

EVOLUCIÓN Y ADAPTACIÓN DEL TURISMO DE BALNEARIO EN EUROPA: UN ANÁLISIS DESDE LA GEOGRAFÍA

AIDA PINOS NAVARRETE ([id](#))¹
JUAN CARLOS MAROTO MARTOS ([id](#))²

¹ Departamento de Geografía, Universidad de Salamanca, Calle Cervantes, s/n, 37002 Salamanca

² Departamento de Geografía Humana, Universidad de Granada, Campus Universitario de Cartuja, 18071 Granada

Autor de correspondencia: apnavarrete@usal.es

Resumen. El turismo de balneario es una de las formas más antiguas de turismo que se conocen. En la actualidad, esta modalidad turística constituye un sector con un gran potencial de crecimiento derivado del deseo generalizado de mejorar la calidad de vida. En este contexto el turismo de balneario ofrece, por definición, la conjunción del ocio y de la salud. El objetivo general de la investigación es analizar la evolución del termalismo hasta la actualidad e identificar sus potencialidades en beneficio de los territorios que poseen el recurso agua mineromedicinal. El proceso metodológico se disecciona en tres grandes fases de investigación: identificación y delimitación; caracterización y valoración; y conclusiones finales. Los resultados ponen de manifiesto la evolución del concepto de turismo de balneario en Europa, las diferentes percepciones de este producto turístico en función del espacio geográfico, los perfiles de cliente diferenciados en el contexto europeo y, en relación con lo anterior, las nuevas demandas y oportunidades para el turismo de balneario en la actualidad. El fin es obtener un diagnóstico y una prognosis que permita identificar las posibles oportunidades y desafíos del sector termal desde el discurso geográfico.

Palabras clave: turismo de salud, termalismo, perfiles de cliente, desafíos futuros, desarrollo territorial, resiliencia territorial.

EVOLUTION AND ADAPTATION OF SPA TOURISM IN EUROPE: AN ANALYSIS FROM THE GEOGRAPHY

Abstract. Spa tourism is one of the oldest known forms of tourism. Currently, spa tourism is a sector with a high potential growth derived from a general desire to improve quality of life. In this context, spa tourism offers, by definition, the combination of leisure and health. The main aim is to analyse the evolution of thermalism and identify its potential for benefit of the spaces that have mineral medicinal water. The methodological process is dissected into three major research phases: identification and delimitation; characterization and assessment; and final conclusions. The results reveal the evolution of concept of spa tourism in Europe, different perceptions of spa tourism depending on geographical space, differentiated customer profiles in Europe and, in relation to the above, new demands and opportunities for spa tourism nowadays. The purpose is to obtain a diagnosis and a prognosis that allows to identify the possible opportunities and challenges of thermal sector from the geographical discourse.

Keywords: health tourism, thermalism, client profiles, future challenges, territorial development, territorial resilience.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo de balneario es aquella práctica turística que se desarrolla en un establecimiento que dispone de aguas mineromedicinales declaradas de utilidad pública, servicio médico que prescribe los tratamientos e instalaciones adecuadas para aplicar los tratamientos prescritos (Asociación de Balnearios de España,

2020:1). Esta definición distingue a los balnearios del spa común, siendo singularidad de los primeros la utilización del recurso agua mineromedicinal.

El termalismo es un fenómeno global con una destacada tradición histórica. Desde la antigüedad, las aguas curativas calientes de Europa han despertado el interés de diferentes civilizaciones. Esta relación ancestral del ser humano con las aguas mineromedicinales ha generado una vinculación de la población con su territorio y su recurso hídrico. La situación actual del turismo de balneario es el resultado de la interacción de distintas culturas que se interesaron e influyeron mutuamente en el uso de las aguas mineromedicinales en algunos momentos del pasado (Van Tubergen y Van der Linden, 2002; Alonso Álvarez, 2010, 2012). No obstante, el desarrollo de esta modalidad turística no ha sido constante en el tiempo ni homogéneo en términos territoriales. Las diferencias en el paradigma termal entre el norte y sur europeo pueden ser muy significativas, pues autores como Alonso-Álvarez y Larrinaga-Rodríguez (2015) han señalado que, mientras que Alemania proporciona estándares de calidad en relación a esta temática muy elevados, en Francia se valoran como intermedios y en los países del sur, bajos.

