

Cómo citar este trabajo: Pinos Navarrete, A., Sánchez Escolano, L. M., & Maroto Martos, J. C. (2021). Spa tourism in Western Europe: reconceptualization and new space functions in a comparative perspective. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (88). <https://doi.org/10.21138/bage.3061>

El turismo de balneario en Europa Occidental: reconceptualización y nuevas funciones territoriales en una perspectiva comparada

Spa tourism in Western Europe: reconceptualization
and new space functions in a comparative perspective

Aida Pinos Navarrete 

apnavarrete@ugr.es

Luis Miguel Sánchez Escolano 

lmsecolano@ugr.es

Juan Carlos Maroto Martos 

jcmaroto@ugr.es

*Departamento de Geografía
Universidad de Granada (España)*

Resumen

El turismo de balneario está cambiando de forma significativa sus características tradicionales, tanto en su dimensión comercial y turística como en su función urbana y territorial. El sector participa de nuevas formas de consumo que se desarrollan en distintas escalas y escenarios competitivos. Esta investigación, a partir de tres casos de estudio de referencia internacional en el sector (Spa, Aachen y Valkenburg), identifica, analiza y valora de forma crítica características de estos fenómenos turísticos y urbanos de base termal. Asimismo, sitúa en la perspectiva

histórica sus orígenes y relevancia, contextualiza después su importancia y posicionamiento global, para acabar profundizando en el conocimiento de los impactos que, forzados por los nuevos valores y tendencias del post-turismo, están replanteando la totalidad del sector. La metodología empleada combina lo cualitativo y lo cuantitativo, con entrevistas a informantes clave para ofrecer resultados cartográficos y teóricos que permiten establecer una correlación entre los cambios recientes en la relación oferta-demanda termal y la estructura urbana de las ciudades balneario.

Palabras clave: turismo de salud; termalismo; post-turismo; modelos espaciales; ciudad balneario.

Abstract

Spa tourism is significantly changing its traditional characteristics, in its commercial and tourist dimension and in its urban and territorial function. The sector participates in new ways of consumption, which are developed at different scales and competitive scenarios. This research, based on three case studies considered as an international reference in the sector (Spa, Aachen and Valkenburg), identifies, analyzes and critically values characteristics of these tourist and urban phenomena thermal-based. Likewise, it places its origins and relevance in a historical perspective, contextualizing its importance and global positioning. To end up deepening the knowledge of the impacts that, forced by the new values and trends of post-tourism, are rethinking the entire sector. The methodology combines qualitative and quantitative techniques, including interviews with key informants in order to expose cartographic and theoretical results that allow establishing a correlation between recent changes in the thermal supply-demand relationship and the urban structure of spa cities.

Key words: health tourism; thermalism; post-tourism; spatial models; spa city.

1 Introducción

El turismo, un sector relativamente reciente en sus formas contemporáneas, y resultado inequívoco de la modernidad, está experimentando cambios importantes a distintas escalas (Zuelow, 2016). El capitalismo y la globalización han conducido a una masificación de flujos y una diversificación de los comportamientos en la etapa post-turista (Feifer, 1985; García, 2017). Esta se caracteriza por una nueva interpretación del turismo en tanto que las actividades turísticas y el territorio se ven determinados por el impacto de los social media, la tecnología digital y el

neoliberalismo. En este contexto, con el aumento de la importancia tanto cuantitativa como cualitativa del turismo se han visto alteradas las tradicionales interrelaciones entre la actividad turística y el territorio que la acoge (UNWTO, 2019). El turismo de balnearios que caracteriza Grob (2017), como un tipo de turismo actual con un extraordinario potencial en el contexto global, no está exento de las nuevas dinámicas e implicaciones generales del sector (Bennett, King & Milner, 2004; Sibila, 2006; Lohmann, 2010).

El termalismo es una de las formas de turismo más antiguas pues comenzó con las élites que protagonizaron las primeras experiencias de ocio que identificamos con tal nombre (Melgosa, 2000).

In Ancient Athens, where citizens had much leisure time, states that people traveled for pleasure or education, sport, religious purposes (festivals or pilgrimages to sanctuaries), and reasons of health (spas) (Duchet, 1949, p. 15).

Este sector está muy vinculado al territorio y sus características físicas, pues su recurso base son las aguas mineromedicinales que emanan del subsuelo. Sin embargo, la singularidad en la utilización de las mismas, y por ende de este tipo de turismo, puede verse afectada si continúan los actuales patrones de incremento de la oferta y los exigentes flujos de la demanda. El turismo de balnearios representa un modelo turístico que es, por definición, contrario al producto masivo u “off the shelf” (Toro & Sánchez, 2019). En él se persigue lo experiencial, lo singular que ya destacaba Urry (1990), y la conexión con la naturaleza frente a las lógicas estructurales del turismo pre-pandémico global. Este sigue caracterizado por la estandarización, la homogeneización, el producto preparado para su consumo instantáneo y la difusión en las redes sociales (Van Dijck, 2013; Jansson, 2018). En este nuevo escenario, la relación oferta y demanda se ve distorsionada, así como las relaciones entre turistas (Hennig-Thurau et al., 2010). Sin embargo, lo que resulta aún más llamativo es el hecho de que el territorio, soporte y escenario en el que tiene lugar la actividad, queda relegado a un intrascendente segundo plano (Cohen, 2008).

La larga tradición balnearia en regiones como Europa Occidental (Cohen & Bodeker, 2008; Erfurt-Cooper & Cooper, 2009) ha ido creando en las ciudades con balneario un cosmos de tradiciones, prácticas culturales y elementos patrimoniales que forman parte fundamental de su identidad como asentamientos humanos (Navarro & Alvim-Carvalho, 2019). De hecho, han terminado por erigir un modelo de urbanización característico, el denominado “ciudad-balneario” (Gil, 2000). Actualmente, las infraestructuras urbanas asociadas al termalismo como

son los casinos, los teatros, las galerías, los *buvettes* y los *kurgartens* —del alemán *kur- cura, garten- jardín* (Brockhaus Enzyklopädie, 1966)—, terminan integrándose en el área urbana, y en muchos casos, dan forma al crecimiento y la ordenación de las ciudades balneario, propiciando la trabazón del paisaje vegetal-terapéutico en la concepción de la urbe (Navarro & Alvim-Carvalho, 2019; Sánchez, 2019). Esta característica las distingue del modelo de crecimiento de otras del entorno.

En el último medio siglo, las instalaciones balnearias en su conjunto, y pese a sus demostrados beneficios terapéuticos —origen y fundamento de la actividad que caracterizó sus funciones urbanas—, han mutado y generalizado entre capas más amplias de población la forma en que son explotadas (Van Tubergen & Van der Linden, 2002; Maraver, 2010). Particularmente, el sector se ha redirigido hacia el *wellness* (Mueller & Lanz Kaufmann, 2001; Kliegel, 2007; Smith & Puczko, 2015, 2016), transitando de este modo desde una actividad focalizada en la curación hacia una renovada versión que lo hace en la prevención (Martínez, 2008; Pforr & Locher, 2012). Las nuevas motivaciones (Chen, Prebensen & Huan, 2008) evidencian un paulatino alejamiento de los tratamientos médico-curativos para la salud física dando un mayor grado de importancia a las actividades preventivas del bienestar y de ocio (Smith & Puczko, 2010; Araújo & Fraiz, 2012). Se habla ahora de un “termalismo de bienestar” (San Pedro Martínez, 1988), “producto turístico integral” (Larrubia & Luque, 2002), “turismo de bienestar” (Sibila, 2006), “turismo holístico” (Smith & Kelly, 2006) o “centros de hedonismo turístico” (Cassens, 2012). En consecuencia, los balnearios de Europa Occidental en el siglo XXI modulan más intensamente su papel como centros vertebradores de la trama urbana y sinónimo de salud, adquiriendo un nuevo rol turístico y urbano.

Por tanto, el valor añadido de la investigación radica en una aproximación holística e integradora, propia del análisis geográfico, para conocer la trascendencia y potenciales impactos en la dinámica urbana que encierra el nuevo escenario turístico-termal. Este enfoque queda lejos de celebrar los resultados principalmente económicos tan cuestionados en la literatura turística crítica desarrollada en los últimos años por autores como Cañada & Murray, 2019. Las ciudades balneario tienen nuevos desafíos en su planificación y necesitan diagnósticos imprescindibles en la búsqueda de posibles soluciones. Estas deben ser integradas en el diseño de políticas orientadas a la materialización de la sostenibilidad como nueva forma de organizar la convivencia en un espacio que fue construido por y en torno al termalismo.

2 Hipótesis y objetivos

El modelo de negocio y los patrones geográficos que definen el termalismo en Europa Occidental han sufrido, como respuesta adaptativa a la globalización y el post-turismo, cambios muy profundos en los últimos años. Esto ha tenido, a su vez, repercusiones trascendentales tanto en las formas en que se ha desplegado la oferta como en su relación con una demanda cada vez más tendente a la masificación, lo que ha terminado por desencadenar dinámicas e impactos de indudable trascendencia territorial.

El objetivo principal de la investigación es analizar las tendencias en el sector termal y sus implicaciones en la morfología urbana a través de un análisis comparativo de casos. La consecución de este objetivo general se desarrollará en diferentes apartados, correspondiéndose cada uno con los objetivos específicos: 1. Identificar y estudiar la evolución de los cambios en la oferta y la demanda del sector termal en Europa Occidental; 2. Elaborar e implementar un modelo de entrevista para la obtención de información cualitativa relativa a estos procesos; 3. Analizar las transformaciones urbanas de las ciudades balneario en estudio; y 4. Representar cartográficamente las dinámicas identificadas.

De esta forma la estructura de la investigación se fundamenta en un estado de la cuestión sobre la realidad del turismo global y del termalismo en particular, que permite contextualizar las aportaciones posteriores. A continuación, se explica el proceso metodológico de la investigación y se detallan las fuentes directas e indirectas que se han utilizado. Tras esto, y en consonancia con lo propuesto, se identifican las tendencias en la relación oferta-demanda, así como las transformaciones urbanas que, en los casos en estudio, han ido aparejadas al proceso de adaptación en el nuevo contexto productivo y turístico que se ha consolidado en los últimos años. Finalmente, se establece un marco crítico de discusión de las principales ideas y procesos considerados, que servirá para situar las aportaciones realizadas en el contexto científico contemporáneo, avanzar en el establecimiento de nuevas nociones más sólidas en esta parte de la geografía del turismo, y para dotar de nuevas herramientas a la actividad planificadora y científica. De esta forma se pretende contribuir a un posicionamiento más pragmático en la gestión de los enormes retos que ya asaltan al sector y las ciudades balneario.

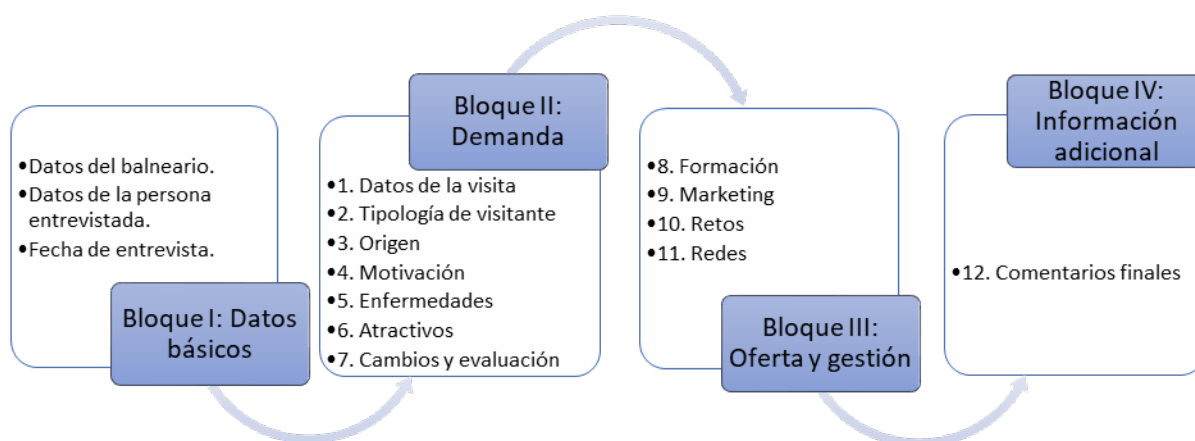
3 Metodología y fuentes

En el desarrollo de la presente investigación se han utilizado diferentes técnicas de recopilación y análisis de datos: entrevistas semiestructuradas, elaboración de cartografía y trabajo de campo.

