



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Pérez, Maximiliano Hernán

Implementación de turismo bienestar en hoteles termales de Termas de Río Hondo. Santiago del Estero. Argentina



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Pérez, M. H. (2021). *Implementación de turismo bienestar en hoteles termales de Termas de Río Hondo. Santiago del Estero. Argentina. (Tesis de posgrado). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3113>*

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Implementación de turismo bienestar en hoteles termales de Termas de Río Hondo. Santiago del Estero. Argentina.

TESIS DE MAESTRÍA

Maximiliano Hernán Pérez

maximilianoperez1981@gmail.com

Resumen

El turismo bienestar es el segmento de enfoque turístico que deriva del turismo salud, diferenciándose del segmento médico. Son modalidades de turismo alternativo que surgen en las últimas décadas luego de la masificación del turismo de sol y playa en la década del 70, como respuesta a los cambios de la demanda. El presente trabajo pretende ofrecer una descripción del fenómeno del turismo bienestar, como una alternativa a las prácticas y ofertas existentes, que, en la actualidad, ofrecen los hoteles. Se enfatizará en hoteles termales de mediana y alta categoría, focalizando el estudio en la ciudad de Termas de Río Hondo (Argentina), haciendo mención a las particularidades que presenta la modalidad termal/bienestar en esta ciudad.

La ciudad de Termas de Río Hondo, es una de las pioneras en el desarrollo turístico termal a nivel nacional, ostentando el título de mayor spa termal de Sudamérica, aun así, la oferta de actividades, prácticas termales, recreación, salud y bienestar, es precaria. Por tal razón, la implementación de actividades relacionadas con el turismo bienestar en los hoteles termales, surge como una opción de posicionamiento a los mismos y al destino en sí, además, de otorgar un verdadero conocimiento del lugar y nutrir de experiencias significativas a los turistas. Todo lo expuesto se pretende detallar, mediante el conocimiento de la oferta actual, los gustos de la demanda turística termeña y de la identificación de tendencias en actividades de turismo bienestar, describiendo las características básicas de las mismas, para concluir el presente trabajo exponiendo el diagnóstico sobre la implementación de actividades relacionadas con el turismo bienestar en hoteles termales.

Palabras clave:

Turismo – Bienestar – Termas – Hoteles – Termas de Río Hondo



Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo

**Tesis presentada para obtener el título de
Magister en Desarrollo y Gestión del Turismo,
Orientación en Desarrollo y Gestión de Destinos
Turísticos**

**IMPLEMENTACIÓN DE TURISMO BIENESTAR
EN HOTELES TERMALES DE TERMAS DE RÍO
HONDO. SANTIAGO DEL ESTERO.
ARGENTINA.**

Autor: Maximiliano Hernán Pérez

Directora: María Elisa Alén González (Universidad de Vigo)

Co-Directora: Cristina Iglesias (Universidad Nacional de Quilmes)

2020

Agradecimientos

A Dios y Universo, por esta experiencia.

A la Dra. Elisa Alén González, por su aceptación y acompañamiento personal y profesional en la realización de este trabajo.

A la Mgtr. Cristina Iglesias, por su aceptación y orientación académica.

A la acogedora ciudad de Las Termas de Río Hondo, por el enriquecimiento profesional aportado en mi estadía.

Índice

Capítulo I – Introducción

1.Introducción	
1.1.Presentación y formulación del problema.....	6
1.2.Objetivo.....	8
1.3.Antecedentes del proyecto.....	9
1.4.Justificación de la investigación.....	11

Capítulo II – Marco teórico

2.Conceptualizaciones.....	11
2.1.Turismo salud.....	12
2.2.Turismo termal.....	13
2.3.Turismo médico.....	14
2.4.Turismo bienestar.....	15
2.5.Hoteloría termal.....	16
2.5.1.Instalaciones hoteleras termales.....	17
2.5.2.Oferta de actividades de bienestar en hoteles termales.....	19
2.6.Terapias para el bienestar.....	20
2.6.1.Clasificación y descripción de terapias bienestar.....	21
2.6.2.Terapias sensoriales de tacto.....	22
2.6.3.Terapias sensoriales de ambiente.....	26
2.6.4.Terapias sensoriales de contacto.....	28
2.6.5.Terapias espirituales.....	30
2.7.Experiencias en el turismo de bienestar.....	34
2.7.1.Experiencias significativas.....	35
2.7.2.Rol del profesional en las experiencias bienestar.....	36
2.7.3.Conciencia plena.....	37
2.8.Implementación de actividades bienestar en hoteles.....	39
Metodología de investigación.....	43

Capítulo III – Caso de estudio

3.Universo de estudio: Termas de Río Hondo.....	45
3.1.Localización.....	45
3.2.Historia.....	47
3.3.Recurso hídrico termal.....	48
3.4.Atractivos turísticos de TRH.....	50
3.5.Unidad de análisis: hoteles termales de 3 a 5*.....	52
3.6.Oferta actual de actividades en hoteles termales de TRH.....	54

Capítulo IV – Diagnóstico

4.Diagnóstico general.....	60
4.1.Caracterización general de la demanda termena.....	60
4.2.Análisis de la demanda en relación a los hoteles.....	62
4.2.1.Diagnóstico de la unidad de análisis en relación a la demanda.....	68
4.3.Implementación de actividades de bienestar.....	70
4.3.1.Resultado de encuesta hotelera	70
4.3.2.Variables a considerar.....	75
4.4.FODA.....	78
4.5.Recomendaciones.....	80

Conclusiones.....	83
--------------------------	-----------

Bibliografía.....	89
--------------------------	-----------

Anexo.....	95
-------------------	-----------

Capítulo I

1.Introducción

1.1. Presentación y formulación del problema

El estrés y las enfermedades crónicas afectan a la salud física y psicológica de la población mundial. Ante esta realidad, las personas buscan alternativas, entre ellas viajar, más precisamente a destinos de turismo bienestar. El GWI (Global Wellness Institute) define el **turismo de bienestar** como un viaje asociado con el objetivo de mantener o mejorar el bienestar personal. Este turismo se cataloga como una subcategoría del turismo de salud, ya que su demanda se compone de personas “sanas” cuyo interés primordial es preservar y/o mantener su salud. Es un concepto complejo, ya que incorpora elementos físicos, mentales y espirituales, además de las relaciones con sí mismo, con otros y con el ambiente (Puczkó y Bachvarov, 2006 citado por Correa y Leiva, 2016). Por otra parte, la globalización ha combinado tradiciones y prácticas ampliando y diversificando la oferta de servicios de bienestar en todo el mundo, siempre relacionadas al “buen vivir” como estilo de vida.

El turismo termal, históricamente asociado al turismo salud por su vertiente terapéutica, es también y forma parte junto con otras áreas, del turismo bienestar, precisamente por ser frecuentado por turistas que, sin presentar dolencias o intenciones de cura, visitan estos destinos ya sean balnearios, complejos u hoteles termales para mantener su salud, relajarse y disfrutar de su entorno y actividades. Se entenderá como **hoteles termales** a aquellos hoteles que, por su ubicación en cercanías a recursos termales, cuenten en sus instalaciones dentro o fuera del edificio con agua termal para uso y disfrute de sus huéspedes. Según cifras del GWI (2018), entre los 10 mercados de bienestar analizados, los líderes de crecimiento de ingresos de 2015–2017 (por año) fueron la industria del spa (9.8 por ciento), el turismo de bienestar (6.5 por ciento) y los bienes inmuebles de bienestar (6.4 por ciento). Esto lleva directamente a pensar (entre otras

opciones) en hoteles termales, ya que cumplen con los tres mercados principales del mundo bienestar, sector, que ha estado creciendo un 4.9 por ciento anual desde 2015–2017, y se proyecta que alcance los \$ 77 mil millones en 2022. Lo que ofrece una oportunidad, para que las empresas hoteleras desarrollen actividades de este tipo, para un segmento de demanda que prioriza su salud y bienestar.

A nivel mundial, esta industria que se denomina “turismo de bienestar”, es un mercado que generó en 2017 \$ 639 mil millones, y se proyecta que alcance los \$ 919 mil millones para 2022 (GWI, 2018), siendo los cinco principales mercados: Estados Unidos (\$ 20.8 mil millones), China (\$ 8.2 mil millones), Alemania (\$ 6.7 mil millones), Japón (\$ 5.7 mil millones) y Francia (\$ 3.6 mil millones). Por su parte España, como mercado receptor, es uno de los principales destinos de turismo salud que aprovecha el agua termal, abocado a la especialización terapéutica mediante la oferta de actividades con uso de aguas termales integrando la “salud y bienestar”. El crecimiento del bienestar es de tal importancia que, en los Estados Unidos, se ha producido una transformación en el concepto de “spa”, mediante la creación de los llamados “súper spas”, cuyo objetivo es preservar a los individuos y protegerlos del mundo exterior para que puedan relajarse, cuidarse y rejuvenecer. Estos nuevos centros, que si bien existen por si solos también se han implementado en hoteles de categoría, en donde a través de la medicina occidental y holística, ofrecen servicios bienestar para los turistas.

Para el caso de Sudamérica, Colombia, el país más desarrollado en esta materia, ha establecido al turismo de salud y bienestar, como una de las áreas estratégicas de la economía nacional por poseer un mayor potencial para mejorar la productividad nacional. Sin embargo, “el conocimiento disponible acerca de las alternativas de turismo de bienestar en el país es aún incipiente, por lo cual la academia nacional debe generar respuestas que ayuden a nutrir esta necesidad de conocimiento” (Pineda, 2017). Argentina, según el GWI, ocupa el cuarto puesto a nivel mundial en

la tasa de crecimiento de turismo bienestar con un 29%, por detrás de Australia, Suecia y Rumania. Pero al igual que en Colombia, es visible a modo general y más aún en hoteles, el desconocimiento de esta modalidad turística y sus actividades relacionadas o bien la falta de interés por implementarla.

Tal es el caso de la unidad de análisis de este trabajo, la ciudad turística de Termas de Río Hondo que, desde hace décadas es la meca del turismo salud/termal argentino y ostenta el título de “mayor spa termal de Latinoamérica”. Una ciudad termal que cuenta con más de 200 hoteles entre todas sus categorías en la que, exceptuando pocos casos, no ofrecen más que una piscina y agua termal en la bañera de la habitación.

Las causas de la situación actual serían el desconocimiento del turismo bienestar en sí, como también la posibilidad de que, ignorando su importancia, los actores involucrados no incorporen sus prácticas, consecuencia de lo que habrá una pérdida de la competitividad entre los hoteles y del destino, y decadencia de la demanda. Por tanto, la escasa o nula oferta de actividades relacionadas con el turismo bienestar en los hoteles termales de Termas de Río Hondo, es un problema de competitividad que requiere de la implementación de nuevas prácticas que permitan, capacitar, implementar y diversificar la oferta de turismo bienestar.

1.2. Objetivos

El objetivo general de esta investigación es el diagnóstico e implementación de actividades relacionadas con el turismo bienestar en hoteles termales de 3* a 5* de Termas de Río Hondo. Los objetivos específicos son:

- Identificar la oferta actual de actividades bienestar en hoteles termales de 3* a 5* de Termas de Río Hondo
- Describir nuevas tendencias del turismo bienestar implementadas en hoteles

- Indagar sobre los gustos de la demanda de Termas de Río Hondo en relación al turismo bienestar
- Conocer el grado de interés por parte de hoteleros hacia la implementación o diversificación de actividades bienestar en sus establecimientos

1.3. Antecedentes del Proyecto

El desarrollo del turismo en las últimas décadas ha diversificado su oferta respondiendo a las nuevas exigencias y deseos de la demanda. De este modo, surge la necesidad de realizar trabajos académicos y/o empresariales a fin de conocer esos nuevos gustos y satisfacer las pretensiones de los turistas tornando más competitivos a los destinos y empresas de este rubro. En esta línea Manzur (2011), de la Universidad Católica de Santiago del Estero, a través de sus tesis: "Turismo y recreación para la tercera edad en la ciudad de Termas de Río Hondo", realiza un estudio describiendo las características de este segmento de la demanda local y de sus gustos y preferencias mediante encuestas, para poder compararlo con la oferta existente. Asimismo, plantea la problemática sobre la falta de planificación de una agenda de actividades recreativas, proponiendo de este modo diseñar un programa socio-cultural de actividades recreativas para las personas de la tercera edad. La investigación se enmarca dentro de un proyecto factible y se relaciona con la investigación en curso ya que propone la implementación de nuevas actividades que diversifiquen la oferta de actividades en los hoteles termales. Otro estudio que se realizó en la ciudad termeña y que corresponde a la misma universidad que el anterior trabajo, es el de Herrera (2011), quien en su trabajo titulado "El turismo sostenible y el recurso termal" se expone el delicado equilibrio entre el turismo y la explotación del recurso termal, el cual se ha visto afectado por el crecimiento del primero y la escasa regulación. Si bien dicho trabajo no guarda relación directa con este estudio, el objetivo de

la presente investigación se expone como una alternativa a solucionar dicho problema, dando así, además de beneficios económicos y turísticos, un resguardo al recurso termal.

Con respecto a la temática que se aborda: el turismo de bienestar, modalidad que se ha convertido en tendencia con un constante crecimiento, el trabajo de Lim, Kim, Lee (2016) de la Universidad Internacional de Jeju, es un indicativo de la proyección que ha alcanzado esta modalidad. Los investigadores aplicaron encuestas a 573 turistas en busca de bienestar a fin de conocer las motivaciones y satisfacciones de los visitantes. Entre los resultados que los autores obtuvieron se pudo constatar que los turistas bienestar buscan nuevas y diversas experiencias que provoquen relajación y autoconocimiento entre las más destacadas. Sin embargo, el trabajo que más se relaciona al presente estudio es el de “Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio”, trabajo que pertenece a las autoras Pineda y Falla (2017) de Colombia. El estudio analiza mediante una investigación cualitativa exploratoria, la oferta de termales y aguas medicinales como alternativas que pueden tener un potencial para el turismo de bienestar en Colombia. Para la realización del mismo, trabajaron en diversos municipios termales a fin de compararlos, conocer su oferta y la apertura al turismo de bienestar. Las investigadoras llegan a la conclusión de que los turistas van a estos sitios en búsqueda de mayor bienestar personal al mismo tiempo que crece la concentración de turismo en torno a elementos naturales, por lo que, bienestar y naturaleza son referentes de un nuevo estilo y espacio turístico.

A modo general, en la búsqueda previa de bibliografía para el presente trabajo, queda al descubierto la falta de un asentimiento o unanimidad en las definiciones de “turismo salud y bienestar” por parte de los autores consultados. En lo referido a la hotelería, la bibliografía no ha arrojado resultados de estudios que relacionen directamente al turismo bienestar con el sector hotelero. Por tanto, se presenta como una

oportunidad de ampliar los conocimientos y aportes al estudio de dicha modalidad turística.

1.4. Justificación de la investigación

Ante la creciente y exigente demanda de turismo bienestar que se genera en este tipo de destinos, como los termales, resulta de especial interés conocer cuáles son las actuales y nuevas prácticas de turismo bienestar que se puedan implementar para diversificar la oferta, ser más competitivos y satisfacer la demanda.

El presente trabajo surge de la necesidad de implementar actividades de turismo bienestar, en hoteles termales de 3 a 5 estrellas en la ciudad turística de Termas de Río Hondo. Esta investigación pretende brindar información y asesoramiento a hoteleros sobre la importancia de este tipo de turismo que está en auge a nivel mundial, y que ya se ofrece en hoteles de todo el mundo.

Además, dados los nulos o insuficientes estudios de alcance local y regional que traten sobre el turismo bienestar, y más aún su relación con la hotelería, abriría campo a futuras investigaciones para análisis conjuntos, comparaciones temporales, entre otras. Por último y no menos importante destacar, que esta investigación es viable ya que se cuenta con los recursos necesarios para llevarla a cabo.

Capítulo II - Marco teórico

2. Conceptualizaciones

Considerando las principales variables que guían el presente trabajo de investigación, se definirán los conceptos centrales que lo sustentan. En este caso, el turismo bienestar, haciendo además, un repaso conceptual de categorías y modalidades a las que pertenece o lo antecede. Esta conceptualización se desarrollará en pos de dimensionarlo y relacionarlo sobre el sector hotelero, focalizando en aquellos hoteles termales que ofrecen o pueden implementar actividades de turismo bienestar.

2.1. Turismo salud

A modo de comprender el origen del hoy llamado “turismo bienestar”, es necesario hacer un repaso histórico/conceptual, ya que dicha modalidad turística es un sub-segmento del turismo de salud. El turismo de salud es una clasificación de turismo que se encuadra dentro de la oferta de productos turísticos alternativos, que surgen como una opción diferente al turismo tradicional de sol y playa. En referencia a esta modalidad, Aragones, Payares y Navas (2012, p. 94), lo definen como “un concepto afortunado que comprende la fenomenología asociada con los viajes, que por razones de salud o de bienestar, realizan las personas al extranjero o fuera del lugar donde viven”. Por lo tanto, el turismo salud converge en tres variables: un desplazamiento, la salud como motor de motivación y que se desarrolla en una instalación especializada (Percy y Lester, 2012 citado por Correa y Leiva, 2016).

Bonfada, Bonfada, Gandara, y Brea, (2008, p. 419), autores especializados en esta temática, citan a Sánchez (2006), quien se refiere al turismo de salud como “acudir a un centro donde se ofrecen una serie de técnicas para mejorar y equilibrar el estado de salud y bienestar y/o recuperar la salud”.

Por ello, se puede decir que el turismo de salud está compuesto por actividades de ocio y recreación combinadas o no con tratamientos médicos, que realizan las personas para preservar o restablecer su salud mediante la utilización de un centro de spa y/o aguas mineromedicinales. Pero antes de finalizar con la conceptualización de esta modalidad turística, es preciso dejar expuesto que la misma se divide en dos vertientes:

la vertiente terapéutica y la turística. La vertiente terapéutica se relaciona más con la medicina que con el turismo. O sea, los desplazamientos son motivados por la búsqueda de salud en establecimientos puramente médicos y que, periféricamente, utilizan instalaciones y servicios turísticos como el transporte, hospedaje, alimentación, etc. (Bonfada *et al.*, 2008).

Por tanto, según las definiciones aportadas, el turismo de salud puede analizarse desde dos perspectivas: la médica y la turística. Esta última, la focalizada en el turismo será en la que se centrará esta investigación.

2.2. Turismo termal

Cabe destacar, que antes de la conceptualización general de turismo salud existió y aún se mantiene la categoría de turismo termal. Posiblemente uno de los primeros turismos y en particular relacionados a la salud y bienestar. Griegos, fenicios, romanos e incas son algunas de las primeras civilizaciones en hacer uso del recurso termal, y restos arqueológicos así lo demuestran, como las instalaciones en el palacio de Cnosos en la isla griega de Creta, que data del 1400 A. C. en donde existían “complejas instalaciones cuyo uso estaba asociado tanto a actos rituales, medicinales como atléticos... estas instalaciones ofrecían baños a vapor y piscinas mixtas de agua caliente, templada y fría” (Vázquez Hoys, 2006: pp. 100-101). No es de extrañarse que siglos más tarde, bañistas de todo el mundo continúen aprovechando este recurso natural en las instalaciones de modernos y equipados hoteles.

El uso de las aguas termales, que actualmente es abarcado por el turismo termal, es definido como “un conjunto de actividades relacionadas con el empleo de las aguas minero-medicinales de forma terapéutica, abarcando cuestiones de estética y calidad de vida [...]” (Gândara, Brea y Manosso, 2013, p. 516). En esta sintonía Bonfada et al (2008, p. 425) expresan que “si el cliente busca una cura termal elegirá el balneario que posea aguas aptas para su tratamiento, mientras que su principal motivación es el ocio o descanso, su elección se basará en la oferta complementaria del balneario”.

Resulta interesante la definición de Gandara et al (2013), ya que no fracciona al termalismo entre médico o bienestar, sino que por el contrario deja abierto el paradigma sobre el amplio uso que se le puede atribuir a este recurso natural, dependiendo del enfoque que le otorgue la oferta y la demanda.

2.3. Turismo médico

Siendo una de las vertientes del turismo de salud, el turismo médico es definido por Smith, Martínez y Rupa (2011 citado por Aragonés et al, 2012, p. 76), “como la práctica de viajar a otro país con el fin de obtener cuidado de la salud a manera de cirugía, tratamiento dental, tratamiento reproductivo, trasplante de órganos, chequeos médicos, etc.”. Aragonés et al (2012, p. 75), también argumentan que: “el concepto de turismo médico es más útil para distinguir la realización de determinadas intervenciones médicas y médico-quirúrgicas”.

