de:
http://www.andalucia.org/es/salud-y-belleza/balnearios/?page=2&type__exact=323&type__exact=323&type__exact=323

Barcelona Centro Médico. Recuperado de
<http://www.grancanariawellness.com/es/inicio>

Cátedra de Turismo, Salud y Bienestar. Recuperado de:
http://catedraturismosaludybienestar.uma.es/?page_id=320

Gran Canaria Medical. Recuperado de:
<http://www.grancanariawellness.com/es/inicio>

Hospital CHIP. Recuperado de: <https://www.chiphospital.es>

Málaga Health Foundation. Recuperado de:
<http://www.malagahealth.com>

Mediterranean Health Care. Recuperado de: <http://mediterranean-healthcare.com/es/sobre-nosotros/>

Quirón Salud. Recuperado de:
<https://www.quironsalud.es/es/comunicacion/notas-prensa/espana-empieza-10-primeros-paises-turismo-medico>

SpainCares. Recuperado de: <http://www.spaincares.com/#que-es>

Vithas Benalmádena. Recuperado de:
<http://www.vithas.es/Benalmadena/Vithas-Benalmadena>