

TURISMO DE SALUD

1. Introducción

2. Turismo de salud

3. Ayudas económicas

TURISMO DE SALUD

M^a Luz Rupilanchas Serrano
Subdirectora General de Coordinación Turística
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

1. INTRODUCCION

Durante estas Jornadas encaminadas a lograr una mayor competitividad de nuestras aguas minerales y minero-medicinales se han analizado en profundidad los múltiples aspectos (científicos, técnicos, comerciales ...) que inciden en este sector, con el fin de lograr su fortalecimiento y mejorar su calidad. Asimismo, se ha incidido en la necesidad y posibilidad de adecuar el patrimonio arquitectónico de las estaciones termales a las actuales exigencias.

Es innegable que la total entrada en vigor del Acta Unica y la puesta en marcha, una vez haya sido ratificado por todos los Estados miembros, del Tratado de Maastricht, implicarán la plena implantación de la libertad de establecimiento, la libre circulación de personas dentro de la Comunidad, la adopción del ECU como unidad monetaria común, la formación de un Fondo de Cohesión, etc.

Entre sus inmediatas consecuencias queremos destacar:

- El incremento de la competencia que afectará indudablemente a la comercialización de bienes y servicios.
- La mayor exigencia de competencia profesional, ya que a tenor de lo establecido en el art. 56 del Tratado de Adhesión de España a la CEE los trabajadores del resto de la Comunidad podrán establecerse y prestar sus servicios en España así como los españoles podrán hacerlos en los otros países de la Comunidad.
- El aumento de la ayuda comunitaria a través del Fondo de Cohesión, que debe necesariamente repercutir positivamente en el sector turístico español.

Es preciso, pues, que las empresas del sector aumenten su competitividad para vender más calidad y colocar mejor sus productos en el mercado, bien introduciendo elementos en sus productos o servicios que los diferencien del resto de la competencia y los haga más atractivos y mejores a los ojos del consumidor, bien utilizando aquellos incentivos que se consideren adecuados para aumentar la demanda.

2. TURISMO DE SALUD

Como representante de la Secretaría General de Turismo y respondiendo a la amable invitación del Instituto Tecnológico Geominero, voy a esbozar en esta ponencia lo que podríamos denominar la parte lúdica de las aguas minero-medicinales, y tratar de analizar el producto Turismo de Salud, ya que aunque esta actividad se remonta a mucho años atrás y los establecimientos termales además de ser centros de salud, han venido siendo también lugares de recreo y de actividad social, la modificación significativa se produce en estos momentos en los que se busca un ocio activo. Por ello se hace necesario lograr la potenciación y revitalización de este producto, frente a otros productos turísticos emergentes.

Según los datos de que dispone esta Secretaría General de Turismo, España cuenta en la actualidad con 80 balnearios, situados en las CC.AA. de Andalucía (10 balnearios), Aragón (11), Asturias (1), Baleares (1), Cantabria (3), Castilla-La Mancha (6), Castilla-León (6), Cataluña (15), Extremadura (3), Galicia (14), Murcia (2), Navarra (1), La Rioja (1), Comunidad Valenciana (5) y País Vasco (1).

Sin embargo, antes de abordar el tema específico del Turismo de Salud, quiero hacer una breve referencia al reparto de competencias, que tanto en este campo como en los demás sectores turísticos, se encuentran compartidas entre la Administración Central y la Autonómica, correspondiendo a la Administración Central las siguientes funciones:

- **Promoción exterior** a través de: Campañas de publicidad y de relaciones públicas; publicaciones y material informativo, programación, ejecución y contribución económica para la participación española en ferias y exposiciones de carácter turístico; elaboración de planes y programas de promoción turística con participación de representantes empresariales y apoyo económico a entidades y empresas para la promoción y apertura de mercados turísticos en el exterior.
- **Comercialización**, mediante la concesión de ayudas para la instalación y ampliación de redes comerciales en el exterior.
- **Mejor conocimiento del hecho turístico** a través de la enseñanza, la investigación y la difusión de la información obtenida.
- **Relaciones internacionales**, fundamentadas en las relaciones técnico-turísticas con la CEE, O.M.T. y otros Organismos internacionales. Las relaciones con otros países basadas en los Acuerdos existentes de cooperación en materia de turismo.