Asimismo, es interesante la definición que aporta Sen Gupta (2004) al mencionar que el turismo médico puede ser definido como “el aprovisionamiento de cuidado médico a pacientes a un costo efectivo en colaboración con la industria turística” (Andrea, 2013, p. 41). En “colaboración” con el turismo, o sea, no es el turismo la motivación principal. Nos estaríamos refiriendo a una persona que, por un accidente, enfermedad u otra razón por la que padece una dolencia, viaja por ejemplo a Cuba a realizarse una

intervención quirúrgica que en su país no puede realizarse o bien, no cuenta con todas las garantías.

2.4. Turismo bienestar

En la actualidad, las situaciones de stress de la vida diaria, el aumento de la calidad de vida, las tendencias hacia la belleza y el cuidado estético corporal y una mayor disponibilidad de tiempo libre inducen a preservar y mantener la salud. Ante esta realidad, el turismo de bienestar que, ofreciendo una orientación hacia el cuerpo, mente y alma, se encuentra en auge. Es así que según Aragonés et al. (2012, p. 76), “los turistas viajan a un país o destino en busca de medicina alternativa como acupuntura, yoga y terapia ayurveda”. Lugares como los establecimientos de bienestar que ofrece la firma Tourism and Leisure Export (2013 citado en De la Puente, 2015, p. 3), a los que ella misma define como un sitio “dedicado a la relajación, el bienestar por medio de profesionales que promueven la relajación del cuerpo, mente y espíritu en un entorno ambientado que exalta la relajación del individuo”. Bajo estas pre-definiciones de lo que es y ofrece el turismo bienestar, es que se presenta uno de los desafíos a los que apunta este trabajo de investigación, el distinguir al turismo de bienestar del turismo salud/médico tradicional, siendo el primero, la búsqueda de una vida saludable mediante procedimientos sanitarios no tradicionales (De la Puente, 2015).

El segundo desafío de este marco conceptual, es converger en una definición lo más académicamente acertada y unánime. Ya que, coincidiendo con Andrea (2013, p. 44), “diversos autores utilizan gran variedad de términos para referirse al turismo de bienestar, tales como “turismo de cuidado de la salud”, “turismo holístico”, “turismo de spa” dificultando su correcta definición y entendimiento”. Ante la situación planteada y continuando con la misma autora, se podría definir al turismo bienestar como “un concepto complejo que incorpora elementos del estilo de vida, elementos físicos y mentales, espirituales y las relaciones con uno mismo, con otros y con el ambiente” (Andrea, 2013, p. 44).

La presente investigación pretende seguir con la línea de la definición de “turismo bienestar” que se identifica con aquel turismo y actividades que contemplen la fortuna de la integración mental, física y espiritual, centrándola, para el cumplimiento del objetivo general, en hoteles termales. Sin embargo, tomando en consideración la definición del término “bienestar” por parte de la RAE (2020) a la cual se refiere como el “estado de la persona en el que se le hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica”, se puede apreciar claramente que se refiere a un sentimiento de satisfacción y felicidad subjetiva, esto es, la sensación de ese individuo en particular, en ese momento y ante esa situación. En esta línea y de modo de profundizar en el tema es pertinente acuñar al término de *bienestar subjetivo* al que Veenhoven (1994, citado en Meléndez, Tomás y Navarro, 2011, p. 165) determinó “como el grado en que una persona juzga de un modo general o global su vida utilizando dos componentes: uno de carácter emocional y otro cognitivo”. En base al primer carácter, el emocional, surge el interrogante si es adecuado referirse al denominado turismo bienestar como tal, ya que; cualquiera sea la tipología de turismo y/o actividad que realice voluntariamente un individuo, y para el cual, se está desplazando e invirtiendo tiempo y dinero, es evidente que lo efectúa en pos de percibir bienestar. Y en segundo lugar sea cual fuera el caso, el turismo es un servicio y nada puede garantizar de ante mano que se vaya a producir una determinada sensación.

2.5. Hotelería termal

El alojamiento es parte indispensable para el desarrollo del turismo, así como el transporte, gastronomía, tour y otros. Las grandes ciudades europeas de la antigüedad contaban con sus propios complejos termales destinados a la higiene, el ocio y las prácticas deportivas, sin embargo en la mayoría de los casos se abastecían de agua superficial que era calentada en calderas (De Velasco, 1985). Los lugares con aguas termo-mineromedicinales eran llamados balnearios y por lo general quedaban apartados de la ciudad, lo que dio origen con el pasar de los siglos a construir los primeros lugares de alojamiento para

el pernocte de aquellos que visitaban las aguas curativas, situación que se ha mantenido hasta el presente y que hoy se denominan hoteles termales.

2.5.1. Instalaciones hoteleras termales

Para la implementación y posterior desarrollo de actividades de bienestar en establecimientos hoteleros, se debe partir de contar con una alianza tripartita base. Esto es: instalaciones adecuadas, personal calificado y materiales necesarios para su ejecución. En el caso de los hoteles ya en funcionamiento que deseen incorporar esta tendencia, deberán reacondicionar o crear espacios adecuados para las actividades a ofrecer, esto puede significar reformas edilicias o construcciones anexas si el espacio se lo permite.

Cerrando el círculo de las necesidades básicas anteriormente expuestas para brindar actividades de bienestar, es imprescindible aunar estas en torno a la *calidad*, es decir, profesionales idóneos con recursos adecuados y en instalaciones confortables, generando experiencias significativas. El hecho de que los hoteles sean de tipología termal (como es el caso de este estudio), se considera positivo ya que se parte de dos premisas, la oferta ya cuenta con instalaciones destinadas a la salud/bienestar como lo son bañeras y piscinas de agua termal, entre otras, y del lado de la demanda, un segmento turístico motivado y en busca de recibir este tipo de beneficios. Esto conlleva a relacionar directamente este tipo de hoteles que atesoran agua termal y sus derivados, con los spas. La relación hotel/spa rebasa la mera oferta de actividades acuáticas que se pueden desarrollar en una piscina, el spa dentro del hotel genera un valor agregado que, reuniendo las instalaciones apropiadas y en buen funcionamiento puede transformar al establecimiento hotelero en un centro bienestar. Partiendo de la premisa de que todo servicio turístico debe ser de calidad y generar bienestar, sobre el hotel termal recae una mayor responsabilidad de generar dicha sensación en sus huéspedes, asimismo por su tipología, debe contar de base como se mencionó anteriormente con ciertas instalaciones termales, entre ellas se destacarán las siguientes:

Baño de contraste: consta de un circuito de dos piletas, con el fin de efectuar *baños de contraste*, ya que una de ellas posee agua fría con temperatura que suele oscilar entre 7 y 13 grados, la otra pileta continua en contraste, con agua caliente a una temperatura que supera los 30 grados. Ambas piscinas de forma alargada y que no superan los 20 cm de profundidad, tienen la finalidad de caminar sobre ellas para ejercer “una gimnasia vascular al vasodilatar con el calor y vaso contraer con el frío” (Spa Termal, 2015). Para obtener los beneficios, el bañista deberá caminar primero sobre uno de los corredores y a continuación sobre el otro, de unas 4 a 8 veces, así de esta manera se logrará el contraste de temperaturas. Además, si al lecho de las piletas se le incorporan piedras, al caminar sobre ellas la presión y fricción contribuye aún más a una mayor circulación del flujo sanguíneo, asimismo que da la sensación de reflexología podal. Esta práctica ha comenzado a utilizarse también, para rehabilitaciones deportivas.

Ducha escocesa: de similar funcionalidad terapéutica que el anterior, esta instalación consiste como su nombre lo indica, en una ducha que cuenta con la particularidad de dos tuberías y dispone además, de una electroválvula que enciende y apaga una resistencia cada minuto, alternando así chorros de agua fría y la caliente que se localizan en distintas partes del cuerpo.

Sauna húmeda: o baño turco, incluso “hammam” si se lo quiere llamar por su antigua denominación en árabe. Es una habitación en la cual la temperatura no supera los 70° y la humedad es muy alta llegando incluso a ser de 100°, lo que produce una niebla dentro del recinto. Dada su alta humedad están recubiertos de cerámico. Como detalla Reyes (2005, p. 40) “el baño turco consiste en un baño de vapor que impregna todas las partes del cuerpo hidratando, limpiando y suavizando el tejido epitelial para, mantenerlo terso y elástico (...) elimina toxinas e impurezas y estimula la circulación sanguínea”.

Sauna seco: también llamado Sauna Finlandés, de donde es originario. De hecho, el país tiene 5,5 millones de habitantes y más de 2,5 millones de este tipo de saunas. Se trata de un espacio cubierto en madera y en donde, a diferencia del anterior aquí las temperaturas son de 80° a 100° C con muy baja presencia de humedad (no más de 20°) por lo que provoca abundante

sudoración (Reyes, 2005). Dentro de este recinto se encuentra una estufa eléctrica que caldea con piedras provocando un calor seco, el método antiguo consistía en una estufa a leña o carbón.

2.5.2. Oferta de actividades bienestar en hoteles termales

En este apartado cabe señalar que, si bien el turismo como práctica y concepto se utiliza hace aproximadamente dos siglos, y más reciente aún, con poco más de una década, es el segmento “turismo bienestar”, algunas de las prácticas que hoy se le acuñan, son milenarias, como el yoga y la ayurvédica de la India.

Antes de describir cuales son algunas de estas actividades ofertadas en hoteles termales, resulta necesario definir qué se entiende por oferta. Si bien no hay una definición de “oferta bienestar”, podemos citar lo que la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018), define como oferta turística, siendo ésta el “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. Partiendo de esta definición, podemos entrar más precisamente al trabajo de esta investigación siguiendo con el estudio de De la Puente (2015), en donde expresa que, la oferta más habitual que se encuentra en hoteles son los referidos al spa, como sauna húmeda, seca, jacuzzi, gabinete de masajes, entre otros. El Programa de Transformación Productiva (2015), hace mención a una segunda oferta más relacionada al bienestar y de “carácter holístico o viajes para sentirse bien con el cuerpo, mente o espíritu cuyos tratamientos característicos son el shiatsu, yoga, meditación, Taichi, Qi gong, tradicionales indígenas, retiros espirituales, entre otros” (De la Puente, 2015, p. 3).

La mayoría de los autores coinciden en terapias alternativas y/o complementarias a las de la medicina tradicional y médica. Son prácticas, costumbres y actividades que se ofrecen y se pueden implementar en hoteles termales (y no termales) que aún no las dispongan, para facilitar el acercamiento del turista a lograr el estilo de vida saludable que desea. Más

aún, si ya se parte de la base de que el alojamiento dispone de aguas minero-medicinales, oportunidad que los hoteles termales según Bonfada et al (2008) deben aprovechar para “ofrecer a sus clientes tratamientos variados y de calidad, pues ese aspecto es relevante para la satisfacción y para la experiencia de esos clientes [...]” (Gândara *et al.*, 2013, p. 515). Esto se traduce en experiencias significativas para los turistas y mayor rentabilidad para la empresa mediante “un producto integrado por varias categorías de servicios, entre ellos una amplia oferta de ocio, que consigan la diferenciación de la oferta del establecimiento” (Alén Gonzalez, 2003 citado por Bonfada et al, 2008, p. 426).

Previamente a la oferta de estas nuevas terapias, el establecimiento hotelero deberá analizar si está dispuesto a incursionarse en esta tendencia turística, capacitar a su personal, verificar sus instalaciones, programas de ocio, entre otras pautas antes de implementar y ofrecer turismo bienestar.

2.6. Terapias para el bienestar

La mayoría de ellas, han surgido como tales en el transcurso del siglo XX y adquirido potencial en el XXI ya que, como mencionan los autores Valle y Rodríguez (2013, p. 12) “estamos ante el renacimiento de una espiritualidad subjetiva y experimental, a menudo apoyada en argumentos científicistas”. Aunque como podrá verse a continuación, sus orígenes o mejor dicho la *esencia* que les da germen son tan antiguas como la humanidad misma, y fundamentadas en su uso por civilizaciones que nos preceden. Aun con el llevar del tiempo, la desaparición de pueblos y la medicina moderna no ha podido suprimir los saberes y prácticas de antaño que servían de medicina y bienestar.

Mantenerse actualizado dentro del mundo de las terapias alternativas que se desarrollan a diario en los cinco continentes no es tarea sencilla. El área holística parece expandirse y ser ilimitada como el universo mismo, cada día surgen nuevos tratamientos bienestar cuyo nombre indicativo se antepone a la

palabra *terapia*, fitoterapia, ictioterapia, gemoterapia y un sinnfín más. Además se prevé, que su número entre en aumento al igual que su demanda como efecto de la pandemia del COVID-19 que ha generado un “despertar” de la conciencia volcándose a lo natural y espiritual. No resulta de interés en este trabajo convertir a los hoteles en hospitales como ocurrió en algunas décadas de los siglos XIX y XX. Tampoco implantar la idea de curar enfermedades con estas terapias, no por lo menos en el espacio turístico, sino que utilizarlas a fin de promover el bienestar físico, emocional y espiritual del turista. Por tanto, “no se considera al individuo como "paciente" (...) sino más bien como "inter-agente", lo que lo lleva a un pro-colaborador de su propio proceso de rescate y promoción de la salud (Gemelli y Marimon, 2011, p. 72). En este apartado de marco teórico sobre las diversas terapias alternativas que se ofrecen y/o pueden implementar en hoteles termales, se describirán las más significativas y nombradas, algunas de ellas se pueden relacionar con facilidad al termalismo como la fangoterapia, otras ser aplicables a cualquier área por ejemplo la aromaterapia, y por último algunas de ellas no generar ninguna relación o conexión con lo termal en sí, como chocolaterapia.

2.6.1. Clasificación y descripción de terapias bienestar

De acuerdo a las terapias alternativas ofrecidas en hoteles termales, hoteles bienestar y centros termales-bienestar, se procedió a la siguiente segmentación en la que se han clasificado estas terapias en tres grandes ramas, según criterio del autor para un mejor tratamiento y desarrollo de este estudio académico. Estas son:

Terapias Espirituales: aquellas en las que se hace uso del “sexto sentido”, no precisamente requiriendo del contacto físico con otra persona o el uso de factores y elementos que involucren alguno de los cinco sentidos.

Terapias de contacto: incluye terapias en las que es necesario que intervengan para su beneficio una o más personas, y en las que se requiere del contacto físico siendo éste el factor principal y no, algún elemento o sustancia

que pueda utilizarse en la práctica como aceites o cremas. Dentro de esta categoría se incluirían todo tipo de masajes.

Terapias sensoriales: son todas aquellas que para su uso y disfrute se utiliza algún tipo de elemento o sustancia en la cual el paciente hace uso de uno o más de sus sentidos. A diferencia del anterior, aunque en estas terapias se requiera de la asistencia de un terapeuta, el motivo del tratamiento es la relación entre en “inter-agente” y la sustancia o elemento. Para una mejor clasificación, se distinguen aquellas de aplicación corporal (que son mayoritarias) de las de los demás sentidos.

Cuadro I

Clasificación de terapias			
Terapias sensoriales		Terapias de contacto	Terapias Espirituales
De tacto	De ambientación		
Fangoterapia	Aromaterapia	Tuina	Ayurveda
Algoterapia	Musicoterapia	Shiatsu	Yoga
Vinoterapia	Cromoterapia	Tailandés	Baño forestal
Gemoterapia		Ying y Yang	Qi gong
Chocolaterapia		Bambuterapia	Tai chi chuam
		Lomi lomi	Reiki
		Mantra shastra	Mindfulness
		Watsu	Aquagym

Cuadro de elaboración propia

2.6.2. Terapias sensoriales de tacto

La piel no es sólo una gran envoltura que cubre el cuerpo, sino que también es un importante órgano. En su superficie presenta numerosos

pliegues, surcos y poros los que le permiten respirar. Asimismo las células que componen la piel se nutren incorporando elementos a través de la membrana plasmática, este fenómeno es llamado ósmosis (Priani, 2020). Esta muy breve síntesis es para poder comprender y destacar la importancia que tiene para el bienestar la aplicación de diversas sustancias sobre el cuerpo.

Fangoterapia

Desde antaño los pueblos utilizaron la naturaleza como una gran farmacia, en la cual ella a través de sus plantas, tierra y agua aportaba todo lo necesario para la salud humana. En esta continua búsqueda descubrieron además de las aguas termales, los fangos que se encontraban en ellas. Resulta de interés conocer a que se denomina fango, según Gomes *et al.*, (2013 citado por Maraver *et al.*, 2015, p. 39) el fango o peloide es aquel “barro madurado o una suspensión/dispersión turbia con propiedades curativas y/o cosméticas, compuesta de una mezcla compleja de materiales de grano fino de origen geológico y/o biológico, con agua mineral o agua marina, y compuestos orgánicos de actividad biológica metabólica”. Con esta definición es posible describir que la fangoterapia (o peloterapia) es el tratamiento de aplicar sobre el cuerpo fangos terapéuticos con el fin de obtener salud, belleza y/o bienestar. Esta terapia íntegramente ligada al termalismo sea quizás la más usual dentro de la oferta de actividades de spa en muchos hoteles, más aún en termales, ya que además de ser sumamente benéfica para la dermis es relajante y reduce el estrés. En algunos hoteles y centros de spa de la ciudad de Termas de Río Hondo, se utiliza para esta práctica productos de una empresa local que elabora sus cosméticos con fangos minerales de la Salina La Chejchila (provincia de Santiago del Estero, Arg.), los cuales están constituidos por sedimentos de origen aluvial y biogénicos que contienen casi veinte oligoelementos entre los que destacan el azufre. Cabe añadir que esta terapia cuenta con la particularidad de ser “autoservicio” ya que, en complejos termales como por ejemplo Termas de Luro es el propio turista quien se aplica el fango extrayéndolo el mismo de una laguna cercana al hotel (Pérez, 2016).

Algoterapia

La algoterapia es la utilización de diversas algas marinas sobre el cuerpo humano a fin de aprovechar sus beneficios. Es un derivado de los tratamientos que se realizan en el contexto de la talasoterapia, denominación que se creó finales del siglo XIX en Francia uniendo dos palabras griegas (thálassa; mar y therapeía; terapia), a la cual Fabrini (2003) define como “un conjunto de tratamientos donde se usan todos los recursos y beneficios que el mar ofrece”, y entre estos contamos sales, lodos, arenas, algas y el agua misma, por lo que al igual que el agua termal, la marina también forma parte del mundo de la hidroterapia. Del mismo modo y en línea al párrafo anterior los fangos marinos también son utilizados en la fangoterapia.

Vinoterapia

El vino es una de las bebidas más antiguas consumidas por la humanidad y además, según registros de civilizaciones pasadas como babilonios, egipcios, griegos y romanos uno de los primeros fármacos utilizados en ungüentos medicinales para tratar el asma, enfermedades infecciosas, curación de heridas y usado también como diurético, purgante, sedativo, entre varias más.

La vinoterapia es una modalidad terapéutica cuyo procedimiento consta del ingreso a una bañera preparada con vino desprovisto de alcohol, pero que contiene los otros ingredientes y propiedades el vino, principalmente los polifenoles, flavonoides, enzimas, coenzimas y vitaminas A, B, C y E que mejoran la circulación sanguínea y proporcionan sensación de relajación y bienestar (Fehér, Lengyel y Lugasi, 2007).

Esta modalidad que ya se ofrece en casi todo el mundo realza particularidades en cada uno de sus rincones. Tratamientos cosméticos en los que por medio de masajes se aplican ungüentos “que contienen aceite obtenido de pepitas de uva por presión en frío, seguido de una compresa especial con las pieles de la uva prensada” (Fehér, Lengyel y Lugasi, 2007) se visualizan en Spas de España desde la década de los 90 que, según de Rojas (2009) algunas de estas ofertas

“le permite a una pareja elegir su vino favorito para bañarse en él dentro de una tina de madera. Otras (...) han desarrollado fusionando sus vinos con el aceite local de aceituna arróniz (...) o como el Espacio Noé, donde se entra en grupo para asistir a un desfile de sensaciones que involucran, de uno en uno, a los cinco sentidos.”

El vínculo que aúna termas y vinos se encuentra a lo largo de la historia y no en exclusivo a la vinoterapia. Se encuentran relatos de la antigüedad en donde se desarrollaban simposios, reuniones masculinas en termas a fin de sociabilizar y debatir degustando brebajes de vino. En la actualidad hay espacios termales que abren sus puertas para eventos sociales y algunas de ellas cuentan con su propia línea de vino, alianza comercial entre hoteles/termas y bodegas cercanas (Pérez, 2016), a modo de cooperar bilateralmente en el crecimiento del turismo termal y enológico.