El turismo de balneario, como parte integrante del turismo de salud, es hoy un sector con un gran potencial de crecimiento alentado por una nueva forma de vida y un cambio de mentalidad de las sociedades desarrolladas hacia una cultura de wellness y wellbeing que implica la conjunción del ocio y la salud (Mueller y Lanz, 2001; Kliegel, 2007; Smith y Puczkó, 2015, 2016). Esta nueva filosofía se ve acompañada y potenciada, al mismo tiempo, por el proceso de envejecimiento de la población en Europa (Pforr y Locher, 2012) y por el incremento de las denominadas “enfermedades de la civilización”, fundamentalmente de tipo psicósomático, que encuentran en los tratamientos termales un gran aliado. La necesidad de estrategias de envejecimiento activo y el deseo de vivir más tiempo y con mayor calidad de vida, exige una nueva medicina basada en la prevención con tratamientos proactivos afines a los principios de la tradición termal europea (EHTTA, s.f). En el siglo XXI, la sociedad es cada vez más consciente del impacto de un estilo de vida saludable en la prevención (Fernández *et al.*, 2018). En algunas regiones y países se asiste a un aumento significativo en la preocupación por la salud de la población, por lo que las prácticas preventivas para lograr una salud integral se han convertido en una nueva tendencia turística (Smith y Puczkó, 2010). En este contexto, los balnearios europeos tienen el desafío de responder a estilos de vida más saludables a través de tratamientos y terapias médicas, contribuyendo a la mejora del estado psicofísico generado por el estilo de vida acelerado en las economías desarrolladas. Este reto influye, por tanto, directamente en el turismo de balneario y en el territorio que acoge a estos establecimientos turístico termal.

Sin embargo, el fenómeno del turismo de balneario actual ha tenido una atención limitada en la literatura científica. Los estudios sobre la temática son escasos, especialmente desde disciplinas como la Geografía donde su dimensión turística y sus implicaciones territoriales no han sido todavía tratadas de una forma amplia. Atendiendo a estas premisas, la presente investigación intenta identificar los cambios en el concepto del turismo termal, así como los relativos a la oferta y la demanda de los balnearios europeos y las intrínsecas implicaciones territoriales derivadas de los mismos. Se desarrolla así un análisis de lo general a lo particular desde una perspectiva holística. El fin es, de esta forma, obtener un diagnóstico actualizado que permita mirar hacia las oportunidades y desafíos del sector termal desde el conocimiento científico. Por tanto, el objetivo general de la investigación es analizar la evolución del termalismo hasta la actualidad e identificar sus potencialidades en beneficio de los territorios que poseen el recurso agua mineromedicinal.

2. EVOLUCIÓN DEL TERMALISMO EN EUROPA. UN ANÁLISIS HISTÓRICO Y CONCEPTUAL

El interés por las aguas mineromedicinales en Europa tiene una dilatada tradición. Numerosas civilizaciones, desde la antigua Grecia Clásica, han hecho uso de estas aguas como agente terapéutico y lúdico (con periodos intercalados de declive y otros de esplendor). No obstante, no es hasta el s.XIX, en ciudades como Bath (Reino Unido) o Spa (en Bélgica), cuando surge el empleo del agua mineromedicinal asociado a una actividad turística que termina consolidando el turismo de balneario tal y como se entiende en la actualidad.