El trabajo desarrollado por las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero

Estos son pues los instrumentos de que dispone la Administración Central para impulsar la actividad turística en nuestro país y consolidar su posición en el ámbito internacional, y en este caso concreto a favor del turismo Termal o de Salud.

Si analizamos la realidad actual, la demanda de bienes y servicios en el sector turístico está experimentando fuertes cambios. Frente a una clientela tradicional que necesitaba transporte, alojamiento, mar, utención, playa y sol, nos encontramos ahora con un turista más exigente que pide una vasta gama de instalaciones, y que intenta abandonar los lugares bulliciosos volviendo su mirada hacia la naturaleza.

Podemos decir que en la actualidad el interés por lo natural, en sus múltiples aspectos, aumenta de día en día. Paralelamente aumenta también el deseo de evadirse, aunque sólo sea por unos días, del ritmo acelerado de la vida cotidiana, por lo que se está aumentando el deseo de acudir a lugares donde obtener tranquilidad y al mismo tiempo tratamientos naturales para dolencias antiguas o nuevas, complementados con actividades que faciliten la relajación y, en definitiva, la puesta en forma.

Los balnearios situados normalmente en parajes de singular belleza, son enclaves de tranquilidad en medio del bullicio en que vivimos, conjugando de manera singular, el sabor del pasado con el presente, por lo que son, sin lugar a dudas, los lugares indicados para satisfacer esta demanda. Sin embargo, es necesaria su adaptación a la realidad actual para su adaptación a un mercado cada vez más competitivo, adecuando las instalaciones, mejorando sus servicios, ofreciendo nuevos incentivos y actualizando los sistemas de gestión, promoción y comercialización, elementos todos ellos fundamentales para incrementar la clientela tradicional y captar la nueva demanda que pretende combinar su recuperación física y mental con unos días de ocio.

En base a este binomio salud-recreo, el termalismo puede ser considerado como una oferta turística complementaria, que ofrece nuevos destinos y nuevas posibilidades de esparcimiento, tanto al potencial turista nacional como al extranjero.

Este producto turístico cuenta con puntos fuertes y puntos débiles.

Es innegable que en España partimos de dos premisas muy importantes: la abundancia y riqueza de las aguas minero-medicinales y el inmejorable clima de que disfrutamos. Sin embargo, en 1.992 resulta fundamental elevar la calidad de las instalaciones, de los servicios y del personal que los atiende. Se hace indispensable ofrecer nuevos elementos que atraigan un mayor número de clientes y aumenten su grado de fidelidad a este tipo de establecimientos.

Aunque la salud sigue siendo la motivación principal para acudir a un balneario y, en consecuencia, las características de sus aguas puede ser el factor determinante para su elección, es innegable que entre la oferta existente, el cliente tenderá a escoger aquellos establecimientos que ofrezcan una mayor calidad tanto en instalaciones como en servicios y que además cuenten con posibilidades de distracción y ocupación de estas jornadas de ocio.

Los balnearios deben, pues, adecuar su oferta a las exigencias de la demanda, ya que junto al cliente tradicional que acudía al establecimiento para recuperarse de una afección reumática, del aparato respiratorio... se une hoy en día la persona que necesita una cura anti-estrés, un tratamiento para rebajar peso o reducir celulitis e incluso nos encontramos con la persona que lo elige como lugar ideal para pasar sus vacaciones, desconectar, relajarse y disfrutar.

Es, por tanto, innegable que la demanda por motivos de salud también está sufriendo variaciones importantes. Resulta fundamental salir al paso de estas nuevas exigencias, ya que observamos que las estaciones no sólo venden salud sino también naturaleza, deportes, diversión, cultura, si no queremos verlas languidecer y ser sustituidas por otros productos más atractivos o simplemente mejor comercializados.

Resulta pues obvio que aunque un balneario pueda ser en principio considerado como una instalación médica, también puede considerarse como un producto turístico que genera una actividad basada en el tratamiento, el alojamiento y la oferta de ocio.

En lo que se refiere a las instalaciones hoteleras que un turismo termal comporta y en base a las peculiares características del cliente que a ellas acude, es importante su diferenciación respecto a la oferta hotelera convencional.

La estancia es prolongada, ya que está en función de la cura termal, cuya duración oscila entre los 12 y 20 días.