Gemoterapia

La gemoterapia o también llamada geomedicina, es según Crea (1992, citado en Gemelli y Marimon, 2011, p. 72) el “uso terapéutico de cristales, popularmente conocidos como piedras o piedras semipreciosas, y que actúan directamente sobre la energía vital de un individuo al influenciar aspectos personales, psíquicos y físicos”. Estas gemas entre las que se destacan el cuarzo blanco y rosa, amatista, jade, aguamarina, entre otras han sido utilizadas por milenios en la terapia ayurveda siendo ingeridas en forma de polvo, entre esta y otras utilidades en las que el cristal actúa de estímulo para el funcionamiento homeostático del organismo (Gemelli y Marimon, 2011). Sin embargo, son variadas las actividades a realizar y de las cuales el turista puede disfrutar en la terapia con piedras, tanto de forma pasiva como participar de manera activa, como dar paseos entre las rocas, energizar el agua colocando piedras en ella para después beberla o los tratamientos con piedras calientes o geotermales en los que se aplican piedras a distintas temperaturas sobre el cuerpo, por tanto se puede concluir que mediante este material natural

son vastas las actividades a implementar para diversificar la oferta de forma original.

2.6.3. Terapias sensoriales de ambiente

Podríamos definir las como aquellas que no son aplicadas al cuerpo pero que son perceptibles a los sentidos, y que por medio de estos invitan al bienestar físico, mental y emocional.

Aromaterapia

Su definición ha comenzado a usarse a partir de finales del siglo XX en Francia, a raíz de la utilización terapéutica de los aceites esenciales extraídos de ciertas plantas. Sin embargo, la mayoría de las hierbas, flores y frutos de los que hoy se destila el aceite han sido utilizados por milenios en diversas culturas del mundo. El “simple” hecho de arrojar un arbusto al fuego para proveerse de calor, pudo haber sido la revelación de un “ahumado mágico” que marque una feliz o excitada relación entre humanos y aromas. Patricia Davis (2006, p. 13), especialista en aromaterapia la define como “una terapia verdaderamente holística, que tiene en cuenta la mente, el cuerpo y el espíritu de la persona”. En base a esta definición, es evidente que esta práctica debe ser considerada dentro de las terapias habituales que se desarrollen en hoteles y centros de bienestar.

Estos aceites especiales que se utilizan en dicha terapia son olorosos y sumamente volátiles, evaporándose rápidamente cuando se exponen al aire y provocando un ambiente que, según el tipo de aceite utilizado inducen al relax, sanación, excitación entre otras. Los más empleados por sus propiedades aromáticas “pueden encontrarse en las raíces (cálamo aromático), hojas (romero), flores (espliego, «lavanda»), corteza (canela), resinas (mirra) y en la cáscara de algunas frutas” (Tisserand y Borges, 1994, p. 20). Si se relaciona esta terapia con el objeto de estudio, los hoteles termales, cabe imaginar que si ya de por sí las aguas termales producen bienestar y relax por su temperatura

y los elementos que contengan, un efecto añadido de aromas seleccionados al espacio resultará en una combinación por demás estimulante.

Musicoterapia

El nexo entre los sentimientos humanos y la música es holístico. Escuchar música, bailar, cantar u otras actividades relacionadas tienen efectos directos e indirectos sobre las emociones. En de Alba García et al. (2018, p. 3) se cita la “relación psicofisiológica entre el dolor y la música, como tratamiento complementario que puede lograr profundos niveles emocionales, (...) donde mejora la calidad de vida y amplifica el bienestar y la relajación”.

La Federación Mundial de Musicoterapia (1996) (citado en Denis y Casari, 2014, p. 1), define a esta terapia como “el uso de la música o de los elementos musicales (...) que tiene como objeto atender necesidades físicas, emocionales, mentales, sociales y cognitivas. Así mismo emprender una mejor integración intrapersonal e interpersonal y, en consecuencia, alcanzar una mejor calidad de vida”. Continuando en esta línea, un estudio del CONICET¹ realizado por Denis y Casari (2014) hace mención a que cada género de música influye de manera diversa en las emociones que provoca, dando como resultado diferentes expresiones faciales que son las verdaderas determinantes de los sentimientos expuestos, mencionando por ejemplo que los géneros como salsa, bachata o merengue contribuyen al movimiento, baile y risas, mientras que la música clásica induce a cerrar los ojos y entregarse a la contemplación. En base a lo expuesto, podría asociarse de que en los hoteles, spas y complejos termales que deseen generar un estado de relax y bienestar, lo recomendado sería algún tipo de música clásica o instrumental.

Cromoterapia

La ambientación y decoración son áreas que se tienen en consideración al momento de crear y diseñar espacios turísticos, sin embargo habría que preguntarse si se le da la atención necesaria a los colores en relación a sus

¹ Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina.

significados y efectos. De esto trata la cromoterapia, a la que Palacios (2011, p. 15) define como “una terapia que se suele utilizar dentro de la medicina natural y que se lleva a cabo a través de los colores en que se divide el espectro de la luz solar”. Si bien en los lugares especializados se utiliza esta terapia mediante un láser de irradiación de luz color sobre una zona en particular del cuerpo, no es la única técnica. Hacia este tema Padrini y Lucheroni (2016, p. 21) explican que las personas adultas, principalmente los ancianos deben “estar rodeados de colores que favorezcan el bienestar y el equilibrio sensorial y cerebral, ya que así se puede prevenir mejor la tendencia a la melancolía y la depresión muy frecuente en la tercera edad”. Este tema ya era tratado por Goethe en el siglo XIX bajo la denominada “Teoría de los colores” (Gemelli y Marimon, 2011), de esta manera si se toma de ejemplo al color Azul, el mismo es calmante del sistema nervioso ya que disminuye la frecuencia cardíaca y respiratoria, la presión arterial y la tensión muscular, (Padrini y Lucheroni, 2016). Por tanto es un color aliado para la facilitación del relax y bienestar de los turistas, más todavía si nos estamos refiriendo a un espacio de salud termal.

2.6.4. Terapias sensoriales de contacto (masajes)

Sus prácticas, variantes y métodos son bastos y diversos dependiendo del rincón del mundo y su lugar en la historia, lo que los ha hecho ir perfeccionándose en algunos casos y en otros aún se conservan como de antaño. En sus técnicas se hacen presentes variados agregados como cremas, aceites, ungüentos vegetales y otros materiales como piedras o flores, entre otros. También se incluyen los denominados mecánicos, aquellos que se realizan sin necesariamente la presencia de un profesional u otra persona y son auto-realizados como los de hidroterapia: chorros, burbujas, duchas etc. En efecto los masajes son uno de los más antiguos pilares del bienestar, generando efectos positivos para el cuerpo, mente y espíritu. En este apartado solo se describirán algunos de ellos para los cuales se obtuvo referencias de los autores Viegas y Viegas, (2019) y Schutt, (2004).

Entre las tantas técnicas de masajes, una de las más difundidas es la **acupresión**. Un tipo de masaje que tiene su teoría sobre los llamados “meridianos” catalizadores de energía, los cuales mediante la presión ejercida por los dedos de un terapeuta pueden liberarse y circular generando beneficios. Existen varias versiones dependiendo la cultura analizada, entre ellas la tuina (China), Shiatsu (Japón), Masaje tailandés, entre las más nombradas.

Tuina

Práctica de masaje oriental que incide sobre los meridianos y los puntos de la acupuntura, o sea en los vórtices de energía del cuerpo.

Shiatsu

Es una técnica de masaje que trata de eliminar obstrucciones que impiden a la energía vital fluir normalmente.

Masaje tailandés

Basándose en la energía Prana; energía vital que recorre el cuerpo, tiene por objetivo la circulación de la misma mediante manipulaciones de los meridianos energéticos.

Masaje Ying y Yang

De origen chino y en relación a los anteriores, se basa en el equilibrio de las energías ying (pasiva y emocional) y yang (activa y dinámica).

Bambuterapia o masaje de bambú

Es un masaje relajante y de drenaje linfático realizado con la caña del bambú.

Lomi lomi o masaje hawaiano

Es un masaje de origen hawaiano que se realiza en contacto directo con la naturaleza. Esta técnica integra la aplicación de piedras y productos herbáceos, continuado por un profundo masaje realizado con la palma de las manos.

Marma shastra

Es un masaje indiano que trabaja los siete puntos vitales o marmas.

Watsu

Masaje y ejercicio que se realiza en el agua ya sea dentro de una piscina u otro medio para “soltar” el cuerpo. Para Dull (2001, p. 15) es “dejarse fluctuar en los brazos de alguien, que inmenso en el agua lo levanta en cada respiración con un calor penetrante que disuelve la tensión del cuerpo”. Esta técnica fue creada por Harold Dull y es la versión acuática de la terapia japonesa denominada Shiatsu. Comenzó a practicarse finales del siglo pasado en California, precisamente en las termas de Harbin donde funciona un centro de retiros espirituales, el Harbin Hot Springs con orientación religiosa hacía la creencia de la New Age (Nueva Era).

Aquagym

Para aquellos turistas termales más dinámicos o que quieran romper la rutina pasiva, existen varias alternativas que encuadran dentro de la gimnasia acuática, como el fitness acuático, el aquaerobic, el aquapilates o el aquagym (Alfonso, 2011). Este último, consta en hacer suaves ejercicios en el agua y no es necesario sumergir la cabeza, ni saber nadar. Se realiza en piscinas de baja profundidad para su mejor desarrollo y utiliza técnicas propias como así también ejercicios en tierra, pero con la ventaja de contar con la ingravidez del agua (Rouxel, 1996). Claramente no es lo mismo realizar ejercicios en un agua común que una termo-mineromedicinal, ya que exponer al bañista en esta agua durante una prolongada exposición y haciendo ejercicios puede ser perjudicial. Por tal razón la temperatura del agua no debe superar la temperatura media del cuerpo humano (36°) ni ser demasiado pesada en su composición mineral.

2.6.5. Terapias espirituales

De antaño, el deliberado deseo del hombre por mantener una conexión con lo sagrado ha impulsado el peregrinaje a sitios de culto, basta nombrar las continuas visitas al santuario de Delfos desde toda Grecia (Prosdocimi, 2011)

como ejemplo del preludio de lo que siglos posteriores se denominaría “turismo religioso”, el cual paradójicamente es junto al denominado “turismo termal” y el comercio (turismo de negocios) las primeras manifestaciones que impulsaron a la humanidad al desplazamiento, relegando las necesidades básicas como la búsqueda de alimentos y refugio. Sin embargo, la exteriorización de la relación entre el hombre y lo divino ha gestado en las últimas décadas una significativa variación en su desarrollo pese a la inmutabilidad de las mayorías religiosas efecto de, según palabras de Morris (2009, citado en Valle y Rodríguez, 2013, p. 17) “la resistencia al establecimiento de estructuras institucionales formales, (que) recalca la experiencia religiosa personal y por ende la autoridad puramente individual, y sus intereses se refieren principalmente a este mundo, con el correspondiente acento en la magia ritual, la curación espiritual y la autorrealización”. Lógicamente en línea con esta declaración, sería casi impensable experimentar actividades ayurvédicas o prácticas espirituales orientales, a inicios del siglo pasado en un ámbito turístico ordinario de occidente, no obstante a raíz de la nueva cosmovisión de finales de siglo XX generada por “las demandas propias de la sociedad, el desarrollo de los intereses o preocupaciones espirituales y existenciales, (...) que existen dentro del denominado tiempo libre” (Heintzman, 2002 citado en Farfano *et al.*, 2018, p. 170) es posible acceder a variadas actividades que se universalizan en un determinado espacio turístico donde confluyen prácticas de diversas creencias o religiones, nacionalidades y ciencias que, favorecidas por la globalización han florecido a lo largo y ancho del mundo dando origen a un incremento y diversificación en la oferta de spas, hoteles y centros de bienestar.

Ayurveda

Indagar en esta costumbre ancestral requiere de varios estudios abocados a su materia dependiendo el enfoque que se le quiera dar. Tal es la importancia de esta práctica médica que en la década del 90 el Ministerio de Salud de la India dio origen al departamento (AYUSH) cuyas siglas refieren al Ayurveda, Yoga, Unani, Siddha y Homeopatía (Junge, 2012). El ayurveda es mucho más que recibir una terapia específica (de las cuales se podría escribir un libro entero),

es sobre todo un estilo de vida, orientado al cuidado, equilibrio y sanación del cuerpo, mente y espíritu en una esfera holística, que consiste en dos ramas: una terapéutica mediante el uso de productos naturales de hierbas y minerales aplicados bajo métodos tradicionales y por otro, una serie de prácticas o modos de vida sobre la alimentación, higiene, descanso, y otras que debe llevar a cabo el individuo periódicamente (Freidin, Ballesteros y Echeconea, 2013).

De acuerdo con Junge (2012, p. 73) quien indagó sobre la etimología de esta palabra, se puede saber que la misma “se compone de dos raíces: Ayu, que significa vida en un sentido amplio y Veda, que se traduce frecuentemente como ciencia”. Otro detalle que arroja este autor es que se sabe por medio de textos antiguos, que el origen de la práctica se germinó en el Valle del río Indo hace más de dos milenios. En la actualidad en diversos puntos del mundo es posible encontrar espacios, movimientos y lugares ayurvédicos, incluyendo algunos netamente turísticos y abocados a este estilo de vida, por ejemplo en algunos puntos de Sri Lanka se encuentran hoteles ayurvédicos como el Lanka Princess Ayurveda Hotel, cuya ambientación, gastronomía y actividades se centran en dicha práctica, lo que genera por sí sola una oportunidad de implementación a modo de captar su demanda.

Yoga

De similar origen y parentesco con el ayurveda, el yoga también es una práctica védica que tiene sus orígenes hace milenios y cuya cuna se asienta en la actual India. Fue desarrollada por las primeras civilizaciones de aquel territorio y luego su práctica se implementó en diversas religiones o estilos de vida como el hinduismo y el budismo respectivamente. El yoga se occidentalizó finales del siglo XVII cuando Inglaterra colonizó India provocando que sus soldados y diplomáticos tomaran contacto con esta terapia y la llevaran a su país (Iñiguez-Castillo, 2019).

Esta práctica es reconocida como integrante del mundo bienestar por la Global Wellness Institute (GWI) por lo que ha tomado mayor transcendencia aplicándose tanto en la vida cotidiana de las personas como del turismo. Si bien existen varios “estilos que van desde un tradicional Kundalini o Hatha, pasando por modernas metodologías como Bikram o Iyengar” (Iñiguez-Castillo,

2019 p. 8), el yoga consiste en la unión del cuerpo, mente y alma mediante diversas técnicas de posiciones conjugadas con la respiración. A su vez, van surgiendo nuevas modalidades que se combinan con otras técnicas, como el reciente aquayoga.

Baño forestal

Inspirado en la tradición budista, surge finales del siglo pasado en Japón como respuesta a los problemas sociales del estrés urbano. Esta práctica terapéutica tiene de sustento el “uso de los recursos forestales para fines recreativos y como atracciones turísticas de bienestar tiene beneficios positivos para las personas involucradas a través de la relajación y mejoras tangibles de la salud” (Lim, Kim, Lee, 2016, p. 3). Consiste en dar un paseo por el bosque, selva o parque y contemplar los elementos naturales del entorno disfrutando de todo lo que ello proporciona mediante el uso de los cinco sentidos (Sancho y de Magistris, 2018).

Qi gong

Es un conjunto de ejercicios respiratorios y energéticos asociados a una meditación profunda que forma parte de la medicina china cuyo objetivo es reequilibrar el cuerpo la mente y el espíritu por medio de las energías cósmicas (Viegas y Viegas, 2019).

Tai Chi chuan

Es un conjunto de movimientos circulares acompañados de una respiración pausada que tienen como objetivo producir un equilibrio interior y mayor estabilidad mental y emocional (Viegas y Viegas, 2019).

Reiki

Es una terapia esotérica japonesa que propone activar la energía vital (ki) y la energía universal (rei) a través del posicionamiento de las manos de un terapeuta sobre las zonas afectadas del cuerpo del paciente desbloqueando su energía (Viegas y Viegas, 2019).

2.7. Experiencias en el turismo de Bienestar

La poeta afroamericana Maya Angelou dijo: “las personas olvidarán lo que dijiste o lo que hiciste, pero nunca olvidarán como las hiciste sentir”. Y es ese el fruto de realizar una actividad de bienestar en el lugar, el espacio, y con elementos y personas adecuadas lo que convierte a una experiencia en memorable: el sentimiento de bienestar.

La idea de “isla paradisíaca” o lugares relacionados a la vida placentera y tranquila fue el sueño de muchos exploradores de la historia y hoy, de turistas (Cardona, Criado y Cantallops, 2015). De más está recalcar que las personas que realizan viajes turísticos van en busca de nuevos conocimientos, saberes, culturas, sabores y costumbres, en sí, nuevas experiencias. Y como se mencionó anteriormente, dicho bienestar no es exclusivo de la modalidad así denominada, sin embargo, los desplazamientos cuyo motivo radica en la salud, bienestar, espiritualidad o religión cargan sobre ellos un mayor significado simbólico que repercute de manera directa en los sentimientos más profundos del ser. Los turistas viajan para obtener experiencias únicas y especiales que incluyan cultura, naturaleza, educación, placer e interacción social (Shedroff, 2008; De Rojas y Camarero, 2008 citados en Mateos, 2013). Por tanto, un viaje no acaba al regresar a la rutina de la vida cotidiana, la experiencia turística vivida perdura en el tiempo a través de narraciones, recuerdos y fotografías, y este retorno debe significar para el viajero una “persona diferente”, ya que si luego de atravesar el proceso “ritual” del viaje o de alguna actividad concreta no marca una renovación, crecimiento o aprendizaje, el episodio turístico fue meramente en vano (Pezzi y Vianna, 2015). Mediante lo expuesto y bajo el lineamiento de este trabajo se podría definir a la experiencia turística como el acervo de sensaciones físicas, espirituales e intelectuales propias de cada sujeto que percata placer, satisfacción y autorrealización en determinado momento ante cierto estímulo, siendo estos sentimientos los que se tornan memorables. Según Mateos (2013), la categorización memorable está dada “por el placer intenso, la libertad de elección, la fantasía, la espontaneidad, la aventura y entretenimiento especial, la pérdida de la noción del tiempo y el

afloramiento en última instancia de los sentimientos de autorrealización” siendo todos estos componentes los que condimentan una actividad o práctica que sea generadora de una experiencia memorable y brinde bienestar al turista durante su desarrollo y después de ella.

2.7.1. Experiencias significativas

Para gran parte de la sociedad occidental el compartir tiempo con la naturaleza no es costumbre. Escaso es el hábito de los individuos a pasar tiempo consigo mismo, con su yo espiritual e interior y dedicando un espacio en sus días para realizar actividades de bienestar. Anteriormente al principio de este capítulo se hizo referencia a que no era finalidad de este trabajo convertir a los hoteles en instituciones hospitalarias, sin embargo de aplicarse estas prácticas alternativas si estaría bien adjudicarles un simbolismo de “escuela de bienestar”. Si los hoteles vacacionales que implementen estas terapias pueden ir más allá del rédito económico y generar sensaciones *in situ* y pos viaje en los turistas, formarán junto con la práctica en sí, un todo dentro de la experiencia.

Sin embargo, si además de haber logrado en el turista una experiencia única y memorable en sus vacaciones digna de ser contada a sus seres queridos, se le anexa la posibilidad de que regrese a su lugar llevando consigo mucho más que recuerdos y satisfacción, se le está brindando un “plus”. Es decir, una *experiencia de vida* tan significativa que sea aplicable en el transcurrir de su existencia y sea sin duda, una experiencia imborrable, que será memorable a través de los pensamientos al mismo tiempo de factible de llevarse nuevamente a la acción, esto es, prácticas, actividades y terapias de bienestar que se incorporen al estilo de vida del viajero y las pueda experimentar en su residencia habitual.