Esta *Belle Époque* da un nuevo impulso y enfoque al uso de las aguas calientes de Europa. Las clases adineradas de aquel tiempo se interesan por los efectos terapéuticos de las aguas, pero, derivado del tiempo mínimo de estancia requerido para la cura termal (más de 7 días), comienzan a desarrollarse nuevas y complementarias actividades que terminan por diversificar el tiempo de cura hacia una estancia en la que

también tenía cabida el ocio y el esparcimiento (casinos, contemplación del paisaje natural, rutas por el entorno del establecimiento termal, etc.). Es así como el sector pasa de una única funcionalidad terapéutica a otra en la que se combinan lo lúdico y lo terapéutico. En pleno siglo XXI los balnearios ya no son únicamente sinónimo de salud, sino también de estética y sobre todo de ocio, resaltando el componente lúdico de los mismos (Araújo y Fraiz, 2012).

Las nuevas dinámicas del sector se expanden desde Centroeuropa al resto del continente y sientan las bases de una nueva era para el termalismo. Su desarrollo y modernización depende de algunos factores específicos de cada país, aunque, en términos generales se observa que aquellos espacios geográficos más próximos a ese centro de origen presentan un grado de modernización indirectamente proporcional a la distancia con el núcleo original donde se desarrolla la actividad. Es por esto que se manifiestan, incluso hoy en día, importantes diferencias entre el norte europeo y los países más mediterráneos.

Salvando posibles excepciones, determinados países del norte europeo (Alemania, Reino Unido, Países Bajos, entre otros) han tendido a un proceso de “spaización” el turismo de balneario. Esta evolución tiene que ver con un progresivo alejamiento de la dimensión más terapéutica (desapareciendo en algunos centros incluso la figura del médico hidrólogo como señalaba Nahrstedt, 2004) para implementar una funcionalidad más lúdica, es decir, una evolución del turismo de balneario hacia el wellness y otro tipo de tratamientos relacionados (Smith y Puczkó, 2015; Kasagrande y Gurňák, 2017; Del Río-Rama *et al.*, 2018).

Los balnearios noreuropeos se convierten en grandes edificaciones con una oferta que radica en la creación de numerosas piscinas, jacuzzis, salas de masaje, saunas, servicios de estética, etc. Esta nueva oferta permite un rejuvenecimiento del perfil del termalista, al tiempo que, supone una reducción de la estancia media. Ahora la demanda no busca una cura termal en sí misma, sino un tiempo de ocio y prevención de enfermedades que termina materializándose en una estancia de tan sólo unas horas en el establecimiento. La afluencia de clientes suele ser más voluminosa en términos cuantitativos, pero no necesariamente se intensifica el gasto medio por visitante ni la calidad del servicio prestado. Surge así una nueva oferta y una nueva demanda termal desconocidas hasta el momento.

De nuevo, desde un discurso demasiado generalizado, se ha observado también que determinados países del sur europeo (España, Francia, Italia, entre otros) han tenido un proceso de “spaización” mucho más lento y menos significativo que lo que se ha analizado anteriormente para el norte del continente. Un desarrollo más tardío del sector y una falta de inversión, en ocasiones, para la implementación de las técnicas más modernas, ha favorecido la preservación del concepto más original del turismo termal. De esta forma, los establecimientos termales se caracterizan por una abultada oferta de tratamientos vinculados a la cura termal, aunque coexiste también una oferta complementaria relativa al ocio y la estética. Así, el perfil de cliente busca generalmente tratamientos propios de la cura termal, en sintonía con la oferta, y esto supone un tiempo de estancia mínima que supera ampliamente las 24h. En este contexto, la demanda es menos voluminosa en términos cuantitativos, pero sí que responde en un sentido cualitativo a la definición original del empleo del agua mineromedicinal con fines terapéuticos. Esta situación supone una oportunidad para reivindicar las singularidades de un sector que cada vez cuenta con una mayor competencia, especialmente en un contexto de masificación turística y de fuertes impactos ambientales de numerosas tipologías de turismo que cada vez se desvinculan más del soporte territorio y del medio ambiente en el que se desarrollan.