Al tratarse de clientes-pacientes, cuya estancia es prolongada, necesitan que el entorno, tanto humano como ambiental, sea familiar y cálido, factores que sin duda contribuirán de forma muy positiva en su recuperación si mantienen el nivel de calidad deseado.

El hotel deberá igualmente disponer de servicios especializados en dietética, ya que el menú de muchos clientes está en función de prescripciones médicas y deberá también contar con instalaciones de ocio que permitan a los clientes la realización de actividades sociales o deportivas.

En el tema del alojamiento es necesario destacar la necesidad de elevar la calidad de nuestra oferta, ya que si queremos apostar por un turismo de calidad deberemos contar con un mayor número de establecimientos de elevada categoría que atraigan a este segmento del mercado que está apareciendo y que es necesario captar.

En lo que respecta a las actividades de ocio y aunque es indudable que el agüista emplea bastante tiempo en seguir su tratamiento y que además es conveniente que tenga un ambiente de reposo y serenidad, es asimismo muy importante que este clima de tranquilidad no se convierta en una estancia aburrida. Se trata, en definitiva, de que la clientela actual se convierta en fija, y al mismo tiempo atraer a

un segmento de la población de alto poder adquisitivo que no frecuenta estas instalaciones porque las considera "aburridas".

Este concepto, que poco a poco va desapareciendo, tiene todavía un peso específico que es necesario desterrar definitivamente. Son muchos los balnearios que incluyen en su oferta un adecuado empleo del ocio, programado y dirigido por profesionales. Las actividades que ofrecen están planificadas para el perfil medio del cliente que acude al balneario, ofreciendo un abanico de posibilidades a través de actividades deportivas, culturales y sociales.

Se viene comprobando que la realización de estas actividades, que transforman el tiempo libre en un tiempo gratificante, contribuyen igualmente a lograr beneficios de orden biológico, psicológico y social colaborando con la intención del balneario de conseguir el estado de salud deseado en el paciente.

Si esto es así para aquellas personas aquejadas de una determinada dolencia, ¿no lo será aún más para toda esta nueva clientela a la que antes aludía y más todavía para atraer a los indecisos?

Si nos fijamos en el caso concreto de un paciente que acude para realizar una cura anti-estres o un tratamiento de belleza, es seguro que se sentirá más atraído si además puede conocer un enclave de belleza natural situado en las inmediaciones, practicar el tenis si es su deporte favorito, acudir a un festival que tenga lugar en una localidad cercana o realizar pequeños itinerarios culturales por la región. Son necesarias las actividades que se puedan realizar en el balneario, pero es indispensable establecer una sinergia con la región en la que éste se ubica, siendo el balneario el foco principal de atracción.

El tratamiento es compatible con la diversión. No se trata de seguir un tratamiento por la mañana y dedicar el resto del tiempo a realizar una carrera contra-reloj para hacer el mayor número de actividades posibles, pero sí de acoplar ambas cosas y poder ofrecer de forma compatible ambos productos: tratamiento y ocio.

En estos momentos el Turismo de Salud se encuentra en nuestro país en una encrucijada, y por lo tanto con problemas de crecimiento. Aunque su recuperación se ha visto favorecida en los últimos años por el impulso de los propios empresarios y por el régimen de concierto establecido por el INSERSO, es necesario continuar el esfuerzo iniciado, analizando en profundidad y reforzando los puntos débiles, con el fin de elevar la calidad y poder ofrecer un producto que responda a la demanda actual.

La calidad, tanto en instalaciones como en servicios, es hoy en día un factor que afecta al turismo en general. El alcanzar mayores estándares de calidad en los servicios, modernizar y diversificar la oferta tradicional y crear nuevos productos turísticos, es el objetivo final de las ayudas que se están concediendo a través de las C.C.AA., de la CEE, así como de las previstas en el Plan Marco de Competitividad del Turismo español.

3. AYUDAS ECONOMICAS

Las ayudas económicas de las Comunidades Autónomas se instrumentan a través de:

- Líneas de subvenciones a fondo perdido bien a cargo de sus propios presupuestos o bien a cargo de los fondos estructurales comunitarios, fundamentalmente vía FEDER.
- Líneas de crédito, subvencionando una media de cinco puntos.