Por ejemplo, en gemoterapia como se detalló anteriormente, existen diversos usos de aprovechamiento energético de las piedras-gemas, entre ellos un masaje de piedras calientes realizado por un terapeuta profesional, en un ambiente cálido y adecuado con un entorno paisajístico y la combinación de

otras terapias como podría ser un juego de aromas y colores, aromaterapia y cromoterapia respectivamente. Esta vivencia realizada en un espacio único que se desarrolla fuera del entorno habitual de quien la recibe, sería quizás (respetando las subjetividades) una *experiencia memorable* que resurgirá en el recuerdo propio e historias a terceros. Sin embargo, no es factible de revivirla a no ser que se regrese al lugar en donde se la experimentó o bien, aventurarse en otros lugares que ofrezcan similar o igual servicio, que en cierto modo y pensando en la economía, perduración y proyección turística es fundamentalmente la idea a lograr de cualquier empresa, gobierno, destino y/o persona vinculada a él.

Y es aquí en donde radica el plus. En este caso, a modo de ejemplo y continuando con las gemas, una práctica energética y saludable que se suele utilizar con estos materiales es preparar un elixir de gemas o carga iónica del agua que consta en tres pasos: limpiar impurezas negativas de la gema dejándola en agua corriente ya sea natural o artificial, luego exponiéndola al sol para su recarga y por último colocándola en un vaso con agua a la que, luego de un periodo de tiempo estará lista para su consumo (Morales, 2007). Como puede apreciarse, es una práctica sencilla que no requiere de mucho esfuerzo ni capital y que el profesional de bienestar designado en el hotel puede llevar a cabo, y sin paralizar la terapia anteriormente descrita (masaje de piedras calientes) sino que además, siendo complementaria e introductoria para inducir al turista a realizarla. Asimismo y de destacada importancia, es que por medio del ejemplo plasmado de la práctica de ionización se obtendrá una familiarización entre huésped-hotel al momento de otorgarle al turista un rol activo y participante, pues es él/ella quien escogerá una gema y realizará el proceso del cual beberá su propia agua “cargada” energéticamente, siendo éste un acto a ser considerado novedoso, divertido, social-integrador y con cierto tinte místico y ritual.

2.7.2. Rol del profesional en la generación de experiencias

La participación en experiencias turísticas de profesionales capacitados en el bienestar es condicionante a la hora de obtener resultados satisfactorios. Los recepcionistas, guías, profesores y terapeutas que se desempeñan en el hotel y que “no transmiten emociones, amor por el patrimonio y la cultura local o pasión por el territorio que se enseña al turista, no conseguirán conectar con el visitante y facilitar a éste una experiencia vivencial” (Matos, 2013, p. 14). Y esto se enfatiza en los espacios de bienestar, ya que en la mayoría de las prácticas se requiere de terapeutas especializados que ejerzan su labor y cumplan con el servicio ofrecido, y para la generación de experiencias significativas es primordial y necesario que el profesional sea conocedor de los objetivos que se esperan lograr en el sentimiento del turista, cumpliendo así además de su rol de experto en la práctica en sí, un papel de “acompañante emocional” lo cual no basta con tomar el voucher del cliente y realizar su trabajo, sino que esté abierto a la escucha de cuáles son las expectativas de la persona a tratar, qué espera sentir o qué lo/la motivó a realizar esa terapia, al mismo tiempo que dicha escucha es retroalimentada de una explicación fehaciente cargada de un contenido si bien teórico-práctico de tinte académico, pero con un particular rasgo de sensibilidad emocional. Citando un caso presenciado en uno de los hoteles visitados, el instructor de aquagym instaba a sus asistentes a crear una relación emocional con el agua termal, recurriendo a la imaginación y los sentidos al comparar la calidez del agua fruto de las entrañas de la tierra con el estado fetal del vientre materno.

2.7.3. Consciencia plena

Sin embargo, no todo es responsabilidad del oferente ni todo el trabajo previo a la experiencia es de los profesionales de destinos y empresas que implementen actividades de bienestar. Parte del compromiso también recae en quien desea ser beneficiario de contar la experiencia, en este caso el turista. Es precisamente esta razón la que motiva a describir en este apartado una práctica de bienestar y no en el capítulo general que las engloba, y esto se debe a su significancia en cuanto a concepto al que se refiere el Mindfulness. También conocida en su traducción al castellano como *atención plena* o

conciencia plena, esta práctica tiene sus orígenes en la vida monástica de la meditación budista (también asociada a la meditación Vipassana) y fue introducida en Occidente por Jon Kabat-Zinn en 1978 cuando la aplicó terapéuticamente en la Universidad de Massachussets. En palabras de Moñivas, García-Diex y García De Silva (2012, p. 84) Mindfulness “significa prestar atención de manera consciente a la experiencia del momento presente con interés, curiosidad y aceptación”. Esta definición es por tanto dentro de esta investigación la línea de inflexión que otorga incumbencia al turista en cuanto a la significación satisfactoria de la propia experiencia. Un huésped-turista idealizado para un centro de bienestar sería aquel que ya ingresara con esta práctica de conciencia plena, es decir, que sea sensato partiendo de su propia y libre decisión de acceder a un hotel, centro y/o destino de bienestar, como así también al momento de programar cualesquier actividad, práctica y terapia de bienestar ofrecida en el lugar, de manera de predisponerse voluntariamente a ser co-creador de su propia experiencia memorable.

Caso contrario, o indistintamente de que el turista sea conocedor o no, la implementación de mindfulness en hoteles y centros de bienestar debería ser considerada e indiscriminada a las restantes terapias ya que aporta como se viene desarrollando, a que el sujeto enfoque su atención en un objeto determinado. Básicamente mindfulness es entrenar a la persona a reconocer sus propias emociones a cada instante focalizando su plena atención en lo que está haciendo o acontece en ese momento y así lograr que, “la experiencia sea plenamente coherente: conectada, abierta, armoniosa, activa, receptiva, emergente, noética, compasiva y empática” (Moñivas, García-Diex y García De Silva, 2012, p. 88). Dicha atención se centra en un primer momento en la respiración, para luego observar las sensaciones y sentimientos del “aquí y ahora”. Sin entrar en mayor profundidad en la relevancia de esta implementación en hoteles y centros de bienestar, queda abierto un interrogante para las ciencias socio-psicológicas sobre que tan necesaria y satisfactoria es el nivel de conciencia plena que debe tener una persona a la hora de realizar actividades de bienestar a fin de que sean eficientes, en pos de lograr una experiencia memorable.

Como se ha descrito a lo largo de este capítulo, es crucial la participación del turista en el proceso de concebir experiencias de bienestar dentro del ámbito turístico, ya que el estado de bienestar es sobre todo subjetivo y mensurable de cada individuo y no impuesto o medible a nivel social. Por ende, el oferente no puede garantizar que determinado hecho sea generador de una experiencia significativa pero sí, crear las condiciones para que ésta se dé, entre ellas como señalan Fuentes, Moreno-Gil, González, y Ritchie (2015), involucrar al turista en factores externos; naturaleza principalmente, requerir el uso de los cinco sentidos, ofrecer autenticidad, diversión, un entorno socialmente agradable y de participación comunitaria, aportar libertad al autodescubrimiento y transformación personal y por último, invitar al aprendizaje e intercambio de valores.

2.8. Implementación de actividades bienestar en hoteles

Sobre la idea de que los atractivos turísticos y las experiencias que se generan son el motor motivacional por el cual las personas visitan un determinado destino turístico, es de interés central para este trabajo desarrollar los lineamientos de gestión e implementación pertinentes. La implementación de un nuevo producto-servicio es un trabajo conjunto del análisis de oferta y demanda. Que para la presente investigación incluye la variable hotelera como parte oferente y los turistas del lado de la demanda, entrelazados por la incorporación de actividades de bienestar que para su implementación deberá abocarse en este apartado a ciertas herramientas del marketing, solo a modo de plasmar teóricamente la potencialidad del objetivo general de la presente investigación, relegando a futuros trabajos de mercadotecnia el “como” de la cuestión.

Al desarrollar un programa de implementación de actividades de bienestar debe aprovecharse considerando la futura comercialización, aquellos aspectos que puedan hacer distintivo al servicio que se está gestando. Entre ellas, prácticas importadas y/o locales pero que sin duda sean de especial interés para la demanda. A modo de entrar en detalle para tratar este tema aunque sin

un desarrollo en profundidad, es necesario recurrir a las ciencias de la comercialización. En esta línea Otero y González (2011, p. 4) hacen mención a dos variables del marketing turístico: la ventaja comparativa y la competitiva, la primera de ellas “hace referencia a todos aquellos recursos existentes en el territorio y que son valorizables, mientras que las ventajas competitivas se relacionan con la habilidad de los destinos turísticos para usar eficientemente esos recursos y añadirle valor”. En específico de competitividad se trata si hacemos referencia al objeto de estudio: hoteles que ya cuentan con un recurso existente (termas) y desean generar valor adicional mediante la implementación de actividades y terapias de bienestar.

En este capítulo de marco teórico se han descrito algunos comportamientos del turista contemporáneo, entre ellos, que concibe a su tiempo libre como una oportunidad para aventurarse a nuevas vivencias que favorezcan su crecimiento espiritual y potencien sus conocimientos. La experiencia de mero “espectador” evolucionó hacia un participante activo en sus propias vacaciones. En este sentido la implementación de actividades por medio de la animación turística dentro de los hoteles juega un destacado rol, ya que se trata de un “conjunto de técnicas sociopsicológicas y actividades que se producen en instalaciones turísticas (...) encaminadas a proporcionar una estancia divertida y placentera; estimulando y posibilitando la participación directa o indirecta, mediante la utilización de los recursos humanos y materiales” (Abreu Hernández 2005, citado en Hernández Escobar, 2013). En esta línea es de resaltar en caso del Hotel Termal Sangay localizado en la comunidad de Agua Santa (Ecuador) donde, junto con su Spa se distingue de la competencia por ofrecer servicios fundamentados en terapias ayurvédicas. Sobre esta modalidad y apoyándose en herramientas de marketing ofrecen un producto cuyas actividades responden al “blossoming women”; evento para mujeres que “con la guía de un coaching se llevan a cabo las sesiones en donde el guía actúa como catalizador para reconectar a las mujeres para potenciar su fuerza interior” (Montenegro Rosero, 2018, p 21). Además, si sobre esta oferta se consideran factores como el folklore de la población local, el paisajismo natural y arquitectónico del lugar, y el recurso de las aguas

termales, puede tornarse en una propuesta entusiasta para aquellos que procuren un crecimiento en su persona.

Por tanto la “clave” está en encontrar un equilibrio entre disponer hacia los turistas cosas novedosas que enriquezcan sus conocimientos y puedan ser activos participes de co-crear sus propias experiencias, ofreciendo actividades alternativas dirigidas al plano somático/espiritual, donde se utilicen recursos naturales de ser posibles autóctonos, a modo de otorgar originalidad única al lugar en donde, si el turista desea repetir la experiencia deba volver donde la vivió por primera vez. Sobre la relación entre actividades en destino y el turista, Hernández Escobar (2013, p. 18) se refiere a que este último busca “relacionarse con las comunidades locales y conocer sus tradiciones, lo cual obliga a los gestores hoteleros a diseñar sus programas de animación teniendo en cuenta los elementos representativos de la cultura del territorio donde se desempeñan.” Como el caso de los hoteles Marival y Gran Velas en la Riviera Nayarit (México) donde por medio de un estudio académico se pudo apreciar la utilización de recursos naturales locales en sus respectivos spas tales como: “café, cacao, vainilla, romero, sándalo, algas marinas, barro volcánico y piedras volcánicas, que son parte fundamental de los tratamientos y masajes” (Quizá, García y Ortiz, 2016, p. 4). A su vez, los autores citados recalcan la existencia de otros recursos naturales autóctonos que se encuentran en la región y que a pesar de sus propiedades benéficas aun no han sido utilizados, como diversas hierbas aromáticas, frutas, árboles, flores, sales marinas, entre otros que podrían ser empleados en masajes y variadas terapias naturales como así también en rituales ancestrales involucrando a los lugareños y siendo un turismo propicio para el desarrollo local.

En línea a las variables fundamentales; oferta y demanda, qué se ofrecerá y para quién, es preciso conocer al segmento consumidor de actividades bienestar. El Observatorio de Terapias Naturales (OTN) en España, informó a través de un estudio desarrollado en 2008 que el 95,4% de la población de dicho país, sabe de la existencia de alguna terapia natural y de los cuales, el 23,6% ha hecho uso de ellas por lo menos una vez, y siendo este público

principalmente mujeres de entre 30 a 50 años y de mediano a alto poder adquisitivo (Valle y Rodríguez, 2013). Podría incluirse también a los jóvenes de la “new age” o “Era de Acuario” (en referencia a los nacidos en el inicio del nuevo milenio) quienes tienen tendencia a adoptar religiones y creencias minoritarias, medicinas tradicionales y/o estilos de vida como el veganismo.

Como fue mencionado anteriormente, para la implementación de actividades bienestar en hoteles resulta de suma importancia la puesta en marcha de un plan direccionado hacia dicho objetivo, con programas que incluyan las terapias y actividades que el hotel ofrece. Dicho programa debe ser diseñado por expertos en las temáticas abordadas, pudiendo ser los mismos profesionales que las imparten, en conjunto con la gerencia del área, en coordinación con los demás departamentos y la gerencia general. Para ello el reconocimiento de los recursos naturales, culturales e identidades locales son imprescindibles. Ya que las experiencias serán lógicamente diferentes si se tiene en consideración y se incorporan al producto, factores como el clima, relieve, vegetación, arquitectura, costumbres entre otras. Esto es, utilizar todo lo que se disponga a fin de crear un producto exclusivo ya que, no es igual para quien toma una clase de yoga en un hotel de playa con el sonido del mar de fondo, que para quien realiza la misma clase en un hotel de selva cuya naturaleza se exprese a través del canto de aves. Y no se trata de por el afán de atraer turistas y generar rédito económico, promocionar falsificaciones de identidad o producir escenas artificiales que, puedan generar confusión sobre la esencia de la actividad en cuestión o de la autenticidad de la cultura y/o naturaleza local. Sino que, implementando actividades bienestar y desarrollándolas en su originalidad, la propuesta se asiente sobre la autenticidad local del destino y hotel en particular.

Metodología

Tipo y Nivel de la Investigación: Cualitativa – Descriptivo

Unidad de Análisis: Hoteles de 3* a 5* de Termas de Río Hondo

Identificación de las principales variables:

- Implementación de turismo bienestar
- Hoteles termales

Técnicas e instrumentos de análisis:

Se presentan a continuación las acciones, métodos y técnicas, que se llevaron a cabo para la realización de la presente investigación y el tratamiento de sus objetivos. Para el primer y cuarto objetivo, la principal información se recabó del relevamiento efectuado a los hoteles termales de 3* a 5*. Para ello, se solicitó a la Secretaría de Turismo local el listado de los establecimientos inscritos y habilitados, para luego encuestar a los dueños, gerentes o personal a cargo de los mismos, y así conocer la cantidad y tipo de actividades que se ofrecen en sus respectivos establecimientos. Dicha encuesta se realizó mediante un formulario de Google y se envió por e-mail. Paralelamente, se exploró las redes sociales y páginas web de los hoteles a fin de recabar mayor información y corroborar lo expuesto por los entrevistados, al mismo tiempo que dicha exploración sirvió para analizar cómo y de qué manera ofrecen sus servicios y son vistos por los futuros turistas. Por otra parte, se les consultó respecto al grado de interés y receptividad a recibir capacitaciones e implementar actividades de turismo bienestar o bien, si ya cuentan con ellas, la posibilidad de diversificar la oferta a través de nuevas prácticas.

Con en el segundo objetivo, se buscó material bibliográfico (marco teórico) sobre la temática estudiada, además de datos obtenidos en las entrevistas del párrafo anterior, como así también un relevamiento virtual a sitios web de hoteles termales de lugares claves y afines a este estudio.

Para el cumplimiento del tercer objetivo, se tenía previsto desarrollar una breve encuesta estructurada y de manera aleatoria, a turistas que se encontraran alojados en hoteles termales de 3* a 5 * de la ciudad, a fin conocer sus gustos sobre las actividades bienestar y su implementación en hoteles.

Objetivo que se vio truncado debido a la pandemia y que queda abierto a futuras investigaciones.

Capítulo III: caso de estudio

3. Universo de estudio: Termas de Río Hondo

3.1. Localización

La ciudad de Las Termas de Río Hondo (TRH) se localiza en el departamento homónimo de la provincia de Santiago del Estero, Argentina. Se desconoce su verdadera fecha de fundación, sin embargo se celebra un acto conmemorativo los 6 de septiembre fecha que coincide cuando la localidad fue declarada municipio en 1954. Con sus 54.867 habitantes (INDEC, 2010) es la tercera ciudad en tamaño y población de la provincia luego de la capital provincial; Ciudad de Santiago del Estero, seguida de La Banda, ambas a 65 km. TRH se sitúa a ambas márgenes de la ruta nacional (RN) N° 9 la cual conecta dentro del territorio argentino la ciudad de Buenos Aires con La Quiaca, y continúa su curso hasta la ciudad de Panamá, por lo cual es uno de los caminos más extensos del mundo e importante vía de comunicación. A su vez, la ciudad de TRH es dividida por el curso del río Dulce o en idioma original (quichua) “Mishky Mayu” sobre el cual fue construido el embalse Río Hondo en 1967 siendo hoy su paredón; “el Dique” la postal de la ciudad.

TRH se encuentra asentada sobre un acuífero que contiene aguas termomineromedicinales, siendo éste el recurso que le ha dado vida turística a la ciudad. A modo general es el principal polo turístico de la provincia, y en la modalidad termal de la cual se destaca, es el mayor centro turístico termal del país lo que la llevó a ser declarada por medio de la ley 27.157 sancionada en el año 2015, Capital Nacional del Turismo Termal. Además, de ser nombrada como el “Spa termal más grande de Latinoamérica”. Esta preponderancia es otorgada como se desarrollará en este capítulo, gracias a las virtuosas propiedades de sus aguas como así también al caudal de su acuífero el que además de alimentar los más de 200 alojamientos turísticos, abastece también a todos los domicilios particulares lo que la convierte en una “ciudad termal”. Sobre esto último es de suma importancia aclarar, que a diferencia de otros destinos termales TRH no cuenta con un “complejo termal” como podría encontrarse en otros lugares que ofrecen esta modalidad turística, sino que el

turista recibe los beneficios del agua en la bañera de su habitación y/o piscinas del establecimiento hotelero, lo que genera una estrecha dependencia del turista hacia el hotel.



Figura I. Ubicación de la Pcia. de Santiago del Estero, en la República Argentina.

(Fuente: Wikipedia, 2020)

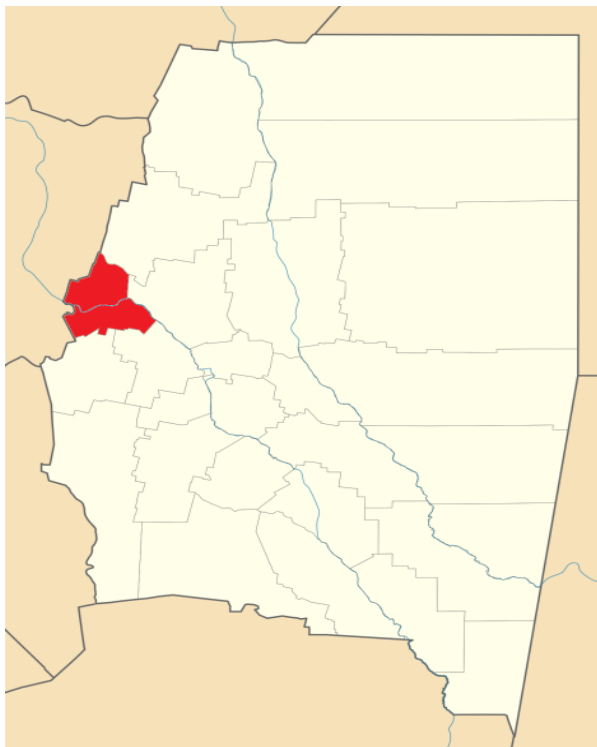


Figura II. Ubicación del Departamento de Río Hondo, en la Pcia. de Santiago del Estero.

(Fuente: Wikipedia, 2020)

3.2. Historia

Al momento de este trabajo académico es imperioso hacer mención de la escasa bibliografía en la que se refiera a esta ciudad, abarcando las temáticas de historia, geografía, turismo y otras que permitan una mayor profundidad para su conocimiento.

El espacio donde se asienta la ciudad de TRH fue territorio de diversos pueblos originarios, entre ellos los Tonocotes que eran cazadores/recolectores. Para la fecha de llegada de los españoles quienes establecieron postas en la región como Vinará y Miraflores (17 km de TRH), el territorio ya había sido explorado por los Incas, antiguos conocedores de las bondades de estas aguas termales Yacu Rupaj (aguas calientes) a las cuales frecuentaban (Herrera, 2011) realizando pozos de 1,00m de profundidad donde brotara el elemento curativo.