En síntesis, se pone de manifiesto que en los países del sur este fenómeno de reconceptualización está en una fase más incipiente de transición que en otros países europeos de norte donde el wellness está ya muy consolidado (Derco y Pavlisinova, 2017; Diekmann *et al.*, 2020; Dryglas y Salamaga, 2018).

3. PERFILES DE CLIENTE Y PERCEPCIÓN DEL TURISMO DE BALNEARIO EN EUROPA. UNA MIRADA AL NORTE Y SUR EUROPEO

Lo recogido en el punto anterior permite una primera aproximación a los diferentes perfiles de cliente en el turismo de balneario. La evolución desigual y poco homogénea de esta modalidad turística en el continente europeo genera dos perfiles de cliente diferenciados (Pinos, Abarca y Maroto, 2022). Por un lado, atendiendo a las características socio-económicas (edad, nivel de renta, ocupación, etc.) de ese usuario, y por otro, en función de sus demandas y necesidades (tipos de tratamientos demandados, gasto medio de la estancia, duración de la estancia, etc.).

A grandes rasgos, el usuario termal del norte de Europa conoce muy bien el concepto de turismo de balneario, aunque con la forma que ha adquirido en décadas recientes el sector en Europa Occidental, esto

es, más como lugares de ocio y relax que como espacios médico-sanitarios. Por esta razón es posible encontrar un perfil de cliente bastante joven (aunque también se encuentren termalistas de edad avanzada) que busca en la experiencia termal la desconexión, el relax y el ocio. Se aleja así la demanda de los tradicionales tratamientos terapéuticos basados en el recurso agua mineromedicinal. En consecuencia, la estancia media del termalista se reduce a unas horas, pasando así de hablar de turista a contar con un excursionista. Este perfil rejuvenecido suele tener también un menor poder adquisitivo pues, en ocasiones, son estudiantes sin una ocupación remunerada o jóvenes que están iniciándose en el mercado laboral. De esta forma, el gasto medio por turista se reduce, así como la demanda de los tratamientos más costosos, esto es la cura termal individualizada. La percepción sobre el turismo de balneario de este perfil de cliente dista del reconocimiento tradicional de la actividad con base al agua y los tratamientos salúferos.

Sin embargo, fruto de la tardía modernización y desarrollo del sector en los países del sur, encontramos que, especialmente la población joven, aún no comprende el significado completo de los balnearios, pues en su concepción los asimilan a centros de salud para adultos mayores, sin reconocer en ningún momento la conexión entre balnearios y bienestar. Derivado de lo anterior, la mayor parte del cliente de estos establecimientos termales está en la edad adulta y muchos de ellos demandan terapias propias del termalismo tradicional. Se intensifica así el uso del agua mineromedicinal, otorgándole la función y reconocimiento debidos. Esta cota de protagonismo entre las edades más avanzadas, unida a la falta de una cultura termal, radica en un detrimento de un posible rejuvenecimiento de la demanda. No obstante, las nuevas estrategias de marketing y comerciales de los establecimientos termales del sur van dirigidas en esta dirección, pues sus gerentes son totalmente conocedores de esa realidad. En esos intentos de captación de cliente más joven se apuesta por una diversificación y renovación de la oferta, incorporando cuestiones relativas a la prevención y a un estilo de vida saludable (véase en algunos balnearios las ofertas para deportistas profesionales). Por tanto, la percepción sobre el turismo de balneario de este perfil de cliente va más en consonancia con los orígenes de concepto, pero ha quedado obsoleta si atendemos al imaginario colectivo del potencial cliente joven.

4. NUEVAS TENDENCIAS, OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA EL TERMALISMO Y EL DESARROLLO TERRITORIAL

En este contexto analizado de cambios en la oferta, en la demanda y de desigualdades de desarrollo del sector termal de acuerdo a la componente geográfica, es preciso analizar las actuales oportunidades y desafíos generados en cada caso.