La triangulación de estas metodologías -fundamentalmente cualitativas- ha permitido el conocimiento preciso y completo del nuevo escenario urbano-turístico en las tres localidades europeas objeto de estudio.

La entrevista semiestructurada, utilizada posteriormente como apoyo y fuente de información primaria de referencia, contiene un total de doce preguntas generales que conforman cuatro grandes bloques (Anexo 1). El bloque 1 recoge los datos básicos relativos a información del balneario y de la persona entrevistada. El bloque 2 está compuesto por un total de siete preguntas relacionadas con el perfil de cliente que acude al balneario y los posibles cambios recientes de esa demanda. El bloque 3, compuesto por cuatro preguntas generales, plantea interrogantes sobre las características de la oferta y los retos en la gestión del establecimiento termal. El bloque 4 contiene preguntas destinadas a aportar información adicional que no ha sido requerida con anterioridad y que puede resultar relevante para la investigación (Figura 1).

Figura 1. Variables consultadas en el modelo de entrevista



Fuente: elaboración propia

La entrevista se realizó de forma presencial mediante cita previa a los tres directores de los balnearios seleccionados, siguiendo la misma estructura en cada caso. Tuvieron lugar entre mayo y julio de 2019, y se desarrollaron in situ en cada uno de los establecimientos termales. En orden cronológico, se hizo primero la de Valkenburg -en inglés- con Michelle Hellebrand (M.H, entrevista 1), en días posteriores la del centro termal de Aachen con Björn Jasen (B.J, entrevista 2) (en inglés y alemán) y finalmente la del balneario de Spa (en francés) con Séverine Philippin (S.P, entrevista 3). Los tres directores son informantes clave, objeto de un análisis agregado,

para estudiar la oferta actual de los diferentes balnearios. De esta forma se posibilita el tratamiento comparativo de diferentes regiones de Europa Occidental.

Por su parte, en el trabajo de campo se ha podido recopilar la información necesaria que se ha detectado que faltaba en los análisis previos, comprobando la que ha sufrido modificaciones recientes no reflejadas en las bases de datos consultadas y tomando aquella que solo puede ser recabada in situ. En esta segunda etapa se ha procedido también a la identificación de aquellos elementos clave en el panorama urbano que han ayudado a comprender y, sobre todo, a cartografiar las diferentes dinámicas espaciales de las infraestructuras asociadas a la actividad turístico-termal. Estos ítems, que se geolocalizan sistemáticamente en cada uno de los mapas del apartado de resultados, han sido los siguientes: a) Centro neurálgico; b) Balneario antiguo; c) Balneario moderno; d) Manantial de agua; e) Casino; f) Kurgarten; g) Casco histórico; h) Expansión urbana.

La elección de estos seis elementos queda justificada porque, en primer lugar, el centro neurálgico –identificado con el centro histórico de la ciudad y que constituye el eje vertebrador de los espacios urbanos analizados-, supone el punto de referencia para controlar el desplazamiento hacia la periferia, si lo hubiere, de cualquier infraestructura señalada, especialmente del balneario actual. Ese establecimiento moderno es el foco central que genera la actividad turística termal hoy en día y, por tanto, es fundamental ubicarlo en el mapa para entender su función con respecto al resto de elementos urbanos y con la ciudad en general. Además, el manantial de agua -elemento base para el desarrollo del termalismo-, también permite comprobar cómo los edificios asociados al recurso se van trasladando en un marco temporal y espacial concreto. Al mismo tiempo, se comprueba que hay un proceso de expansión de la superficie de suelo urbanizado de la ciudad. Por otro lado, se ha identificado el balneario antiguo -o los restos que atestigüen su inicial emplazamiento-, de forma que se percibe e intuye de forma gráfica si su ubicación y representación sociocultural en la cuadrícula urbana e imaginario colectivo sigue siendo la misma a lo largo del tiempo. Asimismo, se han georreferenciado el kurgarten y el casino, dos elementos simbólicos e indisolubles del sector termal que han determinado históricamente la oferta y demanda en los balnearios de Europa Occidental. Por último, se han marcado el casco antiguo y la zona de expansión urbana que permiten identificar, a grandes rasgos, las dinámicas espaciales recientes de los núcleos seleccionados. En la georreferenciación de los elementos clave se ha hecho uso de un SIG (Sistemas de Información Geográfica), concretamente el software ArcGis.

La información se ha recopilado de los organismos oficiales proveedores de datos de cada uno de los países que acogen a los balnearios analizados en esta investigación. En términos generales, la información extraída para la cartografía procede de las siguientes fuentes:

- Mapa de localización: EUROSTAT (<https://ec.europa.eu/eurostat/home>) para las líneas de los límites nacionales y municipales; y Sentinel 2 del Programa Europeo Copernicus, a través de su Open Acces Hub (<https://scihub.copernicus.eu/>) para la imagen aérea.
- Aachen: Infraestructura de Geodatos Renania del Norte-Westfalia, en su infraestructura de datos espaciales (<https://www.geoportal.nrw/>).
- Spa: Instituto Geográfico Nacional Belga (<http://www.ngi.be/FR/FRO.shtm>), a través de su portal de descargas (<https://ac.ngi.be/profile?language=en>).
- Valkenburg: PDOK (Servicios Públicos sobre el Mapa), la IDE en la que colaboran el Catastro holandés, el Ministerio de Infraestructuras y Medioambiente, el Ministerio de Economía, la Red de Carreteras y Canales de Holanda y Geonovum (<https://www.pdok.nl/>).

Concretando, en el caso de Aachen, se ha tenido acceso a: los límites municipales; fotografía aérea (ortofoto) con un mosaico para toda la ciudad (a una resolución de 0,1 metros el píxel); mapa topográfico en formato ráster a dos escalas: 1:10 000 y 1:25 000; y catálogo vectorial de edificaciones del catastro nacional.

En el caso de Spa, se ha contado con: los datos del término municipal; fotografía aérea (ortofoto); y mapa topográfico en formato ráster a escala 1:250 000.

Finalmente, para la ciudad de Valkenburg se ha recopilado: información del término municipal; fotografía aérea (ortofoto) a una resolución de 0,25 metros el píxel; mapa topográfico en formato ráster a escala 1:25 000; mapa topográfico en formato vectorial en dos escalas 1:10 000 y 1:50 000; y el catálogo de edificaciones para todo el núcleo urbano.

Las fuentes descritas se han empleado en la elaboración de la cartografía incluida en el trabajo en el siguiente orden. En primera instancia, se ha trabajado con las líneas de límites oficiales de cada país y región. Además, se han usado las imágenes de satélite de Sentinel 2 (10 metros de píxel) para las tres ciudades en fechas óptimas (libre de nubosidad y corrección atmosférica). Posteriormente se ha hecho un tratamiento basado en composición de bandas y mosaicado, para disponer de una única imagen de toda el área, libre de nubes y conservando las bandas RGB.

4 Resultados

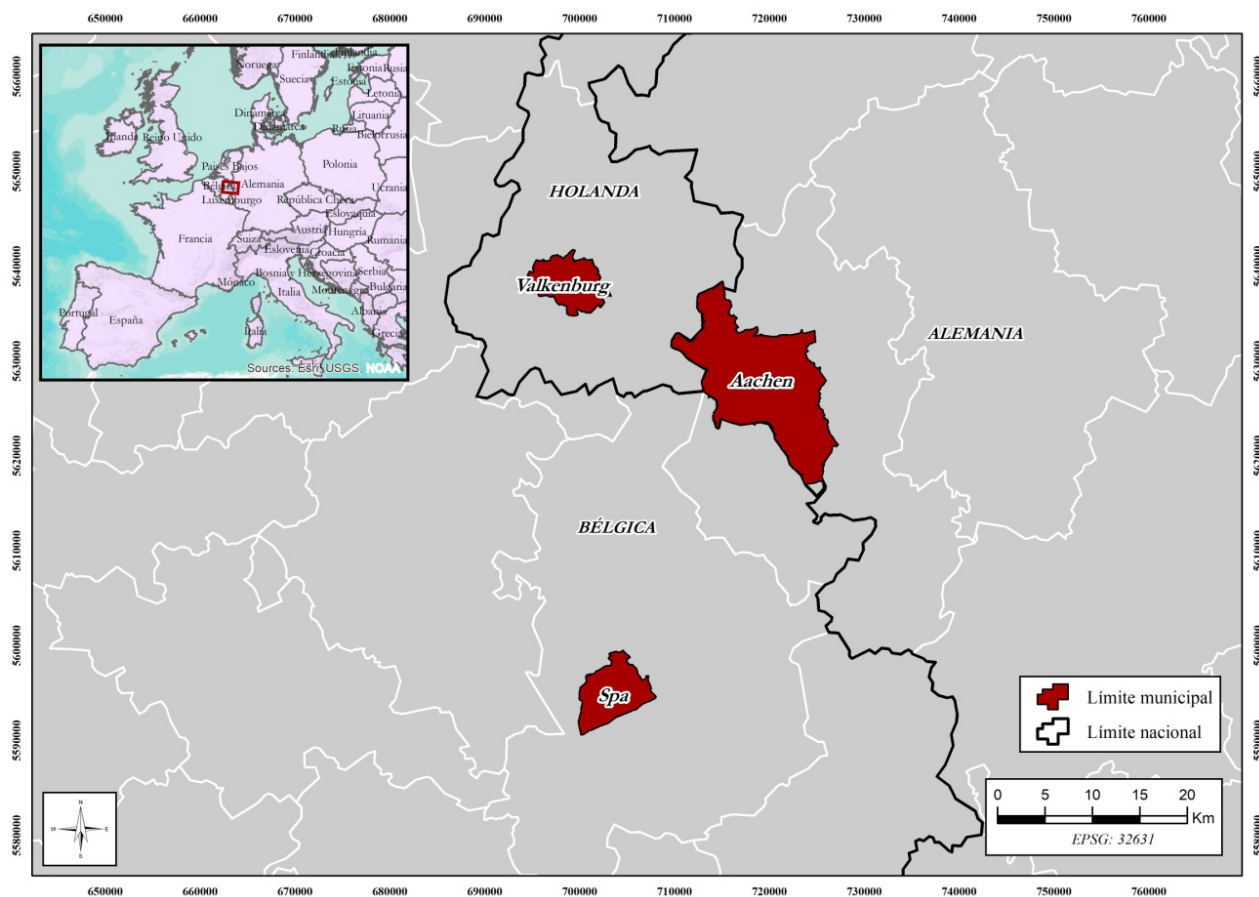
4.1 Europa Occidental, territorio de referencia del post-turismo termal. Justificación del ámbito de estudio

El escenario de análisis seleccionado para la investigación –tres localidades ubicadas en Europa Occidental- se justifica por las particularidades que albergan y por la posibilidad de extrapolar la explicación de los procesos que se han sucedido en ellas a otras regiones de Europa. Las localidades consideradas presentan cuantiosas similitudes geográficas, tanto en lo que se refiere al volumen y características de su población, al relieve y los suelos, al paisaje y a los aprovechamientos tradicionales, como en lo que concierne al marco administrativo, legal y planificador. Sin embargo, a la suma de estos elementos se puede añadir, a modo de refrendo, que esta área interestatal fue uno de los espacios pioneros en el desarrollo del turismo termal (Peeters & Houbrechts, 2016). Y es que este espacio constituye uno de los primeros focos en los que se originó y consolidó esta modalidad de turismo, lugar y formas desde donde se fue expandiendo, primero al resto del continente, y después al resto del mundo. Esta circunstancia hizo, como parece lógico, que muchos de los principales procesos y tendencias que definen al sector se consolidaran en este centro y que, años más tarde, terminaran por alcanzar al resto de ciudades balnearias.