El origen del nombre de la ciudad se derivaría en cuestión a que los afluentes termales se encontraban en cercanía a la antigua Villa Miraflores, de ahí a que la ciudad no sea “Termas de Miraflores” se debe a la leyenda sobre San Francisco Solano, quien dirigiéndose a la ciudad de Tucumán para construir un templo pasó por Miraflores encontrando las aguas del río Dulce con abundante caudal, ante este hecho el santo se pronunció: “río hondo no impedirás nuestro paso”. Ante sus palabras no solo las aguas del río descendieron y el justo hombre pudo cruzar, sino que el nombre original de la villa en cuestión mudo a Villa Río Hondo (Herrera, 2011) y en efecto, los manantiales termales a “Las Termas de Río Hondo”. Finalmente y ya no parte de la leyenda, la villa pasó literalmente a la historia cuando en la década del 60 del siglo pasado, se construyó el Embalse Río Hondo sepultando la localidad entera bajo sus aguas. En referencia a la leyenda descripta, actualmente la ciudad de TRH tiene un barrio denominado Agua Santa en el que sobre su plazoleta central es posible apreciar la imagen de San Francisco Solano, adyacente a ésta se halla una vertiente natural de agua mineral (no termal) apta para consumo y la cual según narran, fue el mismo santo quien la hizo brotar para proveerse de agua.

A mediados del siglo XIX comenzaron a llegar los primeros visitantes a hacer uso de las aguas, sin embargo cabe recalcar que “muchos se instalaban en carpas o ranchos ya que no había pensiones, hoteles ni otras instalaciones imprescindibles” (Herrera, 2015, p. 4). Con el pasar de los años, la popularidad de sus aguas y el hecho como se mencionó de antaño que la ciudad sea atravesada por una importante ruta nacional, hizo que respectivamente, se realicen análisis de las propiedades minerales de sus aguas y que comiencen a asentarse los primeros establecimientos hoteleros que servían de parada para viajeros cansados, como también a los primeros turistas termales. Sea cual fuere el caso bañistas de todos modos, ya que según un estudio realizado en 1928 por los doctores químicos Corti y Álvarez en el que catalogan a estas aguas como reconstituyentes y sedativas, ningún foráneo se negaría un baño. Fue a partir de la primera década del siglo XX que abrieron sus puertas los primeros hoteles termales, entre ellos según registros el Hotel Roma.

3.3. Recurso hídrico termal

Sobre el origen geológico de estas aguas termales Baldis *et al.*, (1983 citado por Herrera, 2011) sostiene que el proceso de subducción generado por la placa de Nazca debajo de la placa continental Sudamericana, provoca fallas en el subsuelo de la llanura Tucumana-Santiagoña ocasionando los afloramientos termales en la superficie. Asimismo, Herrera (2011, citando a Terribile, 2007) plantea que la procedencia de las aguas que abastecen al acuífero “termeño” provienen de las precipitaciones en las Sierras del Aconquija (Provincia de Tucumán, al norte de Sgo. del Estero), donde las lluvias casi permanentes decantan sobre la selva subtropical de yungas proporcionando constante agua a pequeños ríos, cuyos cauces desembocan en el río Dulce y/o Embalse de Río Hondo. Sobre esto Santillán (2005, p. 5) plantea que:

“la zona de recarga del sistema de estos acuíferos termales se localizaría en dos cuencas de alimentación: cuenca de “Los Sosa” y cuenca de “Lules”. Las mismas, con una superficie de aproximada de

1.200 km², se ubican dentro del clima Subtropical Serrano y reciben un aporte pluviométrico de 3.200 mm anuales”

Sin embargo, existen teorías más recientes sobre la posibilidad de que sea el mismísimo Acuífero Guaraní el que se extendería hasta los actuales territorios de Santiago del Estero y Tucumán, esta hipótesis planteada en Borghetti, Borgueti y da Rosa (2011) aún está por definirse.

Desplazando al supuesto origen de abastecimiento del acuífero, se tiene conocimiento de la existencia de nueve capas freáticas a distintas profundidades y por ende temperaturas y propiedades químicas. De este modo Santillán (2005, p. 6) al referirse al respecto expone que estas aguas “tienen características de mesotermiales, varían de 30 a 50 grados de temperatura y tienen moderada mineralización y radioactividad. En cuanto a su composición están clasificadas como alcalina-bicarbonatada- clorosulfatada –ferruginosa”. Asimismo, cabe mencionar que las tres capas más profundas son aguas de alta salinidad y mayor temperatura pudiendo oscilar los 57 grados (Herrera, 2015). Esto da cuenta de la importancia a nivel nacional que posee esta ciudad como destino turístico termal.

Entre los beneficios que se les atribuyen a estas aguas se pueden describir:

- Estimulan las defensas del organismo.
- Depuran la sangre, eliminándose las toxinas y productos de desechos por la sudoración y diuresis que provocan.
- Reactivan el metabolismo retardado en muchos reumáticos.
- Tienen poder desestabilizante sumamente útil, considerando la participación alérgica en el orden de las afecciones reumáticas.
- Estabiliza el sistema termorregulador, de enorme importancia en el reumático que ha perdido su capacidad de reaccionar y adaptarse a los cambios del medio ambiente.
- Su poder analgésico y calmante de dolores es bien conocido.

- Relajan los músculos y por su acción revulsiva y resolutive, actúan sobre los edemas, tumefacciones y procesos crónicos fibrosos.
- Sedan el sistema nervioso.
- Reconstituyen y tonifican.
- Modifican el terreno reumático en modo significativo

3.4. Atractivos turísticos de TRH

Además del recurso hídrico termal, principal atractivo de la ciudad y que le da preponderancia turística, TRH cuenta con vastos atractivos que se acoplan como oferta complementaria al citado turismo termal o que en algunos casos son atrayentes de demanda por sí mismos. A continuación, se listarán los recursos y atractivos naturales y culturales que se registraron mediante entrevistas en Secretaría de Turismo (2019), sin embargo, solo se describirán en mayor detalle aquellos que para esta investigación se consideran de utilidad para el objetivo planteado.

- Autódromo Internacional de Termas de Río Hondo: inaugurado en 2008 es el más grande e importante autódromo de la República Argentina y el segundo en Latinoamérica superado por el de San Pablo (Brasil). Congrega los eventos automovilísticos más importantes de la región entre ellos y por siete años consecutivos (2014-2020) el Moto GP, reuniendo a más de 100.000 turistas durante su desarrollo. Cabe destacar que dentro de su predio de 150 hectáreas se halla el mayor Museo del Automóvil del país y el Hotel “Termas Uno” de categoría 4*.
- Termas de Río Hondo Golf Club: en cierta línea con el anterior, esta cancha de golf fue inaugurada en 2018 con la finalidad de atraer grandes eventos deportivos y diversificar la oferta de la ciudad, que por sus dimensiones y características particulares se posiciona junto con la de S. C. de Bariloche dentro de las más cotizadas del país.

- **Eventos programados:** TRH cuenta con varios eventos distribuidos en el calendario anual a fin de quebrar con la estacional invernal que generan las aguas termales. Entre los eventos se citan: Festival Nacional del Canasto, Fiesta Regional de la Cerveza Artesanal, Concurso de Asadores de Cabrito, Los Corsos del Norte, entre otros. Asimismo, la ciudad posee en Centro Cultural Gral. San Martín en el cual todos los meses del año se desarrollan diversos encuentros culturales, congresos académicos, presentaciones de artistas, etc.
- **Embalse de Termas de Río Hondo y el Dique Frontal:** El embalse de 33.000 hectáreas es el mayor reservorio de agua dulce de la provincia. Entre las actividades turísticas que en él se realizan se encuentran la pesca y la realización de deportes náuticos. Su paredón, el llamado Dique Frontal es uno de los atractivos más visitados para la realización de fotografías.
- **Río Mishki Mayu:** uno de los dos ríos más importantes que tiene la provincia y el cual abastece al embalse de Río Hondo. Además de proveer agua para consumo humano posee una rica y variada fauna ictícola que comprende 24 especies autóctonas.
- **Isla Tara Inti:** La isla se encuentra en el río Mishki Mayu, el mismo que atraviesa la ciudad. Para llegar a ella hay que recorrer los 3km de costanera que separan la ciudad del puente peatonal que accede a dicha isla. La misma fue declarada en 2012 reserva recreativa natural por su exquisita flora autóctona y la presencia de decenas de especies de aves migratorias que hacen escala en ella para descansar y alimentarse. Cuenta con una pasarela construida en madera que recorre 1200 metros dentro de 3 hectáreas del total de 24 que posee.
- **Artesanías:** entre ellas la que más se destaca es la confección de cestería que se realiza con fibras vegetales únicas de la región como cogollo de

palma y gramíneas. Dichas artesanías son comercializadas por los propios artesanos que ofrecen sus productos en las plazas y veredas principales de la ciudad. Otra de ellas y en menor productividad, son los jabones artesanales producidos con las aguas y fangos originales de la ciudad. Se retomarán estas dos producciones en el apartado de oferta bienestar local.

3.5. Unidad de análisis: hoteles termales de 3 a 5*

A la fecha (2020) se registran en TRH un total de 220 establecimientos de alojamiento (Secretaria de Turismo). Estos se distribuyen entre hoteles de una a cinco estrellas, aparts hotel, residenciales, complejos de cabañas y campings, además de departamentos que se alquilan de forma particular al visitante, especialmente en época de grandes eventos donde la capacidad hotelera queda saturada. Con respecto al objeto de estudio de esta investigación: hoteles termales de 3 a 5 estrellas, la categorización se compone de la siguiente manera:

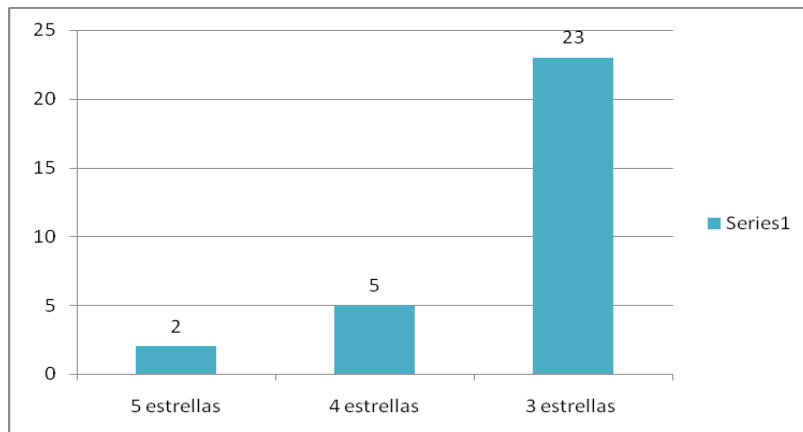
Cuadro II

Hoteles 5*
Amerian
Los Pinos
Hoteles 4*
Hostal del Abuelo
Los Cardones
Marina del Faro
Principado
Termas Uno
Hoteles 3*
Ambassador
América
City Hotel
Ciudad del Sol

Crillón
De las Artes
Dora
Eduardo V
Gran Habana
Hostal del Sol
Independencia
Internacional
La Fontana
Los Felipe
Monterrey
Nuevo Emperatriz
Nuevo Río Hondo
Panamericano
Platino
Pucara
Siglo sexto
Termal Río Hondo
Termas de Miraflores

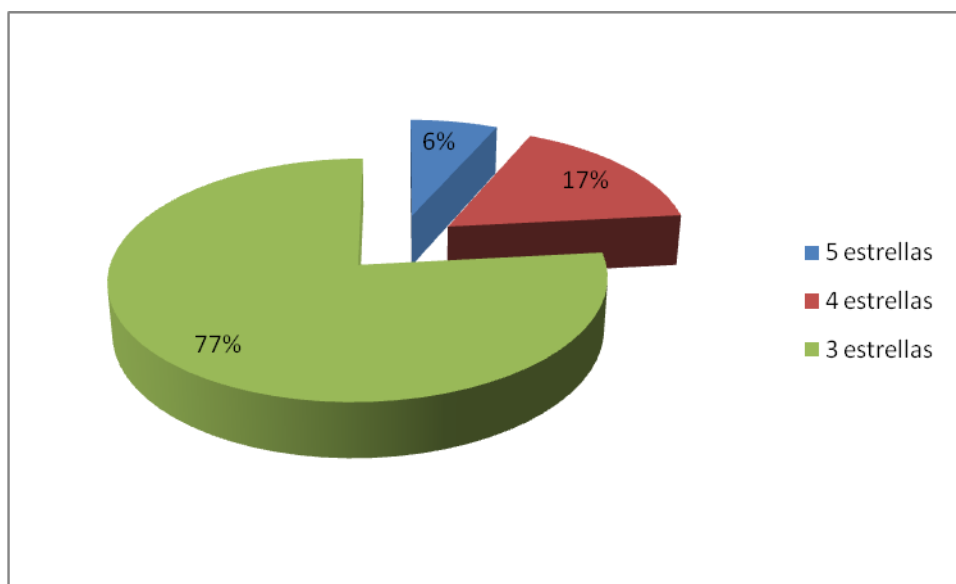
Lo que determina la cantidad de: dos hoteles de categoría 5*, cinco hoteles de 4* y veintitrés de 3*. Esto proporciona un total de treinta (30) hoteles a analizar.

Figura III



Cantidad de hoteles por categoría

Figura IV



Porcentaje de hoteles en relación a su categoría

3.6. Oferta actual de actividades en hoteles termales de TRH

Para el siguiente apartado se realizaron visitas *in situ* a determinados hoteles y además se consultaron sus páginas web y redes sociales. A modo de resumen, se elaboraron cuadros que integran las instalaciones y servicios de todos los hoteles de cada una de sus categorías.

Hoteles 5 estrellas

Ambos establecimientos poseen página web y perfil en redes sociales por donde además de hacer publicidad muestran sus instalaciones y servicios. Asimismo, es abundante y positiva la respuesta que reciben de clientes (y potenciales) en sus publicaciones.

En la sección *servicios* de sus respectivas páginas webs se encuentra detallada la gran variedad de instalaciones termales y de actividades que estos hoteles ofrecen. Entre las primeras: diversas piscinas con agua termal, solárium, jacuzzi, spa termal, sauna turco y finlandés, entre otras. Con respecto

a las actividades se detallan las de recreación (divididas por segmento etario), clases gimnásticas y musicales, y actividades de spa y bienestar como fangoterapia, masajes, podología, yoga, hidrogym, entre otras.

Describiendo particularmente el caso de Los Pinos, es un hotel de estilo colonial con más de 70 años y el único all inclusive de todo el norte argentino. Posee 134 habitaciones y aloja 300 huéspedes por día durante todo el año. Trabaja únicamente con particulares y cuenta con productos para varios segmentos de demanda como familias, parejas y amigos. Como lo describe su gerente general “es un hotel all inclusive con idiosincrasia argentina y del norte”. Posee dos hectáreas de parque en las que alberga variedad de piscinas termales y canchas de juegos (golf, padel, vóley), además de los spas, saunas y variada carta de actividades segmentadas por edad que incluyen desde actividades de granja para los niños a talleres de cestería y panificado para los adultos, dos actividades esenciales de la tradición local santiagueña. El complejo cuenta además en su interior con su propio teatro, cine, salas de artes y demás.

El segundo hotel cinco estrellas de la ciudad tiene el nombre de Hotel Amerian Carlos V y es un moderno hotel inaugurado en 2012. Su amplio spa denominado “Brisa Termal” posee todas las instalaciones para el bienestar que un hotel de su categoría puede brindar, combinado con equipamiento de última generación y personal capacitado.

Cuadro III

Hoteles 5 estrellas					
Instalaciones termales/spa					
Piscina externa	X	Hidromasaje	X	Sauna seco	X
Piscina climatizada	X	Jacuzzi	X	Sauna Húmedo	X
Chorros (varios)	X	Spa	X	Ducha escocesa	X
Cabina de masajes	X	Gimnasio	X	Salón multiuso	X
Servicios de Bienestar					
Fangoterapia	X	Masaje	X	Ayurveda	

		relax/descon.			
Algoterapia		Piedras calientes	X	Yoga	X
Vinoterapia		Tailandés		Reiki	
Gemoterapia		Masaje facial	X	Mindfulness	
Aromaterapia	X	Lomi / hawaiano		Caminatas	X
Musicoterapia	X	Watsu		Aquagym	X
Chocolaterapia		Masaje con bambú		Baño forestal	
Otras terapias		Otros masajes		Otras actividades	X
Otras:					

Cuadro de elaboración propia

Hoteles 4 estrellas

En observación de campo se pudo apreciar que todos ellos cuentan con página web propia (menos hotel Principado) y redes sociales. En ellas se describen los servicios que poseen como: piscinas termales con instalaciones como chorros y otros, solárium, jacuzzi, y algunos de ellos poseen spa (hidroterapia, ozono, sauna húmedo, finlandés, ducha escocesa, etc.) y gimnasio. A modo particular algunos aspectos a destacar de ellos son:

- En el caso del Hotel Termas 1, cuenta como se describe en su web con un Spa “tipo Hindú”. Es un moderno hotel de diseño vanguardista y tanto en su exterior, como interiores está tematizado al automovilismo dado que este establecimiento pertenece al autódromo internacional de TRH.
- El hotel Marina del Faro, por su ubicación a orillas del lago del embalse cuenta con vistas panorámicas al espejo de agua y además cuenta con un frondoso parque de 5 hectáreas con vegetación autóctona.
- Los Cardones es uno de los hoteles de esta clasificación que más aboca al servicio de Spa. Se puede apreciar en su sitio web una sección abocada a dicho servicio y en la que reluce las destacadas instalaciones que posee como: bañera de hidroterapia y ozono, sala de relax con cromoterapia y tumbonas calefaccionadas, ducha escocesa, ducha de sensaciones, sauna húmedo y seco, sala de fango terapia con patio de

secado natural, camino de piedras, pileta de crioterapia y pileta lúdica equipada con cuellos de cisne, jacuzzi, toberas, anillo de burbujas, entre otras.

- Hostal del Abuelo al igual que el anterior posee en sus instalaciones un amplio sector de servicios de spa y relax. Ofreciendo también actividades lúdicas en el agua.
- El Grand Hotel Principado es uno de los hoteles con mayor tamaño y capacidad hotelera de la ciudad (450 plazas). Ocupando toda una manzana, posee en su interior un amplio parque y piscinas con instalaciones termales.

Cuadro IV

Hoteles 4 estrellas					
Instalaciones termales/spa					
Piscina externa	X	Hidromasaje	X	Sauna seco	X
Piscina climatizada		Jacuzzi	X	Sauna Húmedo	X
Chorros (varios)	X	Spa	X	Ducha escocesa	X
Cabina de masajes	X	Gimnasio	X	Salón multiuso	X
Servicios de Bienestar					
Fangoterapia	X	Masaje relax/descon.	X	Ayurveda	
Algoterapia		Piedras calientes	X	Yoga	X
Vinoterapia		Tailandés		Reiki	X
Gemoterapia		Masaje facial	X	Mindfulness	
Aromaterapia	X	Lomi / hawaiano		Caminatas	
Musicoterapia	X	Watsu		Aquagym	X
Chocolaterapia	X	Masaje con bambú		Baño forestal	
Otras terapias		Otros masajes		Otras actividades	
Otras: cromoterapia (H. Los Cardones)					

Cuadro de elaboración propia

Hoteles 3 estrellas

En el caso de esta categoría es necesario dividir entre los hoteles tres estrellas superiores y los estándares. Entre las instalaciones que ofrecen algunos de los superiores como el Hotel Platino se encuentran servicios similares a los ofrecidos por los hoteles de categoría 4*, como: circuito hídrico de piscinas termales, jacuzzi, spa, sauna, sauna finlandés, ducha escocesa, gimnasio, solárium, etc. además de las instalaciones descritas, posee actividades como programas acuáticos. Sin embargo, el hotel citado es una excepción que se destaca en su categoría. Los restantes poseen circuito hídrico, jacuzzi y algún tipo de sauna.