En lo que respecta a la Comunidad Económica Europea y centrándose en el sector turístico, no quiero dejar de citar el Plan de Acciones Comunitarias en favor del Turismo, aprobado por Decisión del Consejo el 13 de junio pasado. El Plan, dotado con 18 millones de ECUS, tendrá una duración de 3 años a partir

del 1 de enero de 1.993. La Comisión será la encargada de su ejecución y para la realización de esta tarea estará asistida por un Comité de representantes de los Estados miembros, entre los que figura, como es lógico, un representante de la Secretaría General de Turismo.

Las acciones previstas en este documento no contemplan de forma directa el turismo de salud, pero sí de forma indirecta en todos y cada uno de sus apartados, que están referidos a:

- Mejora del conocimiento del ámbito del turismo y consolidación de la coherencia de las acciones.
- Fomento del escalonamiento de las vacaciones.
- Promoción de iniciativas transnacionales de desarrollo turístico en ramas especializadas del sector.
- Apoyo a las iniciativas que mejoren la información destinada a los turistas, así como su protección.
- Fomento del turismo cultural, social, rural y juvenil.
- Apoyo a acciones encaminadas a conciliar turismo y protección de la naturaleza.
- Fomento a la consolidación de la profesionalidad del sector turístico comunitario.

Como decía anteriormente, el Turismo de Salud podrá acogerse a estas acciones y obtener financiación a través de este Plan. Es cierto que su dotación económica es escasa, pero también es cierto que representa prácticamente el primer paso importante de la Comunidad Europea en su actuación.

Tampoco nos podemos olvidar de la existencia de los Fondos Estructurales, a través de los cuales se están consiguiendo importantes financiaciones que todos esperamos, se vean reforzadas por los Fondos de Cohesión que contempla el Tratado de Maastricht.

Por último, es importante que me refiera al Plan de Marco de Competitividad del Turismo español, que fué presentado en junio pasado.

Este Plan ha sido concebido como un gran instrumento de colaboración de la Administración Central con las CC.AA., colaboración que resulta indispensable si tenemos en cuenta la atribución de competencias. Asimismo, se identifica con el Plan de Acción en favor del Turismo, aprobado en junio pasado por el Consejo de Ministros de Turismo de la CEE.

Las líneas de actuación que en este Plan Marco de competitividad se plasman son acordes con las directrices emanadas de Bruselas.

Este plan, cuya duración abarca el período 1.992-95, prevé subvenciones por valor de 48.000 millones de pts., créditos a un tipo de interés del 12% por valor de 40.000 millones de pts. y una deducción fiscal del 20% a la apertura de redes de distribución. Contempla cinco ejes:

- 1.- Coordinación y cooperación institucional
- 2.- Modernización e innovación del sector
- 3.- Fomento de nuevos productos
- 4.- Una nueva estrategia de promoción
- 5.- Promoción de una conservación del entorno

El turismo de salud se encuentra incluido de forma específica en el Plan de Fomento de Nuevos Productos y también puede beneficiarse de las cuatro restantes líneas de actuación.

El Plan contempla como uno de los principales instrumentos la concesión de ayudas para diversos tipos de proyectos y actividades que persigan la excelencia, la calidad y la mejora de la competitividad.

Establece una estrategia general para el sector turístico, por lo que su instrumentación abarca numerosos campos. Uno de sus principales instrumentos reside en el apoyo financiero público a ciertas actuaciones y en facilitar el acceso a la financiación privada a través de:

a.- Subvenciones a fondo perdido a empresas y entidades públicas o privadas que se instrumentan a través de Ordenes Ministeriales (las primeras son de fecha 19 de agosto de 1.992) y están dirigidas a:

- diagnósticos y análisis de empresas, productos y destinos,
- cualificación y formación de recursos humanos,
- mejora y promoción de la calidad,
- innovación y fortalecimiento del tejido empresarial,
- nuevos productos turísticos.

b.- Créditos preferentes que se instrumentarán mediante convenios con entidades financieras y canalizarán hasta 10.000 millones de pts. anuales. Esta línea de actuación apoyará la modernización de los establecimientos y servicios y el desarrollo de la oferta turística singular.

He señalado anteriormente que ya se han publicado en el B.O.E. las primeras Ordenes Ministeriales que desarrollan este Plan. Ahora que el Plan está ya en marcha, podemos y debemos aprovechar todas las posibilidades que nos ofrece para mejorar y potenciar la actividad de la industria turística española y obtener a través de esta iniciativa los mayores beneficios para el Turismo de Salud.