Actualmente esta relación centro-periferia sigue existiendo y los cambios en el sector que se operan en Europa Occidental se materializan años más tarde en otros países con tradición termal, como pueden ser España, Italia o Portugal, entre otros (Smith & Puczkó, 2010). Estas últimas regiones europeas se encuentran en un momento clave para afrontar el reto que supone una etapa de transformaciones del turismo de balnearios tradicional en su ciclo de vida. Todo ello sin dejar de observar a los territorios pioneros, donde los cambios se están operando en una fase ya más avanzada, lo que aumenta su interés para la investigación.

Los análisis previos y el trabajo de campo realizados, llevaron a la determinación de que la región presenta un modelo de balneario que es fiel reflejo de la situación actual del sector, sus dimensiones, enfoques y desenvolvimiento. Por tanto, desde su comprensión general se pueden realizar aproximaciones que permitan estudios que, a modo de prognosis, ofrezcan claves para su gestión en un futuro a medio y largo plazo. Las tendencias que han seguido los tres casos analizados (Figura 2) –tanto los dos con amplia tradición (Spa y Aachen) como el de creación más reciente (Valkenburg)– pueden ser, asimismo, referencia que aporte las claves para la comprensión científica del resto de ciudades termales en esta parte del continente.

Figura 2. Localización de los casos de estudio en el contexto europeo



Fuente: elaboración propia

El núcleo de Spa en Bélgica, junto con Bath en el Reino Unido, es el origen de las formas contemporáneas de termalismo en Europa. Tanto es así que es la ciudad que da nombre al término con el que identificamos a toda una tipología de baños de salud y ocio, sin necesidad de traducción o mayores explicaciones. La fundación y evolución de la urbe está estrechamente ligada a las aguas mineromedicinales. Desde el siglo XVI encontramos referencias en la literatura sobre el poder curativo de sus aguas. En los siglos XVIII y XIX se convirtió en la capital termal europea por excelencia, con un reconocimiento internacional que atrajo a destacados personajes de la época que buscaban beneficiarse de las propiedades de sus aguas. Era conocida como el “Cafe of Europe” y en ella se levantó el primer casino del continente en 1707, desde entonces vinculado a su auge termal (Peeters & Houbrechts, 2016; Crecente, Carballo & Simons, 2019). Desde 2014, Spa forma parte de la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO como una de las “Grandes ciudades europeas del agua” (Crecente, Carballo & Simons, 2019).

Por su parte, el turismo de salud en la vecina Alemania tiene un peso relevante para el país, pues cuenta con más de 300 balnearios que suponen un 30 % de las pernoctaciones en más de

2500 destinos turísticos (Becker, 2000), generan unos 370 millones de euros al año y ocupan a más de cuatro millones de personas (Pforr & Locher, 2012). Estas estadísticas convierten al termalismo en uno de los sectores más importantes dentro de la industria turística del país. La ubicación de estos centros termales está vinculada a la presencia de fuentes medicinales por lo que las características geológicas han determinado históricamente la localización y uso del recurso. En el caso de Aachen, referencia nacional en este campo, hay constancia de la utilización de sus aguas mineromedicinales desde los tiempos del Imperio Romano. El nombre de la ciudad está vinculado con su historia termal, así, Aachen puede derivarse de la palabra alemana "ahha" -agua- y del arcaico "Aquis grani" del Medievo, que procedía del latín "Aquae granni", que a su vez se refiere al dios celta de la salvación, "Grannus". La proyección internacional de la ciudad por sus propiedades mineromedicinales se debe, sobre todo, al emperador Carlomagno que, convencido de los efectos curativos de sus aguas termales, declaró Aachen como su principal palatinado a fines del siglo VIII (Imhof, 2005). Este hecho histórico permitió un nuevo apogeo de la ciudad, ya de por sí relevante por su estratégica posición entre condados, electorados y reinos en una de las zonas históricamente más convulsas de Europa. Más tarde, en el siglo XIX, las aguas despertaron el interés de la burguesía europea, en lo que supuso el inicio de las formas de aprovechamiento que se han proyectado, con las lógicas evoluciones, hasta nuestros días (Mathieu, 2014).

El municipio de Valkenburg, en Países Bajos, muy próximo a los dos ya mencionados, busca en la actualidad consolidar su presencia en el sector termal. Su agua mineromedicinal es la única en el mundo que no contiene radiactividad de cesio, lo que le ha valido la significativa distinción de "Ursprünglich Rein" (originalmente puro) por las autoridades de la vecina Alemania (<https://www.thermae.nl/>). El galardón supuso el respaldo definitivo a la creación del centro termal en 1989. Fue el primer balneario en el país, y su auge continúa en aumento después de tres décadas de apertura, pues ha ido ampliándose desde su inicio con numerosas reformas para aumentar su capacidad.

A continuación, se presentan de forma esquemática las características principales y algunos elementos para el análisis comparativo de los establecimientos termales de las tres ciudades referentes del termalismo en cada país en estudio (Tabla 1). Estas permiten reflexionar sobre qué elementos endógenos y exógenos condicionan el proceso de evolución del turismo termal, ya sea tanto en el caso concreto de cada ciudad como a nivel internacional.

Tabla 1. Ficha técnica de los balnearios analizados

Nombre	Thermes de Spa	Carolus Thermen	Thermae 2000
Año apertura	2004	2001	1989
Nº visitantes (2019)	193 000	362 000	200 000
Nombre del manantial	Marie-Henriette, Clementine, Reine	Aachener Rosenquelle	Cauberg
Composición de las aguas	Cloruro de sodio, bromo, yodo, azufre	Sodio, cloruro y bicarbonato	Minerales y oligoelementos
Temperatura del agua (°C)	32	47	32
Dolencia más tratada	Estrés	Estrés	Estrés
Nº Empleados	63	101	200
Propiedad	Privada	Pública	Privada
Hotel	No	No	Sí
Casino	Sí	En desuso	Sí
Apertura	Todo el año	Todo el año	Todo el año
Superficie (m ²)	800 aguas / 11 000 total	932 aguas / 13 000 total	1200 aguas / 64 000 total
Ciudad	Spa	Aachen	Valkenburg
País	Bélgica	Alemania	Holanda
Nº habitantes	10 378	246 272	16 512

Fuente: elaboración propia a partir de EUROSTAT, entrevistas 1, 2 y 3, <https://www.thermesdespa.com/home/>, <https://www.carolus-thermen.de/de/thermalbad/>, <https://www.thermae.nl/>

Figura 3. Balneario Thermes de Spa, balneario Carolus Thermen y balneario Thermae 2000 (de arriba a abajo, de izquierda a derecha)



Fuente: fotografías de las/os autoras/es, excepto la de Carolus Thermen que es una imagen inédita cedida por Björn Jansen (director del balneario)

4.2 Reorientación en la oferta y demanda del mercado termal

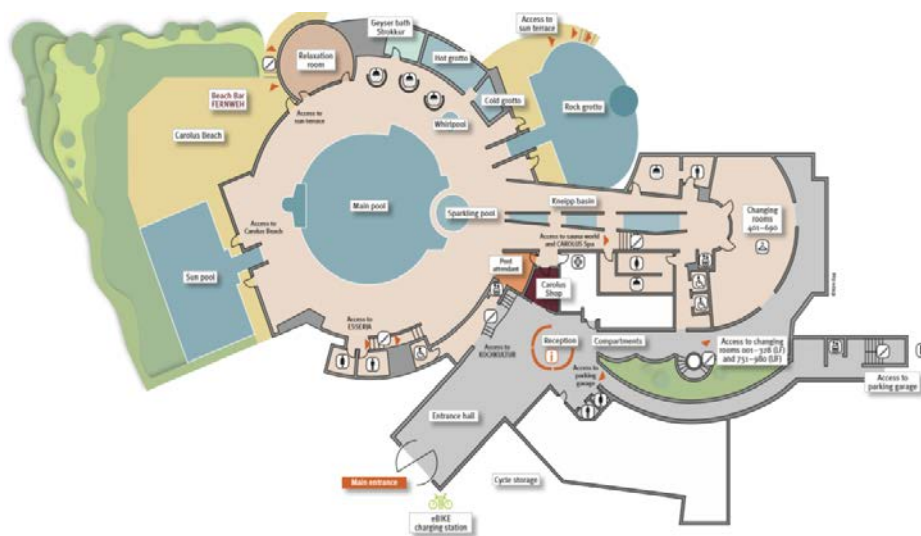
Las entrevistas semiestructuradas, realizadas a los tres directores de los balnearios de Valkenburg, Aachen y Spa, han servido para comprender la evolución reciente de la oferta y demanda del turismo termal en estas empresas. El análisis de los tres casos ayuda a identificar las tendencias generales recientes en el sector con gran precisión.

Uno de los principales factores que ha influido en las dinámicas de la oferta ha sido el cambio en los sistemas nacionales de salud pública que engloban a estas tres localidades. Tradicionalmente en muchos países europeos la estancia en los balnearios ha estado financiada por el Estado, pero las sucesivas reformas han desembocado en la autofinanciación por parte de los clientes. No obstante, existen casos excepcionales con algún tipo de subvención, pero suponen un 2 % del total de los agüistas que acuden a los balnearios (Entrevista 1). En este contexto la oferta se ha visto abocada al replanteamiento y, en general, a una total reinversión. Los balnearios se han visto en la necesidad de atraer a un mayor número de clientes

provenientes de un mercado abierto y competitivo, ya que habían dejado de acudir aquellos enviados directamente desde la seguridad social. La reconceptualización ha llevado a los gerentes de los balnearios a ampliar y diversificar la oferta que ahora se divide en cuatro grandes áreas, y que coinciden con las diferentes estancias en los balnearios (Figura 4): área termal, mundo de la sauna, área de bienestar y espacio gastronómico (Entrevista 2). La apertura a nuevos escenarios y actividades ha implicado una mayor representatividad de los sectores de la relajación y el bienestar, siendo el estrés la dolencia más tratada de forma recurrente en Carolus, Thermes de Spa y Thermae 2000 (Entrevista 1, 2 y 3).

Antes el centro balneario estaba más enfocado a los tratamientos de salud y ahora se ha redirigido hacia la relajación y el ocio. La patología más tratada es el estrés (más del 75 % de los casos). También suponen un porcentaje importante del total los pacientes que acuden por el cuidado de la piel y los tratamientos de belleza (Entrevista 2).

Figura 4. Planta principal de Carolus Thermen con amplias piscinas y zona de sauna.
Modelo prototípico de balneario en Europa Occidental



Fuente: Balneario Carolus Thermen website (<https://www.carolus-thermen.de/de/thermalbad/>)

La nueva oferta y demanda ha supuesto un paulatino alejamiento de la dimensión terapéutica de los balnearios y, en consecuencia, de su recurso base: las aguas mineromedicinales. En la actualidad, la composición de las aguas es una de las características menos significativas del balneario a la hora de atraer a los agüistas (Entrevista 2).

Gran parte de los clientes que acuden al balneario desconocen las características de las aguas, simplemente vienen por motivos de relajación. Sin embargo, no son

conscientes de que el agua es mineromedicinal, ni tampoco de cuál es su composición química y los beneficios que aporta. Por esta razón, desde el equipo directivo nos planteamos como un reto de futuro informar de la composición de nuestro agua a los termalistas. Nos gustaría, sobre todo, difundir sus beneficios entre la gente joven que suele estar aún menos informada. Estamos pensando la posibilidad de organizar algunos cursos sobre cómo tomar las aguas mineromedicinales, para promover un buen conocimiento y aprovechamiento de las mismas. Desde la dirección se está trabajando en distinguirse de los spas comunes que no disponen del recurso agua mineromedicinal y también en aprovechar la tradición termal histórica de la ciudad de Aachen para hacer frente a la competencia (Entrevista 2).


Esta afirmación coincide con las estadísticas de que entre un 50–74 % acude al balneario por relajación, diversión y prácticas lúdicas frente al 10–24 % que acuden por la oferta de salud (Entrevista 1). El decrecimiento en la dimensión salutífera de los balnearios también está muy vinculado con el rejuvenecimiento del perfil de sus clientes. La nueva demanda se suele corresponder con personas de mediana edad (25–64 años) que en su mayoría acuden en pareja (más del 50 %). Además, existen diferencias por género, ya que, hay más visitas de mujeres que de varones, siendo especialmente frecuentes los grupos formados por dos o más amigas (Entrevistas 1 y 3). En consecuencia, los paquetes de ofertas con más éxito son los de parejas y también tienen una amplia aceptación los descuentos especiales a jóvenes:

Cada martes del año los estudiantes tienen un 30 % de descuento en la entrada al balneario. Este día las cifras absolutas de usuarios aumentan en más de 200 personas al día con respecto al resto de días de la semana (Entrevista 2).