Cuadro V

Hoteles 3 estrellas superior					
Instalaciones termales/spa					
Piscina externa	X	Hidromasaje	X	Sauna seco	X
Piscina climatizada		Jacuzzi	X	Sauna Húmedo	X
Chorros (varios)	X	Spa	X	Ducha escocesa	X
Cabina de masajes	X	Gimnasio	X	Salón multiuso	
Servicios de Bienestar					
Fangoterapia	X	Masaje relax/descon.	X	Ayurveda	
Algoterapia		Piedras calientes	X	Yoga	
Vinoterapia		Tailandés		Reiki	
Gemoterapia		Masaje facial	X	Mindfulness	
Aromaterapia		Lomi / hawaiano		Caminatas	
Musicoterapia		Watsu		Aquagym	X
Chocolaterapia		Masaje con bambú		Baño forestal	
Otras terapias		Otros masajes		Otras actividades	
Otras:					

Cuadro de elaboración propia

Al respecto de los estándares, en la mayoría de los hoteles de esta categoría solo se encuentra lo mínimo e indispensable para ser reconocido como hotel

termal. Es decir, piscina con agua termal y bañeras individuales con agua termal en las habitaciones (no se descarta alguna excepción).

Cuadro VI

Hoteles 3 estrellas					
Instalaciones termales/spa					
Piscina externa	X	Hidromasaje	X	Sauna seco	
Piscina climatizada		Jacuzzi	X	Sauna Húmedo	
Chorros (varios)		Spa		Ducha escocesa	
Cabina de masajes	X	Gimnasio		Salón multiuso	
Servicios de Bienestar					
Fangoterapia	X	Masaje relax/descon.	X	Ayurveda	
Algoterapia		Piedras calientes		Yoga	
Vinoterapia		Tailandés		Reiki	
Gemoterapia		Masaje facial	X	Mindfulness	
Aromaterapia		Lomi / hawaiano		Caminatas	X
Musicoterapia		Watsu		Aquagym	
Chocolaterapia		Masaje con bambú		Baño forestal	
Otras terapias		Otros masajes		Otras actividades	
Otras:					

A modo general, de los 23 establecimientos de esta categoría solo 6 cuenta con *página web* propia, lo que representa un 26%, los restantes hoteles se visualizan mediante una página web conjunta (www.termasriohondo.com.ar) que los promociona o directamente no poseen ninguna de estas opciones. Lo que resulta aún más llamativo es que algunos tampoco poseen redes sociales, sin embargo, otros que sí utilizan estos medios de comunicación cuentan además con área de marketing como por ejemplo el Hotel Ciudad del Sol.

Capítulo IV – Diagnóstico

4. Diagnóstico general

4.1. Caracterizaciones generales de la demanda termena

En base a estudios académicos previos que se han desarrollado sobre la temática turística termal en la ciudad de TRH, es posible plasmar una descripción generalizada sobre el tipo de turistas que visitan la ciudad y conocer las variables más significativas, tomando así los siguientes trabajos que se mencionan a continuación a modo de referencia.

En lo que respecta a la motivación principal de visitar la ciudad son sin duda las aguas termales, recurso generador de la actividad turística en TRH. Según el trabajo de Herrera (2011), el 45% de sus encuestados respondió que el factor *salud* era la razón de su viaje, continuado y no menos importante para este estudio el 27% que indicó ser la *recreación* su principal motivo. Los datos expuestos se corresponden a los del trabajo de Manzur (2011), quien recabó en su investigación que el 64% de los turistas encuestados veía en las *aguas termales* el motor impulsor de su visita. Continuado por la *tranquilidad* (16%) y el *clima* (15%). La citada investigadora aporta otros datos significativos en relación al rango etario y género, al exponer que el 80% de sus encuestados pertenece a la tercera edad, precisamente de 60 a 90 años, y que de éstos, el 61% son de sexo femenino y el restante 39% al masculino.

Además, resulta interesante para esta investigación parte de la recolección de datos de Manzur (2011), ya que es posible reconocer algunos gustos de la demanda y oferta de actividades hoteleras de hace una década, lo que a su vez permitirá realizar un análisis comparativo con los datos obtenidos en la presente investigación.

Entre los datos de interés para este estudio se destaca que en 2011 un 86% de los encuestados manifestó su interés por realizar actividades recreativas al llegar TRH, entre ellas: caminatas (33%), juegos (15%), clases de baile (13%), gimnasia (12%), clases de yoga (6%), actividades acuáticas (4%), entre otras.

Otro dato interesante es que solo el 28% de los encuestados manifestó contar con un programa de oferta de actividades en el hotel en donde se encontraban alojados, asimismo, un 70% de ellos confirmó su participación en dichas actividades. Lo que demuestra el alto interés de la demanda termeña por acceder a esta oferta. Sin embargo, el dato preocupante de este análisis es que un 72% de los encuestados no tenía acceso a realizar ningún tipo de actividad en el hotel donde se alojaban, y que, del total de los encuestados casi la mitad (45%) tenían su reserva en un hotel de 3 a 5 estrellas.

Si bien el citado trabajo consultó sobre las actividades recreativas, no aboca su estudio al turismo de bienestar, ni hace mención a ello. Por tanto, no se le preguntó específicamente a los turistas sobre actividades de bienestar, pero tampoco se reflejan mencionadas (a no ser por el mínimo porcentaje que nombró al yoga), lo que hace suponer, el casi total desconocimiento de dicha modalidad y sus actividades tanto en la demanda, como en la oferta termeña hace casi una década atrás.

Más reciente a la fecha de este trabajo, son los datos que aporta la encuesta que fue realizada por este autor (Pérez, 2019) a pedido de una agencia de excursiones local, cuyo fin era el de conocer los gustos de la demanda en relación a invertir su tiempo en el destino. De los 200 encuestados aleatoriamente, el 58% manifestó visitar el destino por primera vez, continuado por un 19% que lo hacía por su 2° a 4° vez. Un dato interesante es que un 43% indicó conocer y visitar otras termas del país, lo que hace alusión a un público “termalista”. Al respecto del *por qué* visita TRH, se le ofrecían al encuestado cinco opciones con posibilidad de indicación múltiple, el resultado es el siguiente (en cantidades de respuestas): salud (63), experiencias (35), destino económico (23), cultura y tradición (21) y cercanía (16). Por último destacar que un 81% manifestó la necesidad de ser informado en relación al recurso termal (cosa que prácticamente no ocurre), tales como: propiedades medicinales del agua (76), origen del agua (63), tiempo de baños (54), tipos de aguas y su composición (49).

4.2. Análisis de la demanda en relación a los hoteles

Cabe destacar que este trabajo planteaba en su programa, un estudio completo sobre la posible demanda de turismo de bienestar en TRH. El mismo, se llevaría a cabo mediante encuestas a los turistas de la ciudad. Dado que al momento de efectuarse este trabajo (año 2020) la actividad turística a nivel mundial se ha visto paralizada por la pandemia provocada por el Covid-19, y las restricciones de gobiernos como el de Argentina que ha cesado la actividad desde el 18 de marzo hasta el 1 de octubre, la temporada turística de TRH fue anulada, impidiendo que se llevase a cabo dicho estudio.

Por tanto y considerando, que el presente trabajo se aboca a la implementación de actividades de bienestar en hoteles termales, como alternativa al inconveniente presentado, se optó por hacer un estudio (cualitativo-descriptivo) de las opiniones de los turistas respecto a los hoteles que se citan anteriormente. Los datos fueron recolectados en agosto de 2020.

A continuación en la Cuadro VII se detallan los 30 establecimientos hoteleros catalogados por sus respectivos huéspedes en las páginas de Google, Trivago y Booking. Sobre esta última, ha escaseado la información dado que, como se planteara anteriormente, a causa de la pandemia muchos de los establecimientos hoteleros han quitado su visibilidad de la plataforma hotelera. Para facilitar la comprensión del cuadro, se han ordenado dentro de cada categoría los hoteles con mayor puntuación obtenida en Google. En aquellos casos de hoteles con igual puntaje, se definió el orden por Trivago o en última instancia orden alfabético.

Cuadro VII

HOTEL	N *	GOOGLE		TRIVAGO			BOOKING		
		Núm. Opinió n	Puntuac ión	Núm. Opinió n	Puntuac ión	Núm. Opinió n	Puntuaci ón		

LOS PINOS	5	1915	4,8	EX	394	9	EX	132	9,1	FAB
AMERIAN	5	2580	4,6	EX	605	9	EX			

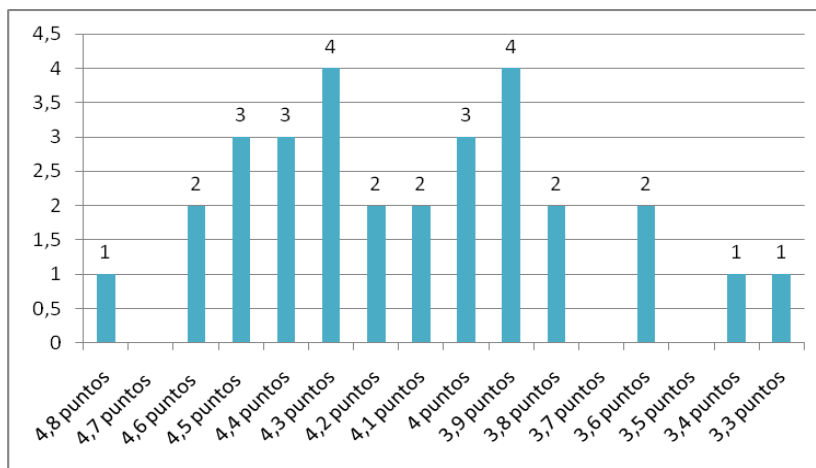
TERMAS 1	4	222	4,6	EX						
LOS CARDONES	4	892	4,5	EX	281	8,4	M B			
MARINA DEL FARO	4	981	4,4	M B	627	8,3	M B			
HOSTAL DEL ABUELO	4	350	4,4	M B	103	7,8	B	119	8,8	FAB
PRINCIPADO	4	664	4,3	M B	11	7,7	B			

PLATINO	3	792	4,5	EX	259	8,7	EX	304	9,0	FAN
PUCARÁ	3	269	4,5	EX						
INDEPENDENCIA	3	423	4,4	M B						
TERMAL RIO HONDO	3	669	4,3	M B	25	8,7	EX			
EMPERATRIZ	3	787	4,3	M B	327	8,6	EX	321	8,9	FAB
CITY	3	806	4,3	M B	12	8,0	M B			
DE LAS ARTES	3	202	4,2	M B	10	8,2	M B			
T. DE	3	326	4,2	M						

MIRAFLORES				B						
LA FONTANA	3	319	4,1	M B	171	7,9	B			
NUEVO RIO HONDO	3	63	4,1	M B	21	7,8	B			
MONTERREY	3	68	4,0	M B	12	7,8	B			
CIUDAD DEL SOL	3	354	4,0	M B						
EDUARDO V	3	68	4,0	M B						
INTERNACIONAL	3	411	3,9	B	11	7,4				
DORA	3	136	3,9	B	98	6,9				
HOSTAL DEL SOL	3	191	3,9	B						
PANAMERICANO	3	265	3,9	B						
GRAN HABANA	3	128	3,8	B						
LOS FELIPE	3	422	3,8	B						
AMBASADOR	3	196	3,6	B						
CRILLON	3	148	3,6	B						
AMERICA	3	48	3,4	A						
SIGLO SEXTO	3	605	3,3	A	52	7,0				

Cuadro de elaboración propia

Figura V



Cantidad de hoteles por número de puntuación

Referencias:

EX (excelente), **MB** (muy bueno), **B** (bueno), **A** (aceptable)

FAB (fabuloso), **FAN** (fantástico)

En el Cuadro VIII, se exponen los principales comentarios positivos y negativos (variable: tipología de comentarios) de cada uno de los hoteles, para la elaboración del mismo solo se utilizó a Google ya que es la página que más y completa información brinda al respecto.

Cuadro VIII

HOTELES	N*	Comentarios de Google	
		Positivos	Negativos
LOS PINOS	5	<ul style="list-style-type: none">• Atención amable• Servicios y actividades• Instalaciones• Limpieza	<ul style="list-style-type: none">• No significativas
AMERIAN	5	<ul style="list-style-type: none">• Servicios• Instalaciones• Atención personal• Gastronomía• Limpieza	<ul style="list-style-type: none">• No significativas
TERMAS 1	4	<ul style="list-style-type: none">• Instalaciones• Atención personal• Entorno natural• Infraestructura hotel	<ul style="list-style-type: none">• No significativas
LOS CARDONES	4	<ul style="list-style-type: none">• Instalaciones• Atención personal• Gastronomía	<ul style="list-style-type: none">• No significativas
MARINA DEL FARO	4	<ul style="list-style-type: none">• Entorno natural• Atención personal	<ul style="list-style-type: none">• Gastronomía común• Falta de

		<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones 	mantenimiento
HOSTAL DEL ABUELO	4	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personal • Gastronomía • Instalaciones • Limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> • No cumple con la publicidad de all inclusive
PRINCIPADO	4	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personal • Instalaciones • Gastronomía • Limpieza 	<ul style="list-style-type: none"> • Detalles en mantenimiento

PLATINO	3	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones • Servicios • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
PUCARÁ	3	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones • Servicios • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
INDEPENDENCIA	3	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
TERMAL RIO HONDO	3	<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
EMPERATRIZ	3	<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Servicios • Desayuno 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
CITY	3	<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
DE LAS ARTES	3	<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Precio / calidad • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
T. DE MIRAFLORES	3	<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
LA FONTANA	3	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas

			<ul style="list-style-type: none"> • Servicio 	
NUEVO RIO HONDO	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
MONTERREY	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
CIUDAD DEL SOL	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Actividades 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
EDUARDO V	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
INTERNACIONAL	3		<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
DORA	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
HOSTAL DEL SOL	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento escaso
PANAMERICANO	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones
GRAN HABANA	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • No significativas
LOS FELIPE	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento
AMBASADOR	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento
CRILLON	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención • Servicios 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento
AMERICA	3		<ul style="list-style-type: none"> • Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento muy bajo • Falta de higiene
SIGLO SEXTO	3		<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento muy bajo • Falta de higiene • Problemas en reservas

*No significativas: si bien presenta quejas y reclamos, las mismas no son abundantes o específicas sobre algunas de las variables consideradas. Cuadro de elaboración propia

Como podrá observarse en la Cuadro VIII, algunas variables indicativas se reiteran en la mayoría de las opiniones. En alusión a los positivos, el más significativo es el relacionado a la “atención al público”, pudiéndose ver en vastos comentarios de la mayoría de los establecimientos hoteleros, los halagos que reciben los funcionarios que allí trabajan, gracias a su “buena predisposición y atención cordial” un rasgo característico de la población santiagueña. En segundo término, las instalaciones. En donde los huéspedes plasman adjetivos como “hermoso”, “lindo” o “muy bueno” en referencia al hotel, sin embargo, son escasos los comentarios que hacen alusión específica a las instalaciones termales. En tercer lugar dentro de las variables positivas que se reiteran, se hace mención al “buen” servicio prestado por los establecimientos. Algunos de ellos a modo general mientras que otros hacen alusión a la gastronomía, desayuno o el servicio de alojamiento en sí.

En cuanto a los comentarios negativos, el tópico se centra en el “mal” y la “falta” de mantenimiento, o directamente en la inexistencia del mismo. Quejas que van direccionadas a las instalaciones edilicias, al equipamiento habitacional, entre otras. En segundo lugar aunque no generalizado, reclamos por reservas y “promesas incumplidas” en torno al régimen alimenticio como así también a publicidad engañosa por las redes sociales en las que se muestran imágenes que distan mucho de la realidad cuando el turista llega al establecimiento.

4.2.1. Diagnóstico de la unidad de análisis en relación a la demanda

Hoteles 5 estrellas

En relación a los hoteles de categoría 5 estrellas (2 establecimientos) como es de suponerse, su puntuación es alta (4,8/4,6 de un máximo de 5) con una calificación de “excelente”. Prácticamente no hay quejas y las escasas que se presentan no son relevantes y en relación como es de esperar en cualquier servicio, que alguna persona en particular no haya sentido que tuvo una experiencia agradable. Entre los comentarios positivos podemos destacar

gastronomía variada (uno de ellos es all inclusive), buena atención, limpieza, modernas y mantenidas instalaciones, variedad de servicios y actividades de tiempo libre entre ellas de turismo de bienestar.

Hoteles 4 estrellas

Con respecto a la categoría intermedia analizada (4 estrellas), puede apreciarse que al igual que los de mayor categoría aquí también abundan los comentarios positivos. En general son hoteles con buena ubicación, inclusive dos de ellos se encuentran en lugares con destacadas vistas panorámicas al lago, poseen importantes fachadas, amplitud de servicios, buena atención y actividades de spa y termalismo que destacan los huéspedes.

Sin embargo, aunque su calificación es alta comienzan a aparecer las primeras referencias negativas. Si bien a través de la observación de campo pudo apreciarse que algunos comentarios de los huéspedes tienen sustento y que algunos de estos hoteles podrían mejorar detalles en su servicio, habría que considerar y analizar que “tan altas” son las expectativas de los huéspedes.

Hoteles 3 estrellas

En la última categoría que se estudia (hoteles 3 estrellas) se observa una clara diferenciación entre dos subgrupos, pudiéndose marcar una línea de diferenciación en la puntuación 4,0. Es decir, un grupo que abarca los puntajes 4,5 a 4,0 como los hoteles tres estrellas “*superior*” y otro grupo desde 3,9 a 3,0. Debajo de ésta calificación (4,0) es notable el aumento de comentarios negativos, siendo en algunos establecimientos incluso superiores a los comentarios positivos. Otro dato a destacar de este segmento, son los hoteles Platino, Pucará e Independencia (3*) los cuales poseen un puntaje igual o superior a algunos establecimientos de categoría superior.

Como se describía anteriormente, un gran porcentaje de estos hoteles no posee página web. Esta variable también se hace notar la diferencia de la línea de puntuación 4,0. De aquellos catalogados superiores solo el 50% dispone de página web propia. Mientras que aquellos que se encuentran por debajo de esta línea ninguno posee sitio web a excepción del Hotel Siglo Sexto.

Considerando que son hoteles de categoría intermedia puede considerarse aceptado que no cuenten con ciertas instalaciones termales o de spa como su competencia de clasificación superior, sin embargo, es de urgencia que se analicen mejoras e inversión en las edificaciones, renovación de mobiliario y modernización de las instalaciones ya que son estas variables las que disminuyen el puntaje de acuerdo a los comentarios de baja puntuación.

4.3. Implementación de actividades de bienestar

4.3.1. Resultados de encuesta hotelera

A continuación se plasman los resultados obtenidos de las encuesta a gerentes y propietarios de hoteles termales de TRH. La misma se aplicó mediante un formulario Google que se envió por correo electrónico a los hoteles que forman parte de la unidad de análisis. Cada aclarar que dicha encuesta no obtuvo devolución del 100% de los hoteles consultados, obteniendo por tanto un 40% de respuestas (12 establecimientos). Para los otros casos se ha obtenido información mediante entrevista personal (2019) o vía telefónica (2020), por tanto en los siguientes gráficos se ha reunido y se mostrarán los datos totales por todos los medios utilizados para recabar dicha información.

Figura VI

¿Qué categoría es su hotel?

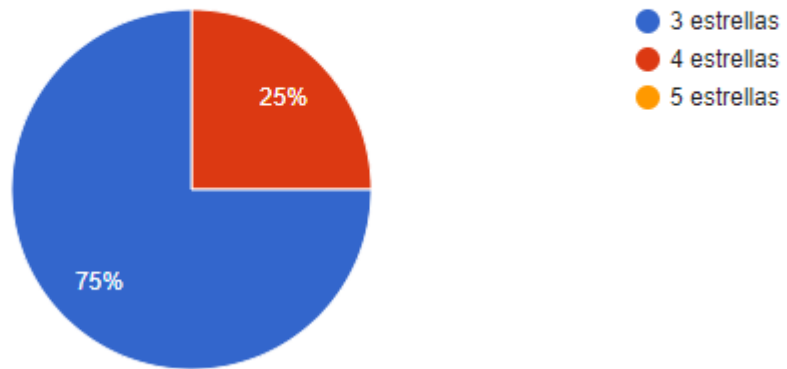


Figura VII

¿Cuál de las siguientes instalaciones termales/spa posee el hotel?