En términos generales, los balnearios del norte y sur europeo deben ofrecer tratamientos más efectivos, ecológicos, más sostenibles y con experiencias locales auténticas (Gianfaldoni *et al.*, 2017; Stevens *et al.*, 2018; Smith y Wallace, 2020). De esta forma, el turismo de balneario puede diferenciarse y posicionarse en el mercado como un sector único, frente a otros segmentos turísticos en los que también se emplea agua, pero sin propiedades mineromedicinales. La transferencia de la importancia y oportunidad que ofrecen estas aguas como agente sanador es un reto que hay que abordar desde los balnearios. La aplicación de esta estrategia resulta especialmente importante en los países del norte europeo, pues, como se ha señalado, son los que se han alejado de una forma más acusada del concepto original por el que surgió la práctica termal.

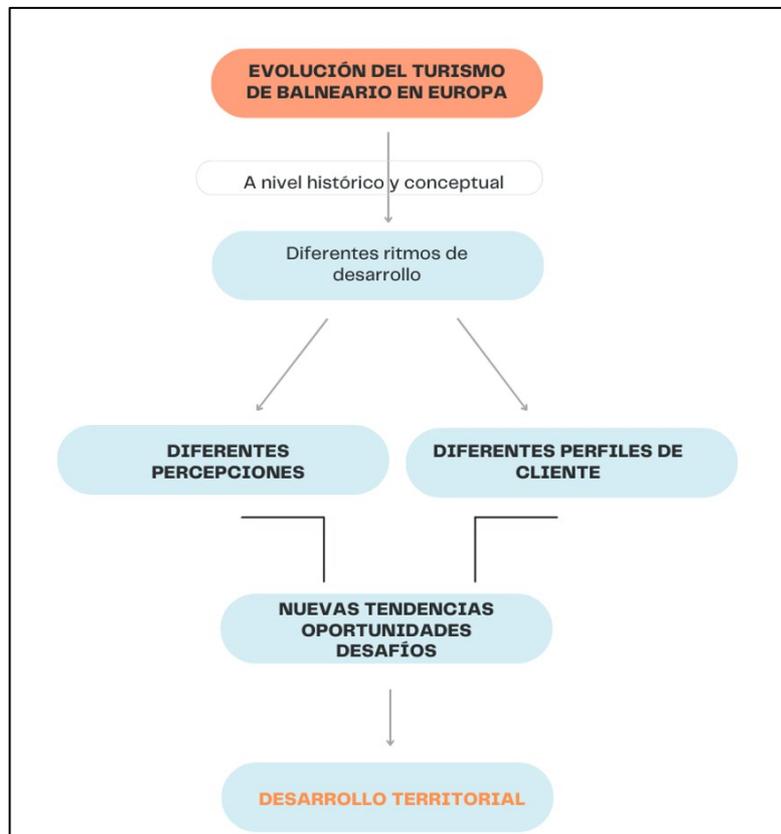
Además, la economía y gestión de los establecimientos termales tienen que lidiar con los pormenores de los estilos de vida en las sociedades occidentales actuales, así como algunos escenarios inéditos como el generado con la pandemia de la Covid-19. Generalmente los usuarios de los balnearios tienen poco tiempo libre por el exceso de trabajo y quieren grandes resultados de su estancia termal en el menor tiempo posible. Además, las experiencias holísticas se valoran más que las puramente médicas, que implican una alimentación saludable, fitness, atención plena e incluso espiritualidad. Estos cambios en la motivación de los termalistas han sido tratados de forma recurrente por la autora Dryglas en sus investigaciones centradas en Polonia (Dryglas y Rózycki, 2016, 2017; Dryglas y Salamaga, 2017) y pueden ser extrapoladas, salvando las limitaciones, a otros países europeos. En este contexto, abrirse a nuevos perfiles de cliente (especialmente en los países europeos del sur) debería de ser una estrategia obligada tanto para el beneficio del sector como para los impactos positivos de esta apertura en la sociedad. La captación de cliente joven, siempre desde una gestión coherente del recurso y la oferta, ayudaría a dinamizar el sector termal de los países mediterráneos que dependen, en ocasiones, demasiado de los subsidios estatales dirigidos a población mayor.