Este tipo de ofertas garantizan un acercamiento del segmento de población más joven al sector termal (Entrevista 1 y 2). Estos clientes pasan tan sólo unas horas en el establecimiento de baños, haciendo un uso intensivo de la zona de aguas, pero sin que su estancia implique pernoctación. En este sentido sus sugerencias de mejora para los establecimientos son las que tienen que ver con más espacios de agua, más espacios de relax y más saunas (Entrevistas 1, 2 y 3). En contraposición, los tratamientos tradicionales específicos de cada balneario en función de las características mineromedicinales de sus aguas, son cada vez menos demandados (Figura 5). Esta circunstancia implica una pérdida de calidad en la oferta de un servicio único que no puede competir con una oferta más impersonal y menos costosa en términos económicos.

Figura 5. Tarifas comparadas para la zona de aguas general frente al tratamiento tradicional de Spa (baño carbonatado)

INDIVIDUALS	
ADMISSION	ADULT
3 hours	21€
Full day	32€
Student/Invalid 3 hours	18€
3 hours after 5:30 pm (not WE, public holidays and bridges)	17€



CARBONATED BATH

36,00€

Fuente: Balneario Thermes de Spa (<https://www.thermesdespa.com/home/>)

La nueva orientación obliga a los directores y al personal empleado a adaptarse a los cambios del sector al mismo tiempo que se marcan nuevos retos. En este momento es importante conseguir una demanda estable y rentable para lo que es necesario atraer a un perfil de cliente –mediana edad y adultos mayores– con cierto poder adquisitivo que garantice la entrada de ingresos al establecimiento (Entrevista 1), intentando no caer paralelamente en la masificación del servicio (Entrevista 3). Además, se busca un aumento en la frecuencia de las visitas – fidelización–, y sobre todo una ampliación de la duración media de la estancia, propiciando la pernoctación (Entrevistas 2 y 3). De esta forma sería posible alcanzar mayores cotas de rentabilidad tanto para el balneario como para el núcleo poblacional en el que se ubica.

Actualmente estamos trabajando conjuntamente con el Ayuntamiento de Aachen para ofrecer paquetes de pernoctaciones y visitas a otros destinos de la ciudad. Sin embargo, este proyecto es bastante reciente pues ha habido un cambio en las estrategias de marketing de la ciudad, -antes reconocida como *Bad* (ciudad de baños)- y de cuyo distintivo se ha ido alejando. Hace unos años se pensó que este calificativo generaba una imagen de anticuado pues no se relacionaba a los balnearios con algo moderno. En cambio, las nuevas demandas de la sociedad -más preocupada por el bienestar físico y mental-, suponen una gran oportunidad. La población en general está buscando esa idea de bienestar y en este contexto es interesante vender el balneario como un sinónimo de salud. Se trata de ofrecer un

producto singular con un envoltorio diferente al tradicional, pero conservando su esencia. De esta forma sería posible captar ese incipiente, y cada vez más cuantioso, perfil de demanda (Entrevista 2).

Las estrategias de marketing y el contenido de sus páginas web son algunas de las cuestiones clave para la atracción de clientes al balneario.

La competencia es bastante fuerte porque algunos países limítrofes como Alemania, Francia o Países Bajos cuentan con un gran volumen de establecimientos termales muy próximos. Para poder competir con ellos lanzamos ofertas como, por ejemplo, un descuento general del 10 % del total. Los clientes solo tienen que hacer una sencilla operación de registro online previa a la visita para conseguirlo (Entrevista 3).

Desde la dirección aspiramos a que el centro Thermae 2000 sea el mejor balneario de Europa (Entrevista 1).

Los canales de marketing también están experimentando importantes transformaciones, pues el desarrollo de las nuevas tecnologías y la necesidad de ofrecer una imagen renovada y moderna del centro, intensifica las campañas online en Google AdWords, Facebook, Instagram, LinkedIn, entre otras redes sociales (Entrevista 1 y 3). Estos canales están siendo útiles, presentan muy buen funcionamiento (Entrevista 3) y llegan a un importante volumen de población de forma instantánea. Los seguidores están permanentemente informados de las últimas novedades del establecimiento termal. Por el contrario:

La oferta offline es más reducida: algunos anuncios en revistas locales o correo postal en raras ocasiones (Entrevista 1).

No obstante, con el objetivo de no focalizar el marketing cada vez más solo en un determinado grupo de usuarios (gente joven) y evitar así los sesgos derivados del uso de las tecnologías, es importante diversificar los canales publicitarios.

En función del perfil de cliente que queramos atraer funcionan mejor unos canales de marketing u otros: redes sociales para los más jóvenes, publicidad tradicional para un público más mayor (Entrevista 2).

Junto a las nuevas tendencias en el concepto de balneario relacionadas con su oferta, se ha asistido —en las dos últimas décadas— a destacadas dinámicas espaciales estrechamente relacionadas con las mismas. Los establecimientos termales se han ido reubicando desde los centros históricos a las periferias de los núcleos europeos en los que se localizan. La nueva

oferta llevaba implícita la necesidad de expandir la superficie construida por lo que los antiguos establecimientos han ido quedándose pequeños:

El histórico y emblemático edificio de baños de Spa estaba en el centro de la ciudad y no tenía piscina, únicamente las cabinas de baños. En este nuevo emplazamiento en la colina, el centro termal está más en contacto con la naturaleza, da una imagen más natural y de calidad para la cura termal y además hay menos ruido. Ahora, el balneario está conectado con la ciudad y también con la naturaleza, al tiempo que podemos tener piscinas más grandes con las que atraer a un volumen de usuarios mayor (Entrevista 3).

En la ciudad de Aachen, si el balneario moderno estuviese construido en el centro urbano, habría más problemas de accesibilidad, aquí en el parque el emplazamiento es perfecto. Además es difícil encontrar una superficie tan extensa en el centro urbano. No habría sido posible crear una instalación de este tipo, con todos los servicios que se ofertan, en un espacio reducido (Entrevista 2).

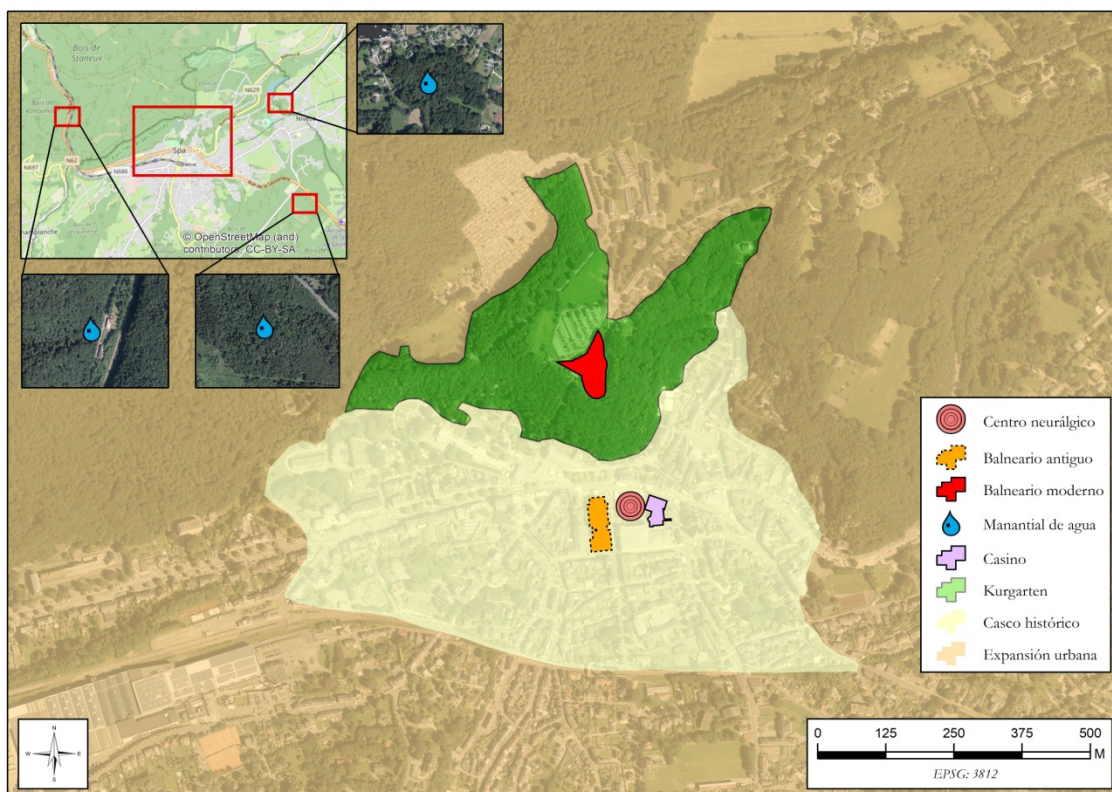
El nuevo emplazamiento de los balnearios modernos ha obligado a crear nuevas infraestructuras asociadas para, por ejemplo, conducir el agua mineromedicinal desde el manantial en el centro de la ciudad hasta el establecimiento moderno, a través de una gran tubería (Entrevista 2). Al mismo tiempo, se han asignado nuevas funciones a los edificios históricos, situando un hotel de lujo en el edificio de baños original (Entrevista 3). Se han configurado también los tradicionales usos del suelo de las ciudades balneario.

4.3 Dinámicas espaciales y transformaciones urbanas en las ciudades balneario

Junto con el estudio de procesos turísticos en sus distintas facetas, y como forma de abordar holísticamente el sector y su despliegue en el territorio, se hace imprescindible enriquecer el análisis anterior abordando la trascendencia espacial en la escala local de estos procesos. El balneario es, como se ha visto, una fuente de negocio, turismo y salud. Sin embargo, en Europa Occidental es también identidad y función urbana. Por esto forma parte de ese conjunto de actividades altamente especializadas que han terminado por dar lugar, con los siglos, a un tipo particular de asentamiento, con sus estructuras y tipologías definitorias. Como forma de ilustrar el análisis territorial, y a modo de complemento del estudio realizado anteriormente sobre las formas de negocio y actividad turística balnearia, se analizan a continuación procesos urbanos a partir de un cartografiado de elementos estructurales comunes a todas las urbes consideradas en el estudio. Este ejercicio sirve para identificar (sobre el plano) las dinámicas espaciales que han

llevado a los procesos de estandarización y crecimiento registrados. En consecuencia, se permite así avanzar en la comprensión de los que son principales al sector termal en su despliegue en el espacio urbano contemporáneo.

Figura 6. Turismo termal y su despliegue urbano en Spa (Bélgica)



Fuente: elaboración propia a partir de EUROSTAT,
Copernicus e Instituto Geográfico Nacional Belga

La ciudad belga de Spa es, por méritos propios, aún por metonimia y exitoso marketing, el icono mundial más representativo del termalismo (Figura 6). Referencia en el contexto europeo desde hace siglos, todavía mantiene una actividad urbana que gira en torno a las aguas termales y sus aprovechamientos. Estos se han diversificado en décadas recientes, impulsados por la búsqueda constante de nuevos formatos, ante la necesidad de adaptación constante a un contexto global muy competitivo. El centro balneario tradicional, situado en el corazón mismo de la ciudad, tiene como referencia una amplia plaza de planta rectangular llamada La Bolue Royale, presidida en su centro por la Fontaine Lumineuse. Junto a ellas, el símbolo termal es el edificio de Les Bains, que ha permanecido en funcionamiento de forma ininterrumpida desde 1868 hasta 2006. En una de las perspectivas urbanas más buscadas por turistas y expertos, síntesis e hito del paisaje urbano, la histórica fachada es visible desde la calle principal, la Rue Royale.