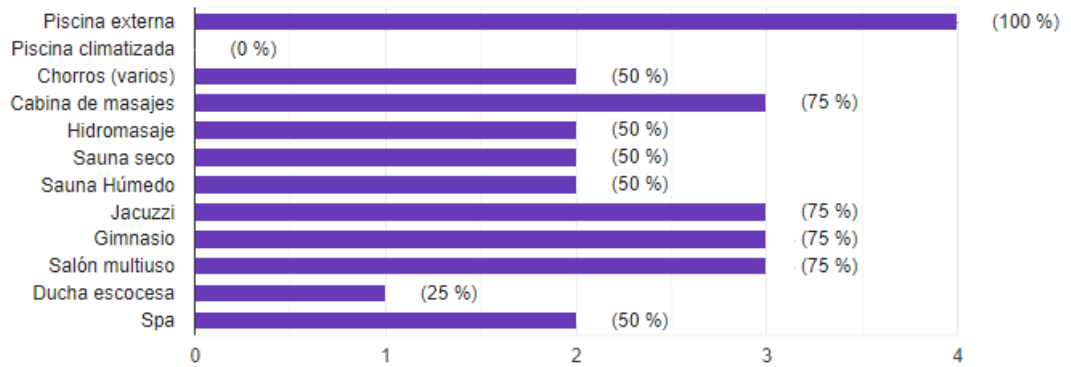


Figura VIII

¿Qué actividades ofrece actualmente el establecimiento para sus huéspedes?

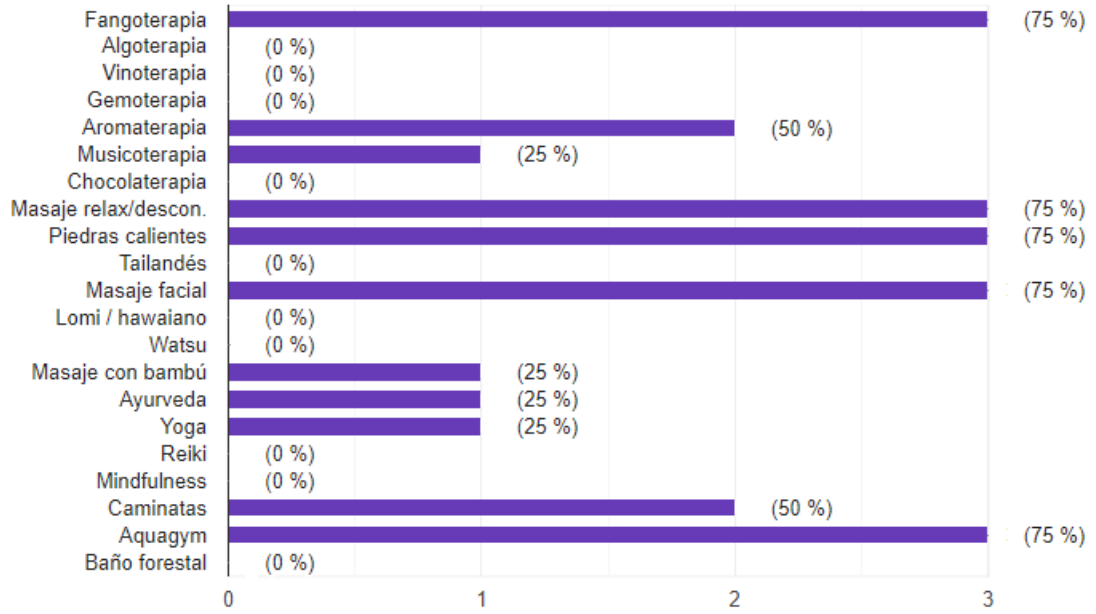


Figura IX

¿Ha oído sobre la modalidad de turismo de bienestar?

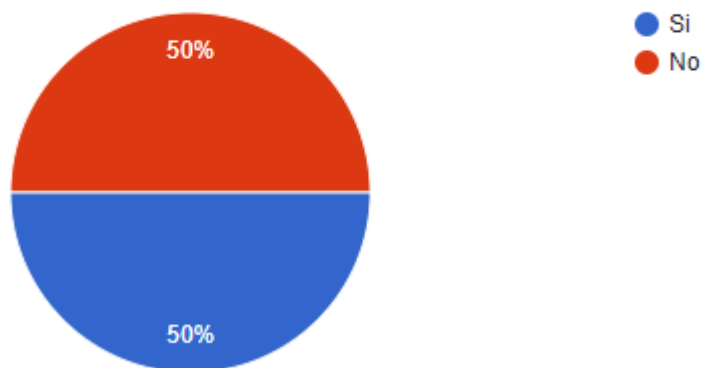


Figura X

De las actividades que el hotel ofrece, ¿cuál de ellas relaciona al turismo bienestar?

ninguna
spa
Los servicios de piscina y los de Spa
Piscina termal, amplio parque natural, sauna, sala de masajes

Figura XI

¿Implementaría dentro de su oferta (otras) actividades de bienestar?

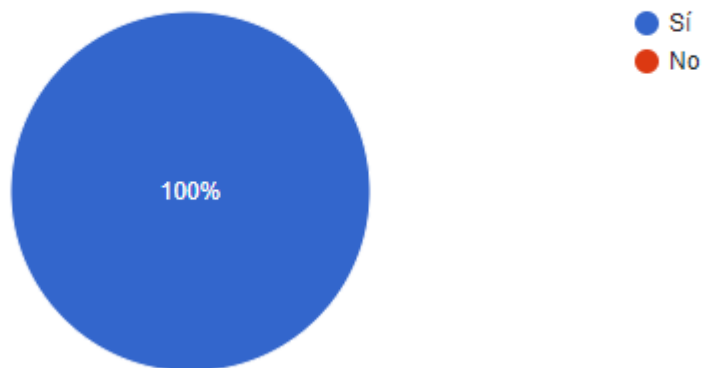


Figura XII

¿Qué volumen de ocupación tiene en temporada?

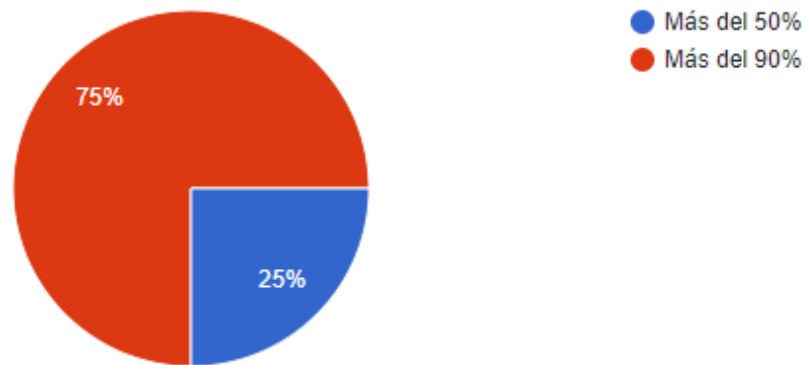
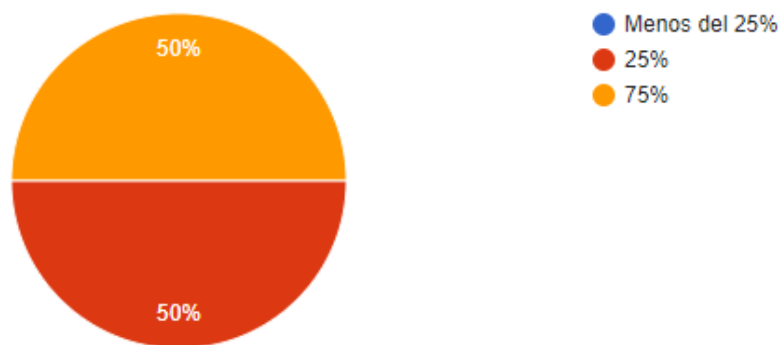


Figura XIII

¿Qué porcentaje de su demanda considera que procura bienestar?



Con respecto a las respuestas que se reflejan en los gráficos, algunos de ellas no requieren aclaración alguna, mientras que otras dan a aclaraciones. En la figura VII puede apreciarse que todos los hoteles cuentan con lo básico e indispensable para ser reconocidos como hoteles termales como lo es la

instalación de piscina externa, jacuzzi y cabina de masajes. En segundo término solo la mitad comparte instalaciones que también podrían considerarse como básicas y necesarias para cualquier hotel termal de categoría y más aun que deseen abrir el segmento de actividades de bienestar, esto es hidromasaje, sauna seco y húmedo, spa entre otros. En cuanto a instalaciones más sofisticadas como la ducha escocesa son muy pocos los que la ofrecen. Caso similar ocurre con los datos obtenidos y reflejados en la figura VIII, donde se puede apreciar que las actividades más habituales como fangoterapia, masajes faciales, piedras calientes y otros se encuentran ofrecidos en gran cantidad de estos establecimientos, mientras que las más “sofisticadas” no se mencionan o escasean.

La figura IX es sin dudas una de las de mayor relevancia en cuanto a la realización de esta investigación. Ya que la idea de implementación de turismo de bienestar en los hoteles es aceptada por unanimidad en todos los encuestados, lo cual no solo da relevancia a este trabajo, sino que además incentiva la esperanza de que se haga realidad.

4.3.2. Variables a considerar

Exclusividad

Una característica a tener en cuenta es que en varios hoteles de la ciudad de TRH la modalidad de venta no es particular si no de grupos. Es decir, los hoteles venden todas o la mayoría de sus plazas a empresas mayoristas de turismo quienes por medio de paquetes que son revendidos por agencias de viajes, llegan con ómnibus cargados de turistas de todo el país a la ciudad, renovando constantemente el flujo en un sistema denominado “cama caliente”, siendo algunos de estos paquetes de 3 noches y otros de 4. Bajo esta modalidad, los hoteles no demuestran un interés por fidelizar al cliente ya que, como están prácticamente garantizados se abocan a brindar el servicio pautado con la empresa de turismo.

También se pudo observar en trabajo de campo recorriendo estos hoteles que el servicio ofrecido por los paquetes es estandarizado: alojamiento, régimen de tres comidas y seguro de viaje. No ofreciendo en una amplia mayoría de estos establecimientos ningún tipo de servicio adicional más que piscinas con agua termal. En caso de que el huésped solicite servicios de Spa, en algunos casos y dependiendo de la amabilidad del recepcionista se llama desde el hotel a un/a masajista para que sea contratado de manera particular por el huésped y el profesional ejerza su trabajo en la misma habitación de hotel que se hospeda el pasajero.

En trato directo con estos turistas se pudo apreciar una mayor cantidad de quejas en este tipo de hoteles que en los que hospedan particulares, reclamos que pasan “de mano en mano” entre el hotel, el mayorista de turismo y la agencia de viajes y pocas veces se resuelven.

En esta línea se considera en este trabajo que es inviable nombrar con la categoría de “hotel bienestar” a un establecimiento que maneje este tipo de reserva de “masas” en donde no solo que no se le da un trato exclusivo al turista, sino que además no se dan las condiciones de paz, relax y atendimento que un lugar debe tener para el segmento de turistas de bienestar.

Presupuesto

Si bien no se ha accedido a un estudio socio-demográfico de la demanda termal, se ha podido conocer según las investigaciones de antaño citadas, que aproximadamente el 80% del público que visita TRH pertenece al rango de la tercera edad (de 60 años en adelante) en lo que respecta al termalismo. En este sentido se excluye a los eventos programados que atraen otro tipo de segmentos de demanda. Por tanto, el público bañista de esta ciudad entra mayormente en la categoría de jubilados, segmento poblacional con un nivel socio-económico medio-bajo. Igualmente, el destino de TRH se presenta como un lugar vacacional accesible ofreciendo paquetes turísticos por mucho menos dinero que otros destinos turísticos del país incluyendo termales.

Repetitividad al destino

Uno de los obstáculos con los que se enfrentan agencias de excursiones locales es la repetitividad al destino de gran parte de sus visitantes, llegando en algunos casos a turistas que han visitado la ciudad en más de 10 oportunidades, realizando así toda la oferta de excursiones de su cartera. Sin embargo, esta variable además de ser un aspecto positivo del destino es un indicador de la potencialidad de diversificar la oferta de actividades de bienestar en los hoteles.

Conciencia de bienestar

A diferencia de otras modalidades turísticas que a modo simple solo pueden requerir inversión y un plan de acción para poner en funcionamiento el espacio receptor de turistas, el turismo de bienestar precisa un compromiso de conciencia de bienestar por quienes lo llevan adelante. Esto parte de propietarios y/o gerentes que decidan incorporar la modalidad y debe extenderse a todos y cada uno de sus funcionarios ya que, como se ha mencionado anteriormente, el turismo de bienestar más allá del espacio, instalaciones, gastronomía y actividades que se ofrezcan es un modo de vida elegido por quienes deciden por estos destinos turísticos.

Por otra parte, esta característica exige la contratación de personal capacitado para brindar cada una de las actividades y servicios que sean ofrecidos.

Adecuación de las instalaciones

El segundo paso luego de lograr una conciencia de bienestar es la adecuación de las instalaciones. El establecimiento hotelero deberá además de ofrecer equipamiento termal, contar por ejemplo con un salón multiuso para la realización de ciertas actividades como el yoga, meditación, retiros, entre otras, en el que se deberán considerar otras características como la ambientación,

color del recinto, espacio natural, etc. que fomenten el concepto de tranquilidad.

Gastronomía

La definición de comida saludable es uno de los pilares de los hoteles de bienestar en el mundo. Los establecimientos deben reacondicionar su carta considerando platos que conjuguen lo típico y tradicional del lugar a la vez que se tiene como norma lo saludable y fitness, como así también cocinas orgánicas, opciones veganas, menús deportivos, etc.

4.4. F.O.D.A.

En base a lo analizado en las características generales de la demanda, su opinión sobre los hoteles termales y las respuestas proporcionadas por parte de la oferta, se plasma una síntesis a modo de pre-conclusión para la determinación sobre el objetivo general de este estudio.

Fortalezas

- Alargamiento de la temporada termal en TRH
- Destino consolidado con un siglo de turismo
- El mayor destino termal/salud de Sudamérica
- Considerable cantidad de establecimientos hoteleros
- Aeropuerto internacional
- Segmentos de demanda no termales con alto poder adquisitivo (Autódromo – Golf)

Oportunidades

- Creciente demanda del turismo de bienestar
- Escasa o nula oferta actividades relacionadas al bienestar (mercado en auge)
- Interés por parte de la oferta de implementar turismo de Bienestar
- Asociación del turismo termal con la salud por parte de la demanda
- Mayores ventajas de aplicar medidas de bioseguridad pos-pandemia por ser complejos cerrados
- Repetitividad al destino de la demanda
- Recursos naturales y culturales para ser aprovechados por el bienestar
- Diseño de nuevos programas de animación
- Involucrar a la comunidad nativa y sus tradiciones
- Argentina en el 4° puesto en crecimiento de bienestar

Debilidades

- Oferta termal acotada
- Baja inversión y mantenimiento en la mayoría de los establecimientos hoteleros
- Limitadas instalaciones termales / bienestar en la mayoría de los hoteles
- Demanda termal mayormente jubilada y de medianos recursos
- Demanda de grupos con paquetes básicos y estandarizados
- Escases de recursos humanos capacitados en turismo, hotelería e idiomas
- Escases de recursos humanos capaces de brindar servicios de bienestar

Amenazas

-
- Destinos con mayor inversión, desarrollo y publicidad
 - Destinos y/o hoteles resort con programas de bienestar ya desarrollados
 - Falta de financiamiento
 - Falta de apoyo político

4.5. Recomendaciones

Habiendo efectuado un diagnóstico de la situación existente en los hoteles de 3* a 5*, como asimismo, de los recursos con los que cuenta la ciudad de TRH y completado un análisis de las nuevas tendencias de actividades relacionadas al turismo de bienestar, se detallan a continuación algunas recomendaciones que esta investigación considera pertinentes para la implementación del bienestar al turismo termal.

- ❖ Estudio de factibilidad: si bien el presente estudio realizó un análisis hotelero sobre las condiciones actuales al momento de la investigación, en referencia a la posibilidad de implementar actividades de bienestar y poder cumplir con los requerimientos necesarios, aquel establecimiento que opte por incorporar el bienestar deberá efectuar un estudio de factibilidad que indique cual/cuales son las actividades propicias para su caso en particular contemplando ciertas variables que determinen su buen desempeño y concreción de objetivos.
- ❖ Capacitaciones al personal: como se ha desarrollado a lo largo del trabajo, la relación entre el oferente turístico y el turista es crucial para concretar la experiencia significativa que es distintiva de cualquier actividad de bienestar. En primer término, se sugiere capacitar al personal hotelero actual con conocimientos básicos del termalismo. Carencia que pudo observarse en el trabajo de campo y que quedó plasmada como demanda de los turistas que respondieron las encuestas en 2019. Se trata de que los funcionarios en contacto con el huésped puedan responder preguntas básicas del bañista como; el tipo de agua,

temperatura, propiedades, recomendaciones de baño, cantidad de los mismos y duración de cada uno de ellos, contraindicaciones si las hubiera y demás cuestiones propias de la materia.

Por otra parte, aquellos establecimientos que decidan formar parte del ámbito del bienestar deberán interiorizarse sobre las actividades caracterizadas en este tipo de turismo e incorporar aquellas que se adapten a la estructura de su establecimiento, tipo de demanda actual y futura y personal idóneo. Sobre esto último, se deberá capacitar fehacientemente al personal que cuente con el perfil apto para brindar la actividad bienestar dispuesta a ofertar, o bien, contratar profesionales ya especializados en dicha materia.

- ❖ Adecuación de las instalaciones: considerando algunas de las actividades descritas en el trabajo, es de contemplarse que para la práctica de ellas se requieran instalaciones propicias y adecuadas. En este caso, el estudio de factibilidad responderá particularmente a cada caso. Sin embargo, gabinetes de spa, espacios abiertos al aire libre, salón multiuso, piscinas amplias y demás serían instalaciones generales a considerar como así también equipamientos y materiales.

- ❖ Incorporación de nuevas actividades/excursiones: siendo que varios de los establecimientos hoteleros de TRH ofrecen excursiones a sus huéspedes, y aprovechando los recursos naturales con los que cuenta la ciudad y su infraestructura, se propone como alternativa el diseño y puesta en práctica de actividades de soporte a las implementadas dentro del hotel. De este modo, la costanera del río Dulce o la playa del Embalse podrían ser escenario de clases de yoga, meditación contemplativa, Reiki, Tai Chi Chuan y otras referidas a la conexión con uno mismo y la naturaleza. En esta misma línea, la isla Tara Inti se presenta como espacio natural ideal para la práctica de baño forestal. El complejo municipal La Olla, podría ser adaptado o contar con horarios

específicos para la práctica de aquagym y otras relacionadas al agua termal, aprovechando su entorno natural y vista al río.

Las anteriores son ideas, sugerencias y recomendaciones un tanto generales para implementar el turismo de bienestar por medio de ciertas actividades. No obstante, como ya se mencionó cada hotel deberá considerar sus particularidades como, personal idóneo, instalaciones, tipo de demanda y el enfoque turístico que desde la gerencia se quiera orientar para distinguir la empresa.

Conclusiones

El bienestar se ha abierto paso en el mundo del turismo y su modalidad es una de las de mayor crecimiento en el mundo. Este factor es paralelo y consecuencia del mejoramiento de la calidad de vida de la población y ciertas tendencias como el cuidado del cuerpo en relación al físico (deportes, ejercicios, fitness, cosmética, cirugías entre otras), la alimentación saludable, el equilibrio mental y la búsqueda de paz interior.

Lo estudiado y descrito en el marco teórico de este estudio permitió un entendimiento profundo del bienestar y que provee de un mayor esclarecimiento del tema en sí, lo que hace posible llegar a la afirmación o acercamiento por lo menos, de que las personas desean la ritualización de las prácticas para su “holismo personal” somático-mental-espiritual proporcionado por el tinte de lo ancestro-natural que va más allá del beneficio físico que dichas prácticas o terapias otorguen. En cierta medida fomentado por un éxtasis que impulsa al descubrimiento de nuevos lugares, culturas y vivencias que actúan de espejo para generar el autoconocimiento mediante determinada experiencia.

El turismo de bienestar es una modalidad relativamente “nueva” y en desarrollo, por lo menos en Argentina, aunque su ritmo de crecimiento coloca al país entre los primeros puestos a nivel mundial. En el nivel local analizado, en la ciudad de TRH pudo percatarse que es prácticamente nulo su conocimiento entre los turistas encuestados, no siendo nombrada la modalidad en sí y casi tampoco las actividades que se relacionen a ella directamente.

Por el lado de la oferta, se pueden definir dos situaciones. Una de ellas es el número limitado de actividades que ofrecen los hoteles en lo que se refiere a la salud, relax y bienestar, entendidas estas últimas como aquellas actividades de índole natural y/o cultural/ancestral orientadas al placer físico, mental y espiritual. Por otra parte, las escasas actividades ofertadas actualmente que se ajustan a la definición de bienestar no son ofrecidas como tal, es decir, se

palpa un desconocimiento de las nuevas tendencias mundiales como así también por supuesto, la manera adecuada de ofertarlas, publicitarlas y en parte hasta de practicarlas.