En relación al desarrollo local, la importancia estratégica de esta modalidad turística radica no solo en las características de la demanda, sino también en las características de la industria pues el turismo termal es un sector con gran capacidad desestacionalizadora, con posibilidad de desconcentración geográfica de la oferta, con dotación para la creación de empleo cualificado y sostenible al proponer estancias prolongadas para garantizar la eficacia de la cura termal y con un gasto turístico medio más elevado que la media en otras modalidades. Este cúmulo de particularidades favorece el desarrollo local y se debería de preservar aun atendiendo a las nuevas motivaciones de la demanda (Alén *et al.*, 2001; Crecente, 2015).

Por otro lado, el papel de la ciudadanía aquí debe de concebirse de forma dual (como cliente y como agente promotor). Es importante también que la comunidad local de los territorios con balneario se sienta integrada y participe del proceso de gestión de su recurso agua. De esta manera sería posible desarrollar un modelo termal beneficioso para todos los miembros del sistema turístico. Se pretende así que la ordenación del territorio integre el turismo de balneario incluyendo a todos los elementos y agentes territoriales para asegurar el correcto funcionamiento del conjunto. Estas cuestiones han sido analizadas de forma directa por autores como Surdu *et al.* (2015), Negrea *et al.* (2016), Loke, Kovács y Bacsí (2018) y Szromek (2020, 2021).

Finalmente, conviene recordar que en las localidades cuya economía gira en torno al turismo de salud, el territorio, los recursos naturales, el patrimonio, la población y el paisaje forman parte destacada del concepto que ha contribuido históricamente al éxito de las terapias termales y al bienestar de usuarios y población local. La gestión de estos elementos como parte integrante de la actividad turística es fundamental para no dinamitar las relaciones que ha tenido la actividad termal con sus municipios y entre los termalistas pues, el paseo, los recursos locales y el paisaje, crearon y potenciaron señas de identidad a nivel local y regional (Navarro-García y Alvim-Carvalho, 2019). Los destinos termales no deben de caer en la turistificación y seguir apostando por la conservación y la oferta de su patrimonio cultural, calidad paisajística, entornos naturales y una concepción integral y actualizada de la salud (Navarro-García y Alvim-Carvalho, 2019).

Figura 1. Esquema sintético de las interrelaciones de la investigación



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos ponen de manifiesto la reconceptualización del turismo termal, las diferencias en las percepciones sobre los balnearios entre espacios geográficos distantes en el contexto europeo, los diferentes perfiles de cliente en la comparativa norte-sur y las nuevas demandas y oportunidades para el turismo de balneario en la actualidad.

Los balnearios se están distanciando gradual pero imparablemente de una forma secular de despliegue en su contexto territorial. La transición reciente, realizada al amparo de criterios de rentabilidad, está dibujando una nueva trayectoria a los establecimientos termales de Europa, hacia una reconceptualización cimentada en el concepto de wellness y wellbeing. Se dirigen a una transmutación sustantiva de su perfil funcional en el espacio geográfico, pero también se alejan de un modelo que basó su éxito en la diferenciación, la calidad y los recursos locales.

Lo anterior supone una concepción errónea del concepto de turismo de salud tanto en los países donde este segmento termal está más evolucionado como en los que no. En los primeros (países del norte europeo) los usuarios, con un perfil muy rejuvenecido, no han conocido el concepto tradicional de este tipo de turismo. Su demanda no está vinculada a la dimensión terapéutica, si no más asociada a una componente lúdica. Por otro lado, el perfil de usuario de los balnearios del sur, poco rejuvenecido, si demanda un turismo de balneario vinculado a los beneficios terapéuticos de sus aguas, pero sería necesario impulsar un dinamismo que permita una cierta modernización y diversificación del cliente. Por tanto, en ambos escenarios continentales la concepción del turismo de balneario es un tanto deficiente o poco ajustada a la realidad y/o vinculada con su origen primigenio.