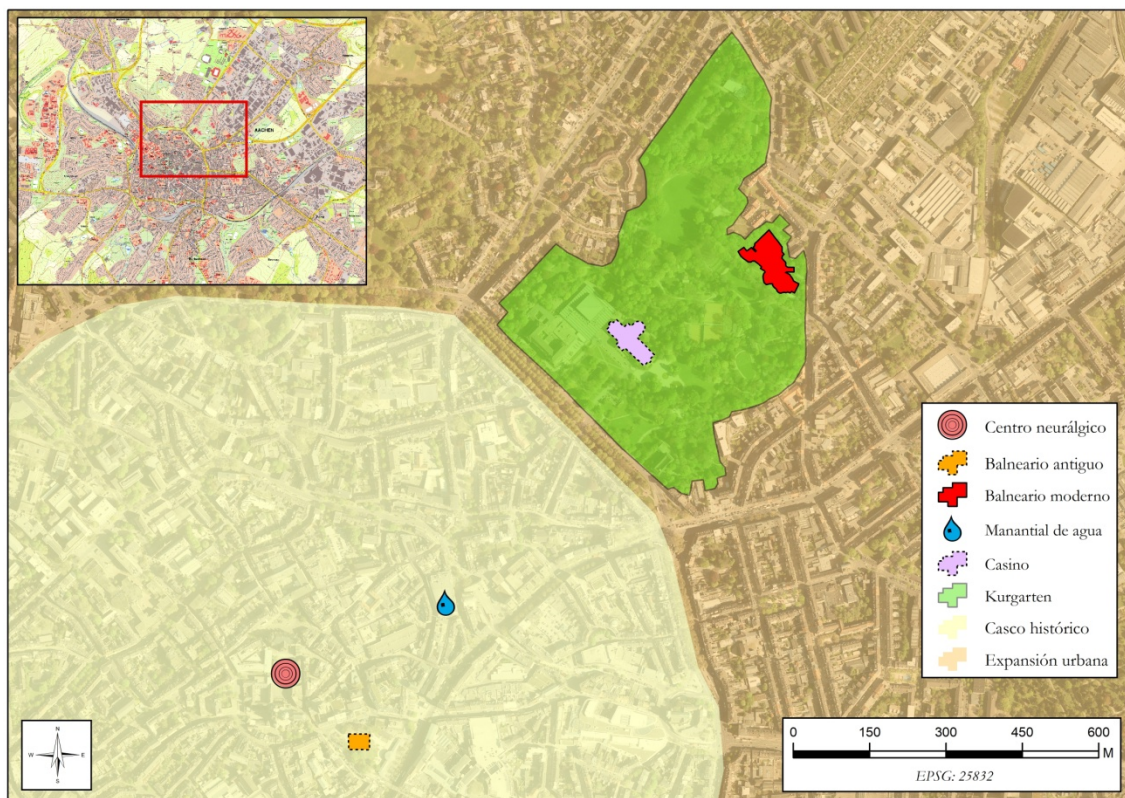
Sin embargo y desde el año de su cierre, Les Bains no cumplen la función medicinal y de cura para la que fueron diseñados. El nuevo modelo de negocio impuesto, refrendado por el planeamiento urbanístico local, recoge para ellos una nueva categorización que implica su readaptación como hotel de lujo (Entrevista 3), con el compromiso final de proteger -al menos en la estética y dando lugar a otro empobrecedor ejemplo de fachadismo- las formas y estructuras básicas del inmueble referente del patrimonio termal en Europa (Administration Communale de SPA, 2019). Actualmente, con los trabajos de rehabilitación en marcha, no está abierto al público y solo es posible su contemplación desde el exterior (Labeye, 2020). El complejo histórico urbano-termal, venía a completarse con el edificio del antiguo casino situado en el extremo opuesto de la plaza, que aún se mantiene y sigue activo en la misma función que le dio nombre. Este “Casino de Spa” es el heredero directo del casino considerado como el más antiguo del mundo, La Redoute. Su proximidad al establecimiento de baños antiguo garantizaba una retroalimentación mutua, en la que salud y ocio, en sus más diversas expresiones, generaban por extensión enormes recursos para la ciudad.

Esta conexión hoy ha desaparecido, no solo por el cambio habido en la movilidad y formas de ocio de las clases adineradas contemporáneas, sino por el desplazamiento y reestructuración física radical vivida por la oferta termal en la ciudad. El nuevo balneario, nacido bajo la denominación “Thermes de Spa” y gestionado por Spa Monopole, del grupo Eurothermes, se sitúa ahora en la colina Annette y Lubin. Este reborde urbanizado conecta las zonas residenciales periféricas con el anillo boscoso y el High Fens, área de captación de las aguas para su explotación. La estación termal fue inaugurada en 2004 y se trata de una instalación que ha intentado integrar las prácticas y estilos de la tradición en un complejo recreativo completamente nuevo. Este propósito ha servido, sobre todo, para aumentar la capacidad de acogida y diversificar atenciones a los usuarios. No obstante, el nuevo centro mantiene el sistema de aprovechamiento de aguas tradicional a partir de los manantiales situados a las afueras de la ciudad.

La nueva ubicación, periférica y más amplia, aunque no desvincule en su totalidad al establecimiento respecto del núcleo urbano al que pertenece, sí que lo ha dejado disociado de la referencia estética y de elitismo que le otorgaba el esplendor arquitectónico que han legado siglos de actividad turística en el centro de la ciudad. Además, y enmarcando a lo anterior, la actividad turística en su conjunto en los últimos años parece haberse desplazado con el edificio Thermes de Spa a este nuevo emplazamiento. En consecuencia, los servicios centrales –y con ellos, el casco histórico– se han visto progresivamente afectados de forma negativa por el

debilitamiento de los flujos. Los nuevos baños e instalaciones termales están conectadas, eso sí, por un moderno funicular con el centro de la ciudad. También se encuentran rodeadas de un parque de salud, con exuberante vegetación y espacios abiertos, lo que ha permitido rediseñar las infraestructuras asociadas al negocio principal de una forma impensable en la versión anterior. Estas son un amplio aparcamiento, gran área de aguas, solárium al aire libre, etc. La principal diferencia es ahora la ya plena adaptación a grandes contingentes de usuarios. Todo refuerza, aquí también, la percepción de que se ha sacrificado el recogimiento y distinción por el tamaño y la ampliación de la oferta.

Figura 7. Turismo termal y su despliegue urbano en Aachen (Alemania)



Fuente: elaboración propia a partir de EUROSTAT,
Copernicus e Infraestructura de Geodatos Renania del Norte-Westfalia

En segundo lugar, se aborda el caso de la localidad alemana de Aachen (Figura 7). La ciudad tiene su centro neurálgico en la plaza del mercado, Marktplatz am Rathaus, que está presidida por el ayuntamiento –antiguo palacio de Carlomagno—. El Emperador estableció aquí su residencia atraído, entre otros elementos, por el poder curativo de las aguas termales. Esta referencia puede servir de presentación a la trayectoria de prestigio que refiere a este centro termal en un periodo de tiempo no inferior a los 2000 años. El manantial principal de la ciudad, Aachener Rosenquelle, próximo a la plaza central, se ubica en la calle Kompahausbadstrasse,

debajo de los actuales almacenes “Lust for Life”; el conjunto termal, comercial y arquitectónico resultante es el perfecto reflejo del nivel de complejidad que en este caso alcanza el palimpsesto urbano.

Este muestrario de elementos conforma el centro neurálgico y de referencia estructural de la ciudad, pilar sobre el que se han ido sucediendo etapas de renovación y crecimiento que han acabado por dar forma a la urbe contemporánea. Inmediato a los dos elementos mencionados, se pueden contemplar todavía los vestigios del antiguo balneario en el nivel del subsuelo. Los arqueólogos, en sucesivas excavaciones realizadas a mediados del pasado siglo, encontraron y catalogaron el recinto termal original de tiempos del Imperio Romano. Estos restos han sido integrados en la vista urbana -además de en la oferta turística de la ciudad- a través de la “archaeological window” o “archaologische vitrine”. La ventana arqueológica resuelve el problema de la falta de espacio para una instalación mayor y sirve, asimismo, para presentar y contextualizar el sustrato de edificaciones históricas.

Sin embargo, de forma progresiva pero imparable, en los últimos años se está asistiendo al desmantelamiento planificado de esta genuina simbiosis entre el agua termal y sus aprovechamientos con respecto al centro de poder y actividad de la urbe. Los recientes proyectos de expansión implementados por el balneario han apostado por replantear el despliegue de servicios e infraestructuras tradicional, algo ya recogido en los planes urbanos de paisaje impulsados en las últimas décadas (Stadt Aachen, 1988, 2007; Stadt Aachen, 2018). De esta forma se ha establecido un núcleo de actividad creado ex novo al noreste de la urbe, desconectando así la experiencia termal de la dinámica intrínseca a la vida urbana. En el nuevo recinto, el amplio espacio verde del Kurgarten ha permitido una distribución más acomodada de los elementos que acompañan al establecimiento de baños. Como consecuencia de esto, el gran balneario moderno, el denominado “Carolus Thermen”, se ha construido en una de las entradas al parque de salud, la más alejada del manantial que posibilita su actividad y el aprovechamiento turístico. Por su parte, el edificio del antiguo casino ha perdido definitivamente su sentido y funcionalidad, lo que supone un fiel reflejo de las nuevas tendencias marcadas por la oferta y la demanda del sector termal en esta parte de Europa. Tanto es así, que está previsto que en un futuro inmediato acoja una oferta de ocio muy diferente de la que tuvo en sus orígenes, reincidiéndose y profundizando en la transformación por sustitución de funciones y actividades en el sector central de la ciudad (Stadt Aachen, n.d).

Paralelamente, y como reacción a este proceso y su repercusión directa sobre la identidad urbana, se vienen sucediendo en los últimos años experiencias, foros, publicaciones y actividades reivindicativas de todo tipo en Aachen. Por un lado, estas han intentado valorizar y reconocer la experiencia termal en la historia, paisajes y tradiciones de la ciudad (tales como el proyecto "Thermalquellen Aachen" del Bürgerstiftung Lebensraum Aachen, entre otros). Por otro, han surgido movimientos focalizados en denunciar los impactos relacionados con el empobrecimiento y pérdida patrimonial resultantes de las decisiones que se han venido tomando en décadas recientes. Los proyectos derivados de las mismas que, si bien empresarialmente estaban justificados, generaban desafíos y alteraban dinámicas históricas con repercusiones negativas para la calidad de vida en la ciudad. Esto sucede porque se han visto afectados los centros de actividad, modificada la movilidad y se han puesto en peligro procesos de integración gestados durante décadas.

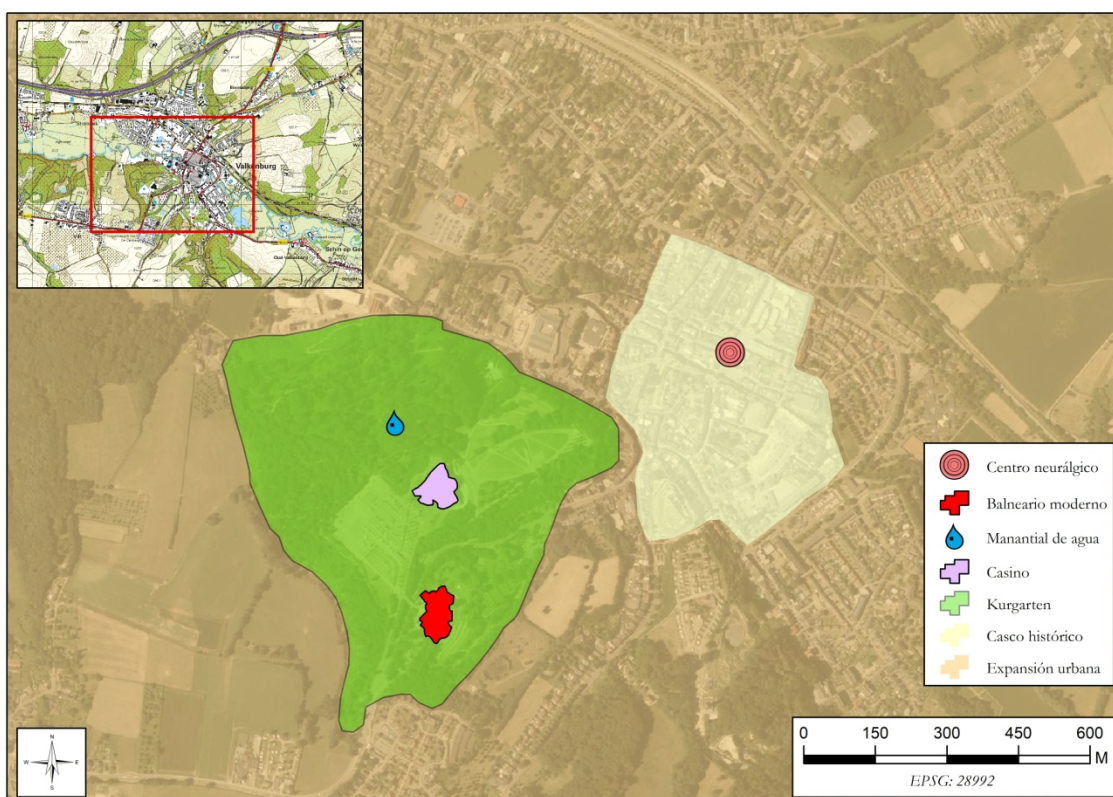
En definitiva, en este caso se viene produciendo un avance en el proceso de toma de conciencia social sobre las aguas termales y su indisoluble asociación con la ciudad en los más diversos aspectos de la realidad, quedando estas como un elemento más de la cultura popular y característica de la vida local. Las aguas termales no son, en este caso y, por tanto, exclusivamente un servicio dentro de una oferta empresarial concreta, sino que desde hace dos milenios dan sentido y ayudan a conformar el perfil de la ciudad y sus actividades principales (Entrevista 2).

