

# El uso del turismo termal como parte de la campaña promocional de un destino. Comparativa de las comunidades españolas

Use thermal tourism as part of the promotional campaign a destination.  
Comparison of the spanish communities

Fraiz Brea JA<sup>(1)</sup>, Araújo Vila N<sup>(1)</sup>

<sup>(1)</sup>Universidade de Vigo, Facultad de CC Empresariales y Turismo, Ourense, España  
jafraiz@uvigo.es

## Resumen

El termalismo es en la actualidad un sector atractivo para diversos segmentos de mercado, ya que se vincula tanto al ocio y descanso como a su componente médico y terapéutico. Los individuos llegan a desplazarse a un destino con el fin de disfrutar de aguas termales, ya sea con un fin médico o simplemente en busca de desconexión y relajación, apareciendo así el turismo termal. Es por ello, que algunos destinos turísticos utilizan este recurso como parte de su campaña promocional, especialmente los ya maduros y reconocidos en este ámbito, como Budapest, Karlovy Vary en la República Checa o Bath en Reino Unido.

En el caso de España también existen numerosos recursos termales, historia termal vinculada a la época de los romanos y un número significativo de establecimientos termales, más de 100. El mayor número se concentra en las comunidades de Galicia y Cataluña, por encima de Andalucía y Aragón, y su volumen de negocio superó los 230 millones de euros en 2015 (DBK, 2016). Partiendo de dichas cifras, se considera relevante el uso del termalismo como reclamo turístico en diversas comunidades españolas. Es por ello, que la presente comunicación analiza la inclusión del turismo termal dentro de la campaña promocional de las comunidades autónomas españolas, realizando una comparativa entre las mismas y verificando si se da un uso más intensivo en aquellas comunidades con mayor presencia en este sector.

**Palabras clave:** turismo termal, promoción, España, comparativa

**Key words:** thermal tourism, promotion, Spain, comparative

## Referencias

Asociación Nacional de Balnearios. <http://www.balnearios.org/>

DBK. Estudio sectores basic DBK. 2016.

Esriche, M. M. Salud y belleza como motivación del viaje. El Balneario de Archena como paradigma. Papers de Turisme. 2013, (53): 81-103.

Lópes, P., Henn M. R., Alén, M. E., Gonçalves, J. M. El turismo de salud y el uso terapéutico del agua. Estudios y Perspectivas en Turismo. 2011. vol. 20: 462-477.