**Turismo sanitario o cómo reinventar la marca España con salud**



**Turismo Sanitario**

Las especiales condiciones medioambientales de la Piel de Toro, la cercanía a países tradicionalmente emisores de turismo, la existencia de una infraestructura de alojamientos turísticos muy selecta y extendida y una estructura socio sanitaria bien implantada y de calidad han convertido a España en una meca para el turismo de salud. Pero una meca con mucho por hacer.

Un turismo sanitario en el que se incluyen tanto los no residentes que pasan largas temporadas para recibir tratamiento en lo peor del invierno de sus países de origen, hasta los que buscan completar curas específicas que las legislaciones o los costos económicos convierten también en insalvables cerca de sus lugares de residencia.

Cuando no, turistas de salud que hacen cruces fronterizos fugaces para recibir una mejor asistencia médica, pero también los que lo hacen para cuidarse con estancias en hoteles, [balnearios](http://www.termalistas.com) y spas que tienen esos servicios y hasta los que representan una carga para la atención sanitaria pública, las de los miles de visitantes que sufren accidentes durante su estancia.

España percibe ese turismo de salud que está en alza con opciones encontradas. A un lado, una Europa que envejece, con todas sus patologías, o que tiene diferencias en el acceso a los tratamientos de fertilidad.

En el otro, una España que apuesta, sin ir más lejos, por el turismo residencial para poner en circulación el parque de viviendas al que la crisis económica ha dejado bien apalancado. Una España, cuyo sector médico privado, el que forman clínicas ubicadas especialmente en zonas turísticas y grandes ciudades, ve el turismo de salud con todas sus oportunidades.

Oportunidades de redes de desarrollo turístico y oportunidades de negocio, pero también un peligro: que el efecto llamada del turismo de salud acabe por castigar aún más el sistema de salud público. Un sistema abierto a la Unión Europea que en la práctica no ha sabido encajar las consecuencias de la integración sanitaria y que está respaldado por legislaciones y reglamentos difíciles de interpretar y mucho menos de ejecutar.

El turismo de salud verdaderamente ordenado que apela a las excelencias de las mejores plantas de alojamientos turísticos no está suficientemente explotado, tiene un impacto apenas conocido en la economía y muchos de sus actores se reparten de forma desigual las atenciones al viajero que viene a este país a mejorar o a cambiar su estado de salud.

Hoteles, balnearios, sanidad privada y pública, redes hospitalarias, agencias de viajes, turoperadores, médicos independientes, intermediarios turísticos, portales web específicos, financieras, aseguradoras, participantes todos del turismo de salud, con intereses diferentes, y hasta encontrados, operan sin coordinación en una actividad económica de la que todos reconocen que esconde un enorme potencial y un mejor futuro.

Tal vez sean los complejos termales, los nuevos o los tradicionales reconvertidos, los que han conseguido clarificar su oferta, diferenciándose y especializándose en el turismo de salud por las especiales condiciones de sus establecimientos.

Unas condiciones que se lo ponen fácil al visitante: aguas y lodos con propiedades mineromedicinales, terapias relacionadas con esos elementos naturales, personal médico incluido entre el personal de los establecimientos y no poca innovación en los servicios y en el marketing asociado a sus productos.

La prueba palpable de esa evolución positiva es la oferta que los hoteles comunes, los urbanos, los de negocios, los aparthoteles o los de perfil familiar de la costa española, están empezando a ofrecer relacionando las curas contra el estrés, la relajación y los tratamientos exóticos como valores añadidos a sus servicios. Están en la tendencia.

Están en la tendencia países como Filipinas o Singapur, con un volumen de viajeros tratados 10 ó 15 veces superior al español. España sigue sólo la inercia de su demanda turística masiva, pero el cambio está ahí.

Una de las claves para avanzar en el desarrollo futuro de la industria turística especializada de la salud será engarzar la complementariedad de toda la oferta de turismo de la marca España. Esto supone unir el turismo de salud y de belleza a las excelencias de la gastronomía, la cultura, el deporte y las del turismo rural.

Cuando llegue el momento en el que el turista quiera venir a tratarse a España porque le da más, podremos decir que sólo quedará afinar la marcha porque el viaje ya tendrá dirección.