

Termalismo y turismo senior

Thermalim and senior tourism

Alén González E⁽¹⁾, Losada Sánchez N⁽¹⁾, Domínguez Vila T⁽¹⁾

⁽¹⁾Universidad de Vigo-Campus Universitario de Ourense
alen@uvigo.es

Resumen

El termalismo es para Cunha (1997) el producto turístico más antiguo del mundo. Sin embargo, no debe centrarse en las prácticas del pasado sino integrar las costumbres, hábitos y preferencias actuales, esforzándose por una constante adaptación e innovación. Es por ello que el concepto de termalismo del futuro debe asentarse en un enfoque de salud y bienestar ampliando de este modo su oferta de servicios.

Bajo este enfoque, los balnearios deben intentar atraer a esa masa de clientes senior cada vez más numerosa, que se encuentra en perfecto estado de salud y que acude al balneario buscando tratamientos terapéuticos específicos o con la finalidad de pasar unos días agradables y descansar. Las actividades de ocio ocupan un espacio fundamental dentro del tiempo de los mayores y constituyen un elemento clave para prevenir la dependencia, garantizando un envejecimiento satisfactorio (IMSERSO, 2008).

Según Grande (1993) las personas mayores muestran actitudes favorables hacia nuevos productos y servicios; son consumidores expertos, pues poseen una gran experiencia adquirida a lo largo de toda su vida, por lo que adoptan nuevos productos cuando realmente están convencidos de su utilidad; no son reacias a las innovaciones; el riesgo percibido es un factor de freno a la adopción, por lo que las empresas turísticas, en este caso en el ámbito termal, deben demostrar racionalmente las ventajas del nuevo producto turístico