La ciudad neerlandesa de Valkenburg alberga en su término municipal el primer balneario del país, denominado Thermae 2000 (Figura 8). Se trata de una instalación bastante reciente, en comparación con los dos analizados hasta ahora. Al ser levantado siglos más tarde, el establecimiento de baños se ubicó en el área de expansión urbana de la ciudad. Esta zona queda a cierta distancia del centro urbano principal, que se localiza en la plaza Theo Dorrenplein. En este caso, la tradición termal no es una de las características principales por la que destaca turísticamente este núcleo, el cual sin embargo cuenta con cierta actividad en el sector debido al rico conjunto patrimonial que alberga. En la plaza Dorrenplein se sitúa de hecho el emblemático edificio Spaans Leenhof, actual oficina de turismo. A este espacio se accede por la famosa puerta principal de entrada, la Geulpoort, estampa urbana más repetida en guías oficiales y redes sociales.

En las últimas décadas, la actividad termal en Valkenburg ha ganado una indiscutible relevancia económica y una presencia generalizada en la vida urbana local. Esto se ha conseguido a través

de una ambiciosa política orientada hacia el asesoramiento en el campo de la nutrición y el deporte, tanto pensando en la salud física como en su dimensión psicológica. Thermae 2000 aspira a ser, “literalmente, una fuente de buena vida” (Balneario Thermae 2000, n.d.). La estación balnearia es quizás el mejor ejemplo reciente en Europa Occidental de cómo, en un sector consolidado y aprovechando un recurso natural endógeno, se puede erigir una oferta de turismo especializado y enfocada a la calidad. De hecho y por su exitoso despliegue, en poco tiempo, ha pasado a ser el pilar vertebrador de la actividad local y de la imagen exterior de la ciudad.

Figura 8. Turismo termal y su despliegue urbano en Valkenburg (Países Bajos)



Fuente: elaboración propia a partir de EUROSTAT, Copernicus y PDOK

El balneario moderno se ubica en el gran espacio verde periférico conocido como kurgarten y, no por casualidad, en este y otros elementos replica con sorprendente exactitud la versión evolucionada que describen Spa y Aachen en los últimos años. Está en la cima de la colina boscosa de Cauberg, lugar desde el que se extrae el agua con propiedades mineromedicinales que sustenta la actividad del moderno centro termal. El agua en este caso se bombea a una profundidad de 380 metros y proviene de un lago subterráneo que abarca desde el entorno de la ciudad hasta las antiguas áreas volcánicas de la vecina Alemania. La calidad de su agua,

reconocida por las propias autoridades alemanas, ha permitido la creación de este pequeño clúster termal de evidente proyección internacional.

Como parte destacada del elenco de infraestructuras asociadas al termalismo, encontramos un hotel junto a la infraestructura de baños. Fue construido en 1993, cuenta con cuatro estrellas y 62 habitaciones para huéspedes con un nivel adquisitivo medio-alto. La antigua concepción del termalismo como un sector para las clases más adineradas, que tenían por propias algunas costumbres inveteradas, parecía no haberse esfumado en su totalidad a finales del siglo pasado. Tanto es así que continúa siendo rentable en el actual, pues a ese hotel se sumó un nuevo gran casino, el "Holland Casino", que sigue funcionando como centro de juego e interactúa comercialmente con el balneario moderno.

En general, y aunque en Valkenburg los procesos descritos se desarrollan íntegramente en tiempos recientes, la ciudad forma parte de un mismo modelo de despliegue urbano en la utilización de las aguas termales con un eminente aprovechamiento turístico (VandeWall, 2020). En este caso ha ido más allá, diversificando su oferta para encontrar su nicho en un sector consolidado, pero reproduciendo enfoques, inversiones y agendas en el desarrollo de sus servicios y estructuras (Willemijns, 2019).

Finalmente, es posible sintetizar los valores y procesos principales que, en cada uno de los casos, concurren (Tabla 2):

Tabla 2. Cuadro resumen de procesos y tendencias de las ciudades balneario.

	Producto turístico	Significación patrimonial	Dinámica espacial
Spa	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificación • Incremento de capacidad • Competencia por cantidad • Especialización, Wellness • Peso de la tradición Vs Renuncia a estructuras pretéritas 	<ul style="list-style-type: none"> • Abandono de las instalaciones, sin funcionalidad • Sustitución y pérdida de valores de prestigio y exclusividad • Nueva lógica científica y de ocio • Pérdida de identidad urbana 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaciamiento del centro histórico • Nuevas iniciativas periféricas • Dispersión urbana • Cambios en la estética y el modelo urbano
Aachen	<ul style="list-style-type: none"> • Disneificación • Conflicto: Balneario Vs Parque acuático • Estandarización de funciones y oferta • Competitividad por la cantidad • Reposicionamiento en los flujos turísticos sectoriales 	<ul style="list-style-type: none"> • Extinción del foco original • Teatralización y recreación del legado recibido • Nueva lógica científica y recreativa • Nuevos iconos 	<ul style="list-style-type: none"> • Complementariedad del termalismo • Creciente integración ciudad-balneario • Mayor dinamismo socio-económico • Hacia otro proyecto urbano
Valkenburg	<ul style="list-style-type: none"> • Gran capacidad/competitividad • Innovación técnica y en tipos de ocio • Adaptación a los nuevos valores sociales • Nuevos productos en una lógica global 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño contemporáneo • Recreación y estandarización de símbolos • Creación de un hito urbano • Incipiente sentimiento de lugar 	<ul style="list-style-type: none"> • Inserción en dinámicas locales • Progresiva superación dualidad ciudad-balneario • Nuevo proyecto de ciudad
	Replanteamiento oferta-demanda	Sustitución de valores	Desafíos para la gestión

Fuente: elaboración propia

5 Discusión

A partir de las enseñanzas de los casos considerados, se puede afirmar que la evolución reciente del sector termal en Europa Occidental describe un proceso general que se podría denominar como “spaización”, entendido este como la progresiva desaparición de la tradicional función médica de los balnearios paralela a un aumento de protagonismo de la dimensión lúdico-preventiva. De esta forma, los establecimientos termales de la Europa analizada se asemejan cada vez más a las lógicas estructurales propias del denominado spa común o spa urbano, que ya han sido investigadas en otros países por autores como Lebe (2013) y Kasagranda & Gurnák (2017) (Eslovenia); Kraftová, Mandysová & Matěja (2013) y Királová (2014) (República Checa); Jónás-Berki et al. (2014) (Hungría); Dryglas & Rózycki (2017) (Polonia); y Dimitrovski y Todorovic (2015) (Serbia). Esta nueva realidad ha conllevado un cambio en la localización de las infraestructuras asociadas a la actividad balnearia y, lo que es más destacable, un progresivo distanciamiento espacial y conceptual de su fuente primaria: el manantial de agua

mineromedicinal. El proceso de deslocalización, vinculado a la búsqueda de espacios más amplios en los que levantar la cada vez más aparatosa infraestructura necesaria, unido al anhelo por la recreación de ese paisaje terapéutico tan alabado en la literatura, la arquitectura o la historia, ha dado lugar a cambios radicales en las ciudades termales. El resultado geográfico más evidente ha sido la aparición de los nuevos paisajes del termalismo (Navarro-García, 2018; Sánchez, 2019).

Además, y profundizando en esta interpretación, los patrones de difuminación y expansión del balneario respecto al centro neurálgico se pueden situar en dos tendencias compartidas, que aparecen iterativamente en todos los casos en estudio. Por un lado, han creado o requerido en su despliegue de un nuevo espacio verde, que sirve aquí para recrear esa “vuelta a la naturaleza” tan socialmente demandada en las últimas décadas. Por otro lado, esta encuentra una fuerte contradicción al registrarse un uso intensivo de los recursos, buscando la implantación de una actividad turística que cae recurrentemente en la masificación. De ahí que los grandes jardines y zonas de paseo en los que se ubican los balnearios sirvan de transición entre lo urbano y el medio natural. En este punto, constituye así la estación balnearia la conexión y paso intermedio necesario para dar cabida a paisajes de alto poder terapéutico, que minimizan el impacto paisajístico que pudieran tener las instalaciones.

Yendo más allá, la presente investigación destaca en el proceso de reconocimiento de estos nuevos escenarios para el análisis geográfico. En ningún otro trabajo anterior se ha tratado estos procesos a la escala aquí empleada y con el sistema de triangulación del método elegido. Esto ofrece resultados detallados y novedosos que permiten avanzar en el conocimiento científico en este campo, una línea temática -el termalismo- escasamente abordada en la literatura científica preexistente.

En primer lugar y desde el punto de vista teórico, esta investigación supone una continuación en profundidad del artículo de referencia de los reconocidos autores M. Smith y L. Puczko (2010), incorporando respecto a éste la dimensión espacial, y contando con mayor detalle en la escala de análisis. Esto ha permitido, por ejemplo, incluir el abordaje de las dinámicas urbanas en las ciudades en estudio. Además, el esfuerzo de análisis se enmarca en los nuevos y necesarios discursos de la literatura crítica que centra su objeto de estudio en impactos más allá de la esfera de lo económico, sin denostar su relevancia y sí enriqueciéndola con otros aspectos que la influyen y ayudan a explicar (Cañada & Murray, 2019). Por lo demás, la consulta de bibliografía en cuatro idiomas diferentes asegura una revisión pormenorizada y completa de las ideas

manejadas. Se abordan así con garantías las diferentes lecturas y enfoques preexistentes del termalismo en los países europeos occidentales.

Por otro lado, en segundo lugar, los resultados suponen una contribución concreta a la literatura existente. Se confirma la hipótesis de partida pues los cambios recientes en la oferta y demanda del sector termal influyen en la configuración y nuevas funciones urbanas de las ciudades balneario. Además, todo ello ha sido obtenido manejando fuentes y realizando una combinación de métodos original. Y cuenta con el valor añadido del trabajo de campo y las fuentes directas seleccionadas, que han permitido recopilar datos inéditos en tres países diferentes.

En tercer lugar, de todo lo anterior se deriva la posibilidad de aplicar el método a otros territorios a escala internacional, a partir del establecimiento de este marco de trabajo europeo con la implementación de una metodología ad hoc, válida por contrastada y reproducible. Si bien es cierto que puede enriquecerse con la integración de más tareas y fuentes en el análisis de la dinámica espacial generada por la práctica turística en cada caso.