Dicha situación queda en evidencia ya que en ningún establecimiento termeño se observa un apartado dentro de su web que indique o diferencie a las actividades de bienestar, como así tampoco en su lista de actividades ofrecidas (carta, papel, banner, etc.). Resulta aun más curioso que ni indeliberadamente la mera palabra “bienestar” figure en algún lugar así sea por su significado conocido.

En cuanto a los recursos que se disponen y que podrían ser utilizados para la implementación y oferta de bienestar hay algunos a destacar. En primer término el ya aprovechado recurso hídrico termal. Si bien, como se indicó en las encuestas es uno de los factores determinantes del motivo de visita al destino podría obtenerse de él mucho más provecho si adquiere una mayor valoración por parte de los lugareños y empresarios. Dicho valor se traduce en mayores inversiones en instalaciones termales, considerando que gran parte de los hoteles de tres estrellas no tienen en sus piscinas alguna variedad de chorro como por ejemplo cuello de cisne, cascada, etc. En relación a lo expuesto, incorporar actividades acuáticas como aquagym, fisioterapia acuática, hidro-yoga entre otras. Por último y no menos importante la incorporación de personal idóneo en lo que al mundo del turismo se refiere y la capacitación del personal ya existente. Otro recurso del que dispone el destino son sus espacios verdes de naturaleza nativa como lo es la Reserva Isla Tara Inti. Este lugar forma desde el año 2012 parte de la oferta gratuita de actividades que ofrece la ciudad, caminando o en taxi se pueden recorrer los 4 km de costanera hasta el ingreso a la isla y luego, por un sendero de madera pasear por dentro de ella apreciando su fauna y flora autóctona. Sin embargo, este atractivo cuenta con todo el potencial y las instalaciones para que desde los hoteles se ofrezcan tour's que lleven a los turistas a la isla y acompañados por un profesional realicen el denominado “baño de bosque”. Asimismo, los miradores rectangulares de madera que forman parte de la costanera del Río Dulce podrían servir para la realización de yoga, ofreciendo un entorno de pura

naturaleza y tranquilidad, principalmente para aquellos hoteles que no disponen de patios o parques en su complejo. Todo lo detallado tendría una doble función, serviría por un lado para implementar las actividades de bienestar y por otro para quebrar con la repetida carta de excursiones que ofrece el destino.

Descritos los recursos del destino en sí y que marcan potencialidades para el turismo de bienestar, es imprescindible valorar los propios de los establecimientos hoteleros. Nuevamente es necesario hacer mención del recurso termal, ya que la virtud de contar con sus propias perforaciones y abastecerse del recurso natural, es una ventaja única en comparación a otros destinos. Esta característica da la posibilidad de que en cada habitación exista una bañera con agua minero-medicinal disponible para uso del huésped, lo que abre un abanico de decenas de oportunidades para implementar, diversificar la oferta y generar bienestar al mismo tiempo que se hacen nuevos usos del recurso disponible.

En el caso de los hoteles que ya hacen provecho de las aguas termales con clases de aquagym o aquazumba, sería conveniente que diversificaran las actividades teniendo en mente a todos los segmentos de demanda (tanto etarios como de gustos) e incorporando nuevas actividades aun más enfocadas al bienestar de mente-espíritu como el watsu.

En el plano del spa hay mucho por desarrollar, ya que las últimas tendencias ofrecen propuestas novedosas que llegan de todos los rincones del mundo como se plasmó en el marco teórico. Mayormente enfocado por un lado a ampliar la variedad de la carta que se ofrece en los gabinetes de masajes que en gran parte de los hoteles se concentra en masajes descontracturantes, faciales, piedras calientes, entre otros. Siguiendo esta línea, sería recomendado por lo menos para los hoteles más desarrollados, la incorporación de equipamiento de spa y dermo-cosmética. Los hoteles de TRH no solo deben actuar de centros de bienestar únicamente para los turistas que allí llegan, también pueden ser un enclave para las dos ciudades capitales que hay en su cercanía como lo son Santiago del Estero (65km) y San Miguel de

Tucumán (87km) con una población que supera el millón de habitantes entre ambas.

El destino de Termas de Río Hondo y sus hoteles termales cuenta con un destacado potencial para ser un destino de bienestar aprovechando su recurso natural y demás fortalezas que lo hacen único en su tipo. Sin embargo, la implementación de turismo de bienestar en la ciudad de TRH estaría en primer término abocada a la posibilidad de ser efectuada en aquellos hoteles que como se indicó de antaño se encuentran por encima de la “línea de calidad”, es decir, aquellos que tienen igual o superior puntaje a 4. Esta conclusión no se aboca al mero resultado de las opiniones de los turistas, lo cual de por sí es importante, sino que se haya en este estudio que dichos hoteles poseen las condiciones edilicias, de equipamiento e instalaciones termales básicas e imprescindibles para hacer “sentir bien” al turista cumpliendo un piso razonable de calidad. Claro que esta afirmación no excluye del todo a los restantes hoteles que se encuentran por debajo de dicha catalogación, como así tampoco es posible asegurar que todos los hoteles por encima de esa puntuación estarían en lo inmediato a ser declarados hoteles bienestar si así lo dispusieran. Es posible afirmar que al momento de efectuarse este estudio que la ciudad de TRH no posee ningún establecimiento hotelero declarado como bienestar, y que, los que más cerca de ello se encuentran deberían incorporar la conciencia del bienestar al mismo tiempo que ofrecer nuevas prácticas y actividades que lo requieran.

Por otra parte, un gran número de hoteles deberían considerar la implementación de un plan de reacondicionamiento tanto en su estructura, instalaciones, servicios ofrecidos y capacitación de personal.

Como se detalló anteriormente, en el transcurso de esta investigación se presentaron ciertos limitantes que provocaron alteraciones en algunos puntos del plan original, aunque ninguna de ellas de gran magnitud como para impedir su realización. Entre las limitaciones citar nuevamente la escasa bibliografía en referencia al turismo termal argentino y de TRH en particular. Por otra parte, considerar que si bien el turismo de bienestar es una modalidad nueva por lo

menos en Argentina, quedó reflejado que su tratamiento académico aun es incipiente.

Sin embargo, el mayor de los obstáculos presentados fue sin duda la pandemia y sus restricciones generales y en particular al turismo. De esta manera, la encuesta a turistas para conocer su grado de interés y porcentaje de éstos para implementar actividades de bienestar en los hoteles termales tuvo que ser suspendida y con ella, la posibilidad de conocer esta valiosísima información. Otra de las cuestiones fue, aunque entendible por el estado de ánimo provocado por la pérdida de la temporada turística, la ausente participación de algunos hoteleros como así también, el escaso interés de la Secretaría de Turismo municipal en la presente investigación. No siendo así del lado de la Subsecretaria de Turismo de la provincia quienes participaron y dieron el visto bueno para llevar a cabo el trabajo académico.

Es relevante resaltar las principales aportaciones realizadas en este trabajo de investigación. En el capítulo II del marco teórico se detallaron los tipos de turismo que han dado origen al turismo de bienestar, al mismo tiempo que exhaustivamente se han descrito todas las actividades que son ofrecidas y otras que están en vías de serlo y que se relacionan con el tema en cuestión. Asimismo, en este trabajo se ofrece una clasificación de las mismas para un mejor ordenamiento y comprensión. En relación a ellas, la importancia de la experiencia en los lugares que las ofrecen y la profesionalización de quienes las ejercen.

En el capítulo III se realizó una descripción general y detallada de la ciudad y sus principales atractivos turísticos. En este apartado también se describen los recursos esenciales con que se cuenta y que se necesitan para la realización del objetivo de este trabajo. Un análisis que sirve para conocer la situación actual de las instalaciones y equipamientos termales en los hoteles, funcionales al mismo tiempo para el desarrollo del bienestar.

Por su parte, en el capítulo IV se ha efectuado un interesante análisis en el que se recabaron los datos de demanda de las últimas investigaciones que se han llevado a cabo en la ciudad. Y de parte de la oferta, el análisis y diagnóstico de uno de los pilares fundamentales del turismo termeño: sus hoteles termales,

describiendo ventajas y desventajas plasmadas por sus huéspedes como las recolectadas mediante investigación. Éstas constituyen una aportación significativa puesto que en general las investigaciones llevadas a cabo en dicha ciudad no concentran su atención en la hotelería, su oferta y posible diversificación.

Expuesto lo anterior, y considerando que toda investigación contribuye a la generación de conocimiento y resolución de problemas como también la apertura de nuevos interrogantes, se exponen a continuación futuras líneas de investigación que pueden resultar de interés en consonancia con el presente trabajo.

En relación a la línea de investigación sería interesante continuar con el abordaje del objetivo de este trabajo en el tratamiento de la implementación de actividades de bienestar en los hoteles, bien ya sean termales o de otra modalidad. En consecuencia, ahondar en el grado de interés por parte de la demanda a que los hoteles incorporen y ofrezcan este tipo de terapias.

Otra posible línea puede ser la de extender el desarrollo del turismo de bienestar en un destino concreto, analizando así los recursos existentes y por explorar, como así también la voluntad, receptividad y motivación por parte de los actores locales en ejecutarla.

Con respecto a las terapias descritas en el marco teórico, sería conveniente analizar su función y resultados dentro del universo turístico en relación a los centros terapéuticos convencionales. Pudiendo detectar así cuales de ellas son las más ventajosas y satisfactorias para los turistas como aquellas que más inciden en competitividad, oferta y lucro para los destinos u hoteles. Asimismo es útil conocer, en qué grado determinadas terapias generaron experiencias significativas en los turistas y en qué medida esto influye en la repetitividad al destino.

Bibliografía

- **Libros:**

Dull, H. (2001). *Watsu-exercicios para o corpo na agua*. Editorial Summus.

Fasiolo Urli, C. A. (2014). *Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros*. Ed. Buyatti. ISBN: 9789877160062.

Gueto, I. A. (2013). *Turismo y salud: traducción, interpretación y comunicación intercultural en el sector turístico europeo*. Ed. COMARES. ISBN: 9788490450314.

Izaguirre, M. H. (2017). *Gestión y Marketing de Servicios Turísticos y Hoteleros*. Ed. Ecoe. ISBN: 9789587711592.

Patino Merchan, M. F. (2014). *Turismo de Salud En Colombia, Sus Debilidades y Desafíos*. Ed. Académica Española. ISBN: 9783659009129.

Pérez, M. H. (2016). "Termas y Turismo en el Sudoeste Bonaerense". Córdoba: Universitas, p 87. ISBN 978-987-4029-03-4.

Rouxel, J. L. (1996). *Aquagym: a ginástica na água*. Grupo Editorial Summus.

Schutt, K. (2004). *Masaje*. Editorial Hispano Europea.

Tisserand, R. y Borges, M. (1994). *El arte de la aromaterapia*. Ediciones Paidós Ibérica.

Viegas, F. J., & Viegas, F. F. M. (2019). *Turismo de saúde e bem-estar no mundo: ética, excelência, segurança e sustentabilidade*. Editora Senac São Paulo.

- **Revistas y artículos científicos:**

Andrea, P. (2013). Entendiendo el turismo de salud: un análisis sociodemográfico. *Escenarios: empresa y territorio*, 2(2), 37-54.

Aragones, F. J. A., Payares, A. M. C., & Navas, R. E. M. (2012). El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *Clío América*, 6(11), 72-98.

Bonfada, M. R. H., Bonfada, P. L. B., Gandara, J. M. G., & Brea, J. A. F. (2008). Turismo termal: cambios conceptuales y mercadológicos de los balnearios en España. *Turismo-visão e ação*, 10(3), 415-434.

Cardona, J. R., Criado, M. D. C. A., & Cantalops, A. S. (2015). El mito del paraíso perdido en la definición del destino turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 697-717.

Correa, A. D. L. H., & Leiva, F. M. (2016). Análisis de los determinantes de la predisposición a visitar un destino de turismo de bienestar: Tipologías del turista potencial. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 84-95.

Davis, P. (2006). *Aromaterapia de la A a la Z* (Vol. 143). Edaf.

de Alba García, J. E. G., Rocha, A. L. S., de Alba Verduzco, J. E. G., Flores, I. V. F. V., & Rocha, C. M. (2018). Musicoterapia y bienestar en personas adultas mexicanas. *Revista de Investigación en Musicoterapia*, 2, 1-16.

De la Puente Pacheco, M. A. (2015). Turismo de bienestar: limitación conceptual y posicionamiento internacional. *Revista: Turydes Revista Turismo y Desarrollo. ISSN, 1988, 5261*.

de Rojas, R. (2009). Hoteles con vinoterapia después de la vendimia. *Viajar: la primera revista española de viajes*, (365), 54-61.

Denis, E. J., & Casari, L. M. (2014). La musicoterapia y las emociones en el adulto mayor.

Fabrini, V. M. (2003). A Talassoterapia: Alternativa para o Turismo de Saúde e Lazer no Mar. *Universidade da Caxias do Sul*, 1-3.

Farfano, M. T. J. V., Ramírez, M. T. G., Coronado, E. A. G., Martínez, J. A. M., & Velázquez, I. I. V. (2018). Actividades de tiempo libre y el bienestar espiritual. *Informes Psicológicos*, 18(1), 167-184.

Fehér, J., Lengyel, G. y Lugasi, A. (2007). La historia cultural de los antecedentes teóricos del vino a la vinoterapia. *Revista Central Europea de Medicina*, 2 (4), 379-391.

Freidin, B., Ballesteros, M., & Echeconea, M. (2013). En búsqueda del equilibrio: salud, bienestar y vida cotidiana entre seguidores del Ayurveda en Buenos Aires. *Documento de trabajo*, (65).

Fuentes, R. C., Moreno-Gil, S., González, C. L., & Ritchie, J. B. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de turismo*, (35), 71-94.

Gemelli, A. C., & Marimon, R. G. (2011). A gemoterapia como instrumento na terapêutica naturológica: um estudo de caso. *Cadernos Acadêmicos*, 3(1), 71-102.

Hernández Escobar, D. (2013). *Actividades socioculturales para insertar en el programa de animación del Hotel "Brisas Covarrubias"* (Bachelor's thesis, Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial Departamento de Turismo).

Iñiguez-Castillo, A. (2019). Análisis de viabilidad para un negocio de retiros de yoga en México.

Junge, P. (2012). La medicina ayurveda en india contemporánea: conservando la identidad en un mundo transcultural. *Scripta Ethnologica*, 34, 69-88.

Leal, Y. L. (2013). X seminario turismo de salud-bienestar tendencias y oportunidades. *Mundo FESC*, 3(5), 18-22.

Lim, Y. J., Kim, H. K., & Lee, T. J. (2016). Visitor motivational factors and level of satisfaction in wellness tourism: Comparison between first-time visitors and repeat visitors. *Asia pacific journal of tourism research*, 21(2), 137-156.

Maraver, F., Fernández-Torán, M. A., Corvillo, I., Morer, C., Vázquez, I., Aguilera, L., & Armijo, F. (2015). Peloterapia, una revisión. *Med Naturista*, 9(1), 38-46.

Mateos, M. R. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. In *Relaciones interculturales en la diversidad* (pp. 199-217). Cátedra Intercultural.

Meléndez, J. C., Tomás, J. M., & Navarro, E. (2011). Actividades de la vida diaria y bienestar y su relación con la edad y el género en la vejez. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 27(1), 164-169.

Montenegro Rosero, S. N. (2018). *Propuesta estratégica para el desarrollo de paquetes, terapias de salud, seminarios de bienestar y desarrollo personal para mujeres en el Indra spa del hotel Sangay en Baños* (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2018).

Moñivas, A., García-Diex, G., & García-De-Silva, R. (2012). Mindfulness (atención plena): concepto y teoría. *Portularia*, 12, 83-89.

Morales, E. R. (2007). Gemoterapia. *Medicina naturista*, 1(1), 39-52.

Otero, A., & González, R. (2011). Reflexiones sobre la generación de experiencias significativas como clave de la competitividad de destinos turísticos. *Revista Electrónica CECIET*, 1.

Padrini, F., & Lucheroni, M. T. (2016). *Cromoterapia*. Parkstone International.

Palacios, T. (2011). *Diseño interior y cromoterapia* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

Pezzi, E., & Vianna, S. L. G. (2015). A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Revista Turismo em Análise*, 26(1), 165-187.

Pineda-Escobar, M. A., & Falla Villa, P. L. (2017). Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio. *Equidad y Desarrollo*, 1(27), 105-124.

Prosdocimi, A. (2011). Grecia. Buenos Aires. Ed. Arte gráfico. ISBN: 978-987-07-1417-0

Quizá, M. A., García, M., & Ortiz, L. (2016). Implementación de los recursos naturales con relación al turismo de bienestar-Spa, en la Riviera Nayarit caso hotel Marival y hotel Grand Velas.

Reyes, A. L. (2005). Diferencia entre sauna y baño turco. *Revista Palestra*. Universidad Santo Tomás. Colombia

Sancho Knapik, D., & de-Magistris, T. (2018). Baños Forestales: nuevo producto turístico terapéutico internacional.

Tristancho, R., & Jurany, W. (2018). Turismo bienestar con identidad. *Universidad de Lasalle*. En línea: <https://ciencia.lasalle.edu.co/arquitectura/600>

Valle, M. C., & Rodríguez, M. B. (2013). La convergencia de salud y espiritualidad en la sociedad postsecular. Las terapias alternativas y la constitución del ambiente holístico. *Antropología Experimental*, (13).

De VELASCO, F. D. (1985). Balnearios y dioses de las aguas termales en Galicia romana. *AE Arq*, (958), 151-152.

- **Tesis:**

Herrera, C. M. (2011). *El Turismo Sostenible y el Recurso Termal en los alojamientos turísticos de la ciudad de Termas de Río Hondo* (tesis de grado). Universidad Católica de Santiago del Estero, Santiago del Estero, Argentina.

Manzur, F. A. (2011). *Turismo y recreación para la tercera edad en la ciudad de Las Termas de Río Hondo* (tesis de grado). Universidad Católica de Santiago del Estero, Santiago del Estero, Argentina.

Santillán, O. (2005). *El Turismo y el Recurso Hidrotermal en la ciudad de las Termas de Río Hondo* (tesis de grado). Universidad Católica de Santiago del Estero, Santiago del Estero, Argentina.

- **Web´s**

GWl: En línea: <https://globalwellnessinstitute.org/>

OMT: En línea: <https://www.unwto.org/es>

RAE. En línea: <https://www.rae.es/>

SPA termal (2015). En línea: <https://www.balneariosurbanos.es/concepto-spa/>

Anexo I

Entrevista Hotelera

Fecha:		Hotel: _____			
Plazas		Habitaciones		Categoría:	
1	¿Cuál de las siguientes instalaciones termales/spa posee el hotel?				
	Piscina externa		Hidromasaje		Sauna seco
	Piscina climatizada		Jacuzzi		Sauna Húmedo
	Chorros (varios)		Spa		Ducha escocesa
	Cabina de masajes		Gimnasio		Salón multiuso
2	¿Posee alguna otra que no haya sido nombrada? SI___ NO___ Si las hay, ¿cuál?				
3	¿Qué actividades ofrece actualmente el establecimiento para sus huéspedes?				
	Fangoterapia		Masaje relax/descon.		Ayurveda
	Algoterapia		Piedras calientes		Yoga
	Vinoterapia		Tailandés		Reiki
	Gemoterapia		Masaje facial		Mindfulness
	Aromaterapia		Lomi / hawaiano		Caminatas
	Musicoterapia		Watsu		Aquagym
	Chocolaterapia		Masaje con bambú		Baño forestal
	Otras terapias		Otros masajes		Otras actividades
	Otras:				
4	¿Ha oído sobre la modalidad de turismo de bienestar? SI___ NO___ (Si es NO se le comenta brevemente de que trata)				
5	De las actividades que el hotel ofrece, ¿cuál de ellas relaciona al turismo bienestar?				
6	Excluyendo las que ofrece, ¿Cuál de las restantes actividades de bienestar nombradas en la pregunta 3 conoce?				
7	¿Implementaría dentro de su oferta (<i>otras</i>) actividades de bienestar? SI___ NO___ ¿Por qué?				
8	¿Qué volumen de ocupación tiene en temporada? _____%				
9	¿Qué porcentaje de su demanda considera que procura bienestar? _____%				
10	¿Cuál es el perfil de su demanda?				