En esta línea, los balnearios tienen que trabajar en su geomarketing para atraer a clientes no subvencionados y lograr el diseño de una oferta que implique la máxima duración posible de la estancia, con objeto de realizar una cura termal completa y saludable. La oferta y gestión de las diferentes tipologías de termalistas es uno de los grandes retos de los balnearios europeos. Al mismo tiempo, los balnearios tienen la oportunidad de reivindicar su singularidad, contraria a la masificación y en pro de un turismo de calidad, saludable y sostenible que beneficie al desarrollo territorial integrado de los espacios en los que se localizan.

Agradecimientos: Este trabajo ha sido realizado en el marco de los proyectos de investigación: “Los territorios rurales andaluces ante la despoblación y el envejecimiento: retos y oportunidades” financiado por Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades, Junta de Andalucía. I+D+I FEDER (B-HUM-460-UGR20) y “Resiliencia de los espacios rurales ante la despoblación en la era COVID” financiado por el Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2021-2023 del Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2021-128699NB-I00).

REFERENCIAS

- Alén González, M.E., Fraiz Brea, J.A., Mazaira Castro, A. (2001). Turismo termal: análisis del caso gallego. En *Empresa y nueva economía: libro de resúmenes de trabajos presentados a las XI Jornadas Hispano Lusas de Gestión Científica*, 87. Fundación Xavier de Salas.
- Alonso Álvarez, L. (2010). El turismo de salud en España, 1750-2009. *Anuario del CEEED*, 2, 11-49.
- Alonso-Álvarez, L. (2012). The value of water: the origins and expansion of thermal tourism in Spain, 1750–2010. *Journal of Tourism History*, 4 (1), 15-34. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2012.671373>
- Alonso-Álvarez, L., Larrinaga-Rodríguez, C. (2015). Health tourism and welfare in Southern Europe. *Agua y territorio*, 6, 8-11. <https://doi.org/10.17561/at.v0i6>
- Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J. A. (2012). Los establecimientos termales como atractivo turístico del siglo XXI y dinamizadores del desarrollo local. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 5 (12), 15.
- Asociación de Balnearios de España (2020). ANBAL. Recuperado de: <http://www.balnearios.org/sobre-anbal/preguntas-frecuentes>
- Crecente Asociados (2015). *Turismo termal en España*. EOI Escuela de Organización Industrial. Recuperado de: <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/21109/turismo-termal-en-espana>
- Del Río-Rama, M. de la C., Maldonado-Erazo, C. P., Álvarez-García, J. (2018). State of the art of research in the sector of thermalism, thalassotherapy and spa: A bibliometric analysis. *European Journal of Tourism Research*, 19, 56–70.