Conforme a lo visto, se puede inferir que los balnearios se encuadran, cada vez más, en esa lógica del post-turismo centrado no tanto en el diseño de una oferta genuina y diferenciada, origen en las tres ciudades de su atractivo y éxito primigenio, sino en la recreación a la carta de espacios preconcebidos por los consumidores. En esa búsqueda confortable de la experiencia que se despliega a partir del uso masivo de las redes sociales por parte de la demanda, consiguen forzar al balneario a terminar convertido en la excusa necesaria para un ocio que reincide en los estándares comunes. El centro termal ha transitado, por tanto, de ser el lugar o escenario de experiencias singulares, a ser, en su nueva versión y en el contexto consumista actual, el eficiente contenedor de estándares de disfrute preconcebidos. Su oferta está inequívocamente enfocada hacia la masa y los grandes contingentes de clientes, dando lugar a escenarios recreativos de gran tamaño que recuerdan más a parques de atracciones que a centros de servicios de salud especializados. Esta es la principal motivación de los traslados analizados, e implicó que tanto la nueva filosofía como la actual propuesta de negocio hicieran inviables las antiguas instalaciones. Asimismo, las infraestructuras que acompañan a la oferta, y en sí misma la totalidad del nuevo centro balneario, han renunciado a los elementos distintivos para adaptarse, de manera funcional, a los nuevos perfiles de consumidores, con todas las consecuencias paisajísticas, estéticas y patrimoniales que se han identificado.

Sin embargo, y pese a los nuevos desafíos que aparece, el termalismo sigue siendo un tipo de turismo que se ajusta a las nuevas líneas estratégicas del sector en pro de la sostenibilidad y el

decrecimiento (Fletcher et al., 2019; Fletcher et al., 2020). El turismo de balnearios basado en el aprovechamiento de las aguas mineromedicinales podría enmarcarse en el incipiente concepto decrecentista de *undertourism*, por ser una modalidad turística afín a los objetivos que este persigue, lejos de las experiencias perecederas de consumo inmediato.

El balneario y la actividad turística focalizada en el termalismo han ganado en este proceso dimensión física y, se entiende, volumen de negocio y rentabilidad. Pero al entrar en las dinámicas globales del post-turismo ha sacrificado su identidad y elementos originales por enlazar con lo más empobrecedor de este, con todo lo que acarrea en cuanto a la estandarización, la pérdida de valores relacionados con el arraigo territorial y las formas genuinas de aprovechamiento sostenible del territorio y sus recursos materiales e inmateriales. De forma simultánea y con ello, ha sacrificado escenarios y modos de vida urbanos, muchas veces centenarios, que no encajaban o incluso entorpecían los nuevos modelos de negocio. Esto ha supuesto una disociación drástica de la fértil simbiosis que, con tiempo y criterio, se había ido generando en muchos casos entre ciudad, termalismo y calidad de vida.

6 Conclusiones

La investigación realizada revela que los balnearios se están distanciando gradual pero imparablemente de una forma secular de despliegue en su contexto territorial; de un modelo que, en su momento, si por algo alcanzó notoriedad fue debido a su carácter genuino, pero también funcional. Esto generó todo un universo en la escala local, con implicaciones que llegaban a tener un carácter internacional, de iniciativas y oportunidades que obtuvieron cotas extraordinarias de desarrollo y calidad de vida para la población local. Esta transición reciente, realizada al amparo de criterios de rentabilidad, y siempre bajo la lógica abrumadora de la economía de escala, está haciendo recorrer a los establecimientos en estudio una nueva trayectoria. Esta consiste en que, bajo las legítimas aspiraciones comerciales y el posicionamiento en un contexto cada vez más internacionalizado y competitivo, se está dejando de lado elementos definitorios de su papel histórico. Todo parece indicar que se dirigen hacia una transmutación sustantiva de su perfil funcional en el espacio geográfico, pero también, y esto es lo más llamativo, se alejan sin vuelta atrás de una marca comercial que basó en la diferenciación, la exclusividad y los más altos estándares de calidad, su éxito.

Junto a este panorama de teorías y enfoques, la presente investigación aporta una herramienta para la obtención de información en detalle. Se trata de los cuestionarios multilingües para los directores de los balnearios. Su diseño y estructuración, unidas a la entrevista presencial con los

tres responsables y la visita in situ a los establecimientos objeto de estudio, han supuesto una fuente primaria de información imprescindible a la hora de recabar datos e información que no habría sido posible obtener de forma indirecta. Esta contribución se combina, integrándose, con el acceso a diferentes fuentes estadísticas y cartográficas tales como organismos estatales internacionales, que han sido, asimismo, la base para la elaboración de una cartografía de síntesis propia que ha facilitado la realización de análisis comparativos precisos entre los tres ámbitos geográficos considerados.

A la generación de fuentes directas y a la elaboración de nuevos materiales, se ha unido el abordaje de escenarios en los que el esfuerzo de síntesis en la interpretación de la realidad es el protagonista. Porque el trabajo, con especial hincapié, ha pretendido integrar perspectivas —lo urbano, lo planificador, lo histórico y lo comercial— para generar una visión actualizada con la que abordar de forma más precisa los impactos de las nuevas expresiones del turismo global en territorios concretos y con una personalidad sectorial muy definida. La original perspectiva utilizada en el marco teórico, la detección y explicación de patrones de comportamiento espacial y comercial en torno a los centros balnearios, la cartografía generada reflejando transformaciones urbanas, o la identificación de nuevos comportamientos en la dupla oferta-demanda en el contexto del post-turismo imperante, lo atestiguan.

Sin duda, en futuras investigaciones se deberán abordar dimensiones y realidades que no protagonizan la actual por lógicas cuestiones de espacio y enfoque. Profundizar en el impacto de la planificación en los modelos urbanos de las ciudades en estudio, la consideración de los mercados internacionales en el diseño y presentación de los productos del turismo balneario como estrategia de geomarketing, o el enriquecimiento en el análisis que ofrecen, por ejemplo, la inclusión de los indicadores de sostenibilidad a distintas escalas o análisis de la igualdad de género en el nuevo enfoque del sector, son algunas de las opciones posibles para continuar la tarea emprendida. Las posibilidades que ofrecen las nuevas metodologías y herramientas, unidas a la visión holística a la que se aspira con el análisis geográfico, contienen enormes posibilidades para el desarrollo de este campo de estudio dentro de la geografía del turismo, el ocio y recreación.

En síntesis, se aborda un marco de profundas transformaciones y alteraciones en el sector balneario, que por su posición estratégica y fuerza en las dinámicas espaciales ha de ser considerado como elemento clave en la comprensión geográfica de los territorios. Tratar estos procesos, aportando como se hace aquí una visión geográfica y, por tanto, integradora, sobre

su origen e implicaciones, permitirá encontrar soluciones de planificación territorial más inteligentes y útiles. De esta forma se lograría alcanzar una gestión más sostenible de los territorios en el contexto de globalización contemporáneo, destacando en los análisis las contradicciones y disfuncionalidades que estos implican.

Agradecimientos: Al profesor Andreas Voth, de la RWTH Aachen University (Alemania), que supervisó la estancia de investigación de la autora principal, sin el cual no habría sido posible la recopilación de los datos de este artículo. Agradecemos también a las directoras y director de los balnearios objeto de estudio por las entrevistas concedidas y el material complementario aportado (fotografías y datos estadísticos relativos al centro termal). Esta investigación se ha desarrollado en el marco del Proyecto de Investigación "Éxitos y fracasos en la práctica del desarrollo rural neo-endógeno en la Unión Europea (1991-2013), RURALWIN" financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad español dentro de su Programa de Excelencia, CSO2017-89657-P. Esta investigación ha sido financiada por una ayuda FPU (Formación de Profesorado Universitario) del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España (Ref. 17/04090).

Declaración responsable: Las/os autoras/es declaran que no existe ningún conflicto de interés con relación a la publicación de este artículo. Las tareas se han distribuido de la siguiente manera: el artículo ha sido coordinado por A. Pinos. Las/os tres autoras/es (A. Pinos, L. M. Sánchez y J. C. Maroto) han participado en la revisión bibliográfica y en la discusión y conclusiones del artículo. El diseño de la entrevista semiestructurada fue llevado a cabo por J.C Maroto y A. Pinos. La recopilación y tratamiento de datos ha estado a cargo de A. Pinos. La identificación y estudio de los modelos urbanos fue llevada a cabo por L. M. Sánchez y A. Pinos. La labor de elaboración de mapas fue desempeñada por A. Pinos. La redacción del artículo recayó en L. M. Sánchez y A. Pinos.

Bibliografía

Administration Communale de SPA (2019). *Plan Stratégique Transversal (PST)*. Province de Liège, Arrondissement de Verviers. Conseil Communal Ville de Spa.

Araújo, N., & Fraiz, J. A. (2012). Los establecimientos termales como atractivo turístico del siglo XXI y dinamizadores del desarrollo local. *TUR y DES*, 5(12). Retrieved from <https://www.eumed.net/rev/turydes/12/index.htm>

Balneario Carolus Thermen (n.d.). <https://www.carolus-thermen.de/de/thermalbad/>

Balneario Thermae 2000 (n.d.). <https://www.thermae.nl/>

Balneario Thermes de Spa (n.d.). <https://www.thermesdespa.com/home/>

Becker, C. (2000). Freizeit und Tourismus in Deutschland—eine Einführung. *Institut für Länderkunde (Hrsg.): Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland*, Bd, 10, 12-21.

Bennett, M., King, B., & Milner, L. (2004). The health resort sector in Australia: A positioning study. *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), 122-137. <https://doi.org/10.1177/135676670401000203>

Brockhaus, F. A. (1966). *Brockhaus Enzyklopädie*. Brockhaus.

Cañada, E., & Murray, I. (2019). *Turistificación global: Perspectivas críticas en turismo*. Barcelona: Icaria.

Cassens, M., Hörmann, G., Tarnai, C., Stosiek, N., & Meyer, W. (2012). Trend Gesundheitstourismus. *Prävention und Gesundheitsförderung*, 7(1), 24-29. <https://doi.org/10.1007/s11553-011-0313-2>

Chen, J. S., Prebensen, N., & Huan, T. C. (2008). Determining the motivation of wellness travelers. *Anatolia*, 19(1), 103-115. <https://doi.org/10.1080/13032917.2008.9687056>

Cohen, E. (2008). The changing faces of contemporary tourism. *Society*, 45(4), 330-333. <https://doi.org/10.1007/s12115-008-9108-2>

Cohen, M., & Bodeker, G. (2008). *Understanding the global spa industry*. Spa management.

Copernicus (n.d.). <https://scihub.copernicus.eu/>

Crecente M., Carballo, M., & Simons P. (2019). What's spa? Spa: A concept to be re-defined. In *EHTTA. Publicaciones*. Retrieved from <https://ehtta.eu/portal/>

- Dimitrovski, D., & Todorović, A. (2015). Clustering wellness tourists in spa environment. *Tourism Management Perspectives*, 16, 259-265. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.09.004>
- Dryglas, D., & Różycki, P. (2017). Profile of tourists visiting European spa resorts: a case study of Poland. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(3), 298-317. <https://doi.org/10.1080/19407963.2017.1297311>
- Duchet, R. (1949). *Le tourisme: à travers les ages; sa place dans la vie moderne*. Paris: Vigot.
- Entrevista 1. Hellebrand, M., directora de Thermae 2000. 17 de julio de 2019, Thermae 2000, Valkenburg (Holanda). Información en el texto.
- Entrevista 2. Jansen, B., director de Carolus Thermen. 23 de julio de 2019, Carolus Thermen, Aachen (Alemania). Información en el texto.
- Entrevista 3. Philippin, S., directora de Thermes de Spa. 24 de julio de 2019, Thermes de Spa, Spa (Bélgica). Información en el texto.
- Erfurt-Cooper, P., & Cooper, M. (2009). *Health and wellness tourism: Spas and hot springs*. Channel View Publications.
- EUROSTAT (n.d.). <https://ec.europa.eu/eurostat/home>
- Feifer, M. (1985). *Going places. The ways of the tourist from Imperial Rome to the present day*. London: MacMillan London Limited.
- Fletcher, R., Murray Mas, I. M., Blanco-Romero, A., & Blázquez-Salom, M. (Eds.). (2020). *Tourism and Degrowth: Towards a Truly Sustainable Tourism*. Routledge.
- Fletcher, R., Murray Mas, I. M., Blanco-Romero, A., & Blázquez-Salom, M. (2019): Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis, *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822>
- García Pascual, F. (2017). Tres décadas de cambios en el turismo mundial: el impacto de la globalización en los flujos turísticos. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (75). <https://doi.org/10.21138/bage.2495>
- Gil de Arriba, C. (2000). La difusión social y espacial del modelo balneario: de la innovación médica al desarrollo de las prácticas de ocio. *Scripta Nova*, (4), 40. Retrieved from <https://www.raco.cat/index.php/ScriptaNova/article/view/58791>
- Groß, M. (2017). *Gesundheitstourismus*. Konstanz und München: UTB.

