

Cosmética termal y turismo termal: el caso de la comunidad autónoma de Galicia-España

Cosmetics and tourism thermal: the case of the autonomous community of Galicia-Spain

Henn MR⁽¹⁾, Lopes-Branco P⁽¹⁾, Fraiz JA⁽²⁾, Gonçaves JM⁽¹⁾

⁽¹⁾Universidad Federal do Paraná, Brasil

⁽²⁾Universidad de Vigo-Campus Universitario de Ourense, España
mbonfada@gmx.net

Resumen

Este trabajo engloba el turismo termal dentro del concepto del turismo de salud, y confirma a la cosmética termal como un nuevo negocio para los balnearios españoles. El objetivo es identificar la importancia de la cosmética termal para los balnearios gallegos y los aspectos del marketing relacionados a ella en estos centros.

Los balnearios crean y empiezan a ofrecer sus propias marcas cosméticas en tratamientos estéticos. La cosmética termal, cuyo principio activo son las propiedades del agua mineromedicinal del balneario, es una forma de aprovechar mejor el principal recurso de un balneario y ofrecer un nuevo producto con características únicas al cliente añadiendo valor al centro termal.

La metodología está basada en una investigación empírica, descriptiva y se adoptó un enfoque cualitativo. Como instrumento de recogida de datos se utilizó un cuestionario estructurado, mediante la técnica de la entrevista en profundidad con preguntas abiertas y cerradas. Los resultados concluyen que la cosmética termal tiene gran importancia en aspectos intangibles para los balnearios gallegos y se describieron estos aspectos además de identificar otras relevantes informaciones relacionadas al marketing.

Palabras clave: Cosmética termal, Balnearios, Turismo termal, Turismo salud