- Derco, J., Pavlisinova, D. (2017). Financial position of medical spas—The case of Slovakia. *Tourism economics* 23 (4), 867-873. <https://doi.org/10.5367/te.2016.0553>
- Diekmann, A., Smith, M.K., Ceron, J.P. (2020). From welfare to wellness: European spas at the crossroads. En A. Diekmann, S. McCabe (Eds), *Handbook of social tourism* (pp.108-122). Edward Elgar Publishing.
- Dryglas, D., Rózycki, P. (2016). European spa resorts in the perception of non-commercial and commercial patients and tourists: The case study of Poland. *E-Review of Tourism Research*, 13 (1-2), 382-400.
- Dryglas, D., Rózycki, P. (2017). Profile of tourists visiting European spa resorts: a case study of Poland. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9 (3), 298–317. <https://doi.org/10.1080/19407963.2017.1297311>
- Dryglas, D., Salamaga, M. (2017). Applying destination attribute segmentation to health tourists: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 34 (4), 503–514. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1193102>
- Dryglas, D., Salamaga, M. (2018). Segmentation by push motives in health tourism destinations: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 234–246. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.008>
- EHTTA (s.f.). Recuperado de <https://ehtta.eu/portal/es/home-3/>
- Fernández Torán, M.Á., Canizares, I., Maraver Eyzaguirre, F. (2018). Correlation between Lifestyle Medicine and Balneotherapy. *Boletín de la Sociedad Española de Hidrología Médica*, (1), 297-297. <https://doi.org/10.23853/bsehm.2018.0726>
- Gianfaldoni, S., Tchernev, G., Wollina, U., Rocchia, M. G., Fioranelli, M., Gianfaldoni, R., Lotti, T. (2017). History of the baths and thermal medicine. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 5 (4), 566–568. <https://doi.org/10.3889/oamjms.2017.126>
- Kasagranda, A., Gurňák, D. (2017). Spa and wellness tourism in Slovakia (A geographical analysis). *Czech Journal of Tourism*, 6(1), 27-53.
- Kliegel, I. (2007). Der Markt der Gesundheit. Daten, Fakten, Trends. *Focus Markt Analysen*, 1-43.
- Loke, Z., Kovács, E., Bacsı, Z. (2018). Assessment of service quality and consumer satisfaction in a hungarian spa. *DEUROPE*, 10(2), 124-146.
- Mueller, H., Lanz Kaufmann, E. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of vacation marketing*, 7 (1), 5-17. <https://doi.org/10.1177/135676670100700101>
- Navarro-García, J. R., Alvim-Carvalho, F. (2019). *Paisaje y salud: enfoques y perspectivas del termalismo en España*. Jaén. Universidad de Jaén.
- Negrea, A., Cosma, M. R., Popescu, M. L. (2016). Sustainable development of spa tourism in Romania. *Quality - Access to Success*, 17, 412-414.
- Pförr, C., Locher, C. (2012). The German spa and health resort industry in the light of health care system reforms. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29 (3), 298–312. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.666175>
- Pinos-Navarrete, A., Abarca-Álvarez, F. J., Maroto-Martos, J. C. (2022). Perceptions and Profiles of Young People Regarding Spa Tourism: A Comparative Study of Students from Granada and Aachen Universities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19 (5), 2580. <https://doi.org/10.3390/ijerph19052580>
- Smith, M., Puczkó, L. (2010). Taking your life into your own hands? New trends in European health tourism. *Tourism Recreation Research*, 35 (2), 161-172. <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081631>
- Smith, M., Puczkó, L. (2015). More than a special interest: Defining and determining the demand for health tourism. *Tourism Recreation Research*, 40 (2), 205–219. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1045364>
- Smith, M., Puczkó, L. (2016). Balneology and health tourism. En M.K. Smith, L. Puczkó (Eds.), *The Routledge handbook of health tourism* (pp.271–282). London. Routledge.
- Smith, M., Wallace, M. (2020). An analysis of key issues in spa management: viewpoints from international industry professionals. *International Journal of Spa and Wellness*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/24721735.2020.1819706>
- Stevens, F., Azara, I., Michopoulou, E. (2018). Local community attitudes and perceptions towards thermalism. *International Journal of Spa and Wellness*, 1 (1), 55-68. <https://doi.org/10.1080/24721735.2018.1432451>
- Surdu, O., Tuta, L.A., Surdu, T.V., Surdu, M., Mihailov, C.I. (2015). Sustainable development of balneotherapy/thermalism in Romania. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 16 (4), 1440-1446.

- Szromek, A.R. (2020). Model of business relations in spa tourism enterprises and their business environment. *Sustainability* (Switzerland), 12 (12). <https://doi.org/10.3390/SU12124941>
- Szromek, A.R. (2021). The sustainable business model of spa tourism enterprise—results of research carried out in Poland. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7 (1), 1–20. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010073>
- Van Tubergen, A., Van der Linden, S. (2002). A brief history of spa therapy. *Annals of the Rheumatic Diseases*, 61 (3), 273. <https://doi.org/10.1136/ard.61.3.273>