- Hennig-Thurau, T., Malthouse, E. C., Friege, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A., & Skiera, B. (2010). The impact of new media on customer relationships. *Journal of service research*, 13(3), 311-330. <https://doi.org/10.1177/1094670510375460>
- Imhof, M. (2005). *Aachen Dom-und Satdtführer*. Aachen: Meyer & Meyer Verlag.
- Infraestructura de Geodatos Renania del Norte-Westfalia (n.d.). <https://www.geoportal.nrw/>
- Instituto Geográfico Nacional Belga (n.d.). <http://www.ngi.be/FR/FRO.shtm>
- Jansson, A. (2018). Rethinking post-tourism in the age of social media. *Annals of Tourism Research*, 69, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.01.005>
- Jónás-Berki, M., Csapó, J., Pálfi, A., & Aubert, A. (2015). A market and spatial perspective of health tourism destinations: The Hungarian experience. *International Journal of Tourism Research*, 17(6), 602-612. <https://doi.org/10.1002/jtr.2027>
- Kasagranda, A., & Gurňák, D. (2017). Spa and wellness tourism in Slovakia (A geographical analysis). *Czech Journal of Tourism*, 6(1), 27-53. <https://doi.org/10.1515/cjot-2017-0002>
- Királová, A. (2014). Medical spa and wellness spa – where are they heading? The case of the Czech Republic. In K. S. Soliman (Ed.), *Crafting global competitive economies: 2020 Vision strategic planning & smart implementation* (pp. 516-527). Italy: IBIMA.
- Kliegel, I. (2007). Der Markt der Gesundheit. Daten, Fakten, Trends. *Focus Markt Analysen*, 1-43.
- Kraftová, I., Mandysová, I., & Matěja, Z. (2013). Specifics of the Czech spa industry and categorization model of spa towns. *Scientific papers of the University of Pardubice*, 28(3). Retrieved from <https://dk.upce.cz/handle/10195/54032>
- Labeye, P. (2020, August 20). Des vestiges des termes d'autrefois a decouvrir a nouveau. In *La Venir*. Retrieved from https://www.lavenir.net/cnt/dmf20200819_01500148/des-vestiges-des-thermes-d-autrefois-a-decouvrir-a-nouveau
- Larrubia, R., & Luque, A. M. (2002). Las estaciones termales en Andalucía: de la explotación tradicional a la configuración de un nuevo producto turístico integral. *Cuadernos de Turismo*, (10), 101-122. Retrieved from <https://revistas.um.es/turismo/article/view/21841>
- Lebe, S.S. (2013). Wellness tourism development in Slovenia in the last two decades. In M.K. Smith & L. Puczkó (Eds), *Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel* (pp. 315-319) London: Routledge.

- Lohmann, M. (2010). *Nachfragepotenziale im Gesundheitstourismus—Chancen und Herausforderungen im Quellmarkt Deutschland*. Wien: ÖGAF/ITF—Expertengespräch.
- Maraver, F. (2010). Aguas mineromedicinales. Importancia terapéutica. Clasificación. Mecanismos de acción. In F. Maraver & F. A. de Castro (Eds), *Vademécum II de aguas mineromedicinales españolas*. Madrid: Editorial Complutense.
- Martínez, O. (2008). Talasoterapia y turismo: los recursos terapéuticos del agua del mar como mecanismo sostenible de promoción turística para los municipios costeros: el caso de la provincia de Pontevedra (Galicia). *Medicina naturista*, 2(2), 90-96.
- Mathieu, S. (2014). *Aachen entdecken—Ein Stadtführer*. Aachen: Meyer & Meyer.
- Melgosa, F. J. (2000). Turismo de salud: Termalismo y Balnearios. In *III Congreso de turismo universidad y empresa*. Valencia: Tirant lo Blanch, (pp. 359-386). Retrieved from <https://gredos.usal.es/handle/10366/122090?show=full>
- Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of vacation marketing*, 7(1), 5-17. <https://doi.org/10.1177/135676670100700101>
- Navarro-García J. R., & Alvim-Carvalho, F. (2019). *Paisaje y salud: enfoques y perspectivas del termalismo en España*. Jaén: Universidad de Jaén.
- Navarro-García, J. R. (2018). Viaje, paisaje y termalismo: El paisaje como elemento esencial de las villas termales. In *X Congresso Ibérico de Gestao e Planeamento da Água*. Coimbra, September 6-8.
- PDOK Geoportal Holandés de Servicios Públicos sobre el Mapa (n.d.). <https://www.pdok.nl/>
- Peeters, L., & Houbrechts, D. (2016). *Spa ville thermale. Sources of the spas*. Prisme Edition.
- Pfarr, C., & Locher, C. (2012). The German spa and health resort industry in the light of health care system reforms. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(3), 298-312. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.666175>
- Portal de la ciudad de Aachen. Retrieved from http://www.aachen.de/DE/stadt_buerger/politik_verwaltung/pressemitteilungen/Neues-Kurhaus.html

San Pedro Martínez, M. A. (1998). Hacia la definición del producto turístico balneario. Propuestas para su promoción. In J. Oliveras & S. Antón, *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*. Tarragona: Universitat Rovira i Virgili.

Sánchez, J. (2019). Parques y jardines en balnearios. Notas para la interpretación del paisaje terapéutico. In *III International Symposium on Thermalism and Quality of Life*. Campus da Auga, Ourense, Spain. Retrieved from https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Parques+y+jardines+en+balnearios.+Notas+para+la+interpretaci%C3%B3n+del+paisaje+terap%C3%A9utico.&btnG=

Sibila, S. (2006). European spa world: Chances for the project's sustainability through application of knowledge management. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 7(1-2), 137-146. https://doi.org/10.1300/J162v07n01_08

Smith, M. K., & Puczkó, L. (2016). Balneology and health tourism. In *The Routledge handbook of health tourism* (pp. 271-282). London: Routledge.

Smith, M., & Kelly, C. (2006). Journeys of the self: The rise of holistic tourism. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 15-24. <https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081243>

Smith, M., & Puczkó, L. (2010). Taking your life into your own hands? New trends in European health tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 161-172. <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081631>

Smith, M., & Puczkó, L. (2015). More than a special interest: Defining and determining the demand for health tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 205-219. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1045364>

Stadt Aachen (1988, 2007). *Landschaftsplan Aachen, Dokumente*. Retrieved from <https://geoportal.aachen.DE>

Stadt Aachen (2018). *Landschaftsplan Aachen, Dokumente LP Vorentwurf 2018 (Darstellungen und Festsetzungen): LP-VE Aachen Band 1, LP-VE Band 2, LP-VE Aachen Band 3*. Retrieved from <https://geoportal.aachen.DE>

Toro, F. J., & Sánchez, L. M. (2019). Granada "off the shelf": impactos e incertidumbres del post-turismo en una ciudad mediterránea. In *Crisis y espacios de oportunidad: retos para la Geografía: Libro de Actas* (pp. 1421-1435). Madrid: Asociación Española de Geografía.

UNWTO (2019). *Panorama del Turismo Internacional*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>

Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. London: Sage.

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. New York: Oxford University Press.

Van Tubergen, A., & Van der Linden, S. (2002). A brief history of spa therapy. *Annals of the Rheumatic Diseases*, 61(3), 273. <https://doi.org/10.1136/ard.61.3.273>

VandeWall (2020). *Initieel Omgevingsplan Valkenburg aan de Geul*. Gemeente Valkenburg aan de Geul. Retrieved from: https://www.planviewer.nl/imro/files/NL.IMRO.0994.2020BP001-ON01/b_NL.IMRO.0994.2020BP001-ON01_regels.html

Willemijns, L. (2019, July 12). Thermae 2000 investeert 3 miljoen euro in nieuw "Infinitum"-complex. *De Vlaamse Ondernemer*. Retrieved from <https://www.dvo.be/artikel/67423-thermae-2000-investeert-3-miljoen-euro-in-nieuw-infinitum-complex>

Zuelow, E. (2016). *A history of modern tourism*. Macmillan International Higher Education.

Anexo I. Entrevista semiestructurada (versión en inglés)

Spa name		Person interviewed		
Spa town		Position		
Spa's year of opening		Date interview		
Demand characteristics				
1. Visit data	Number of visitors last year	2. Visitor types	1. Youth (<25)	<input type="checkbox"/>
	Evolution of visits		2. Middle age (25-64)	<input type="checkbox"/>
	Months of visits		3. Elderly population (65+)	<input type="checkbox"/>
	Average length of stay (days)		4. Women	<input type="checkbox"/>
	Average user expenditure (€ /day)		5. Men	<input type="checkbox"/>
	Travel mode to the spa		6. Families	<input type="checkbox"/>
	Spend the night in the hotel?		7. Groups of friends	<input type="checkbox"/>
	Are some clients subsidized?		8. Couples	<input type="checkbox"/>
	9. Singles	<input type="checkbox"/>		
	10. Others (<i>specify</i>)	<input type="checkbox"/>		
Demand characteristics				
3. Origin visitors	1. Local / city	4. Motivation of visitors	1. Health offer	<input type="checkbox"/>
	2. Region		2. Beauty and body care offer	<input type="checkbox"/>
	3. National		3. Gastronomic offer	<input type="checkbox"/>
	4. International		4. Holidays, relaxation	<input type="checkbox"/>
		5. Quality-price	<input type="checkbox"/>	
		6. Fun, leisure	<input type="checkbox"/>	
		7. Others	<input type="checkbox"/>	
Demand characteristics				
5. Health issues of visitors	1. Respiratory	6. Attracts for customers	1. Geographic location	<input type="checkbox"/>
	2. Muscular		2. Characteristics of medicinal waters	<input type="checkbox"/>
	3. Digestive		3. Environmental quality	<input type="checkbox"/>
	4. Cardiovascular		4. Facilities	<input type="checkbox"/>
	5. Rheumatisms		5. Use of new technologies	<input type="checkbox"/>
	6. Stress		6. Accessibility	<input type="checkbox"/>
	7. None		7. Personnel qualification	<input type="checkbox"/>
	8. Others		8. Accommodation offer	<input type="checkbox"/>
	9. Local heritage	<input type="checkbox"/>		
	10. Website	<input type="checkbox"/>		
	11. Marketing policy	<input type="checkbox"/>		
	12. Complementary offers	<input type="checkbox"/>		
Changes and evaluation of visitors				
7. Changes and evaluation of visitors	7.1 Please indicate if there have been some changes in the visitor types in recent years.			
	7.2 Please indicate if there have been changes in the previous motivations in recent years.			

Anexo I. Continuación

7. Changes and evaluation of visitors	7.3 Are customer satisfaction surveys done? <i>If yes, what demands or suggestions do they make?</i>	Preferences
		Suggestions
Offer and management		
8. Training	8.1 Are there training courses for spa employees? Please specify the topics, the frequency and who finances them	
	8.2 Is there any activity aimed at visitors to improve their knowledge of health issues (spa peculiarities) or healthy habits (healthy cooking workshops, complementary physical exercises, etc.)?	
9. Marketing	9.1 Are there offers directed specifically to each of the previous groups? If so please detail them	
	9.2 What are the main marketing channels used by the spa to advertise? If possible can you indicate what you believe is your main channel.	
10. Goals	10.1 Can you give details of the main characteristics that might define the customer profile of your future visitors?	
	10.2 What are the main objectives in the future management of the spa?	Economic
		Social
		Environmental
	Others (new technologies, training, etc)	
11. Networks	11.1 Can you detail any joint projects have been developed between the local authority and the spa for mutual benefit?	
	11.2 What would be the main problems that could affect when promoting collaboration agreements between the municipality and the spa?	
Additional information		
12. Final comments	12.1 Other information that you consider of interest (annual reports, quality reports, statistical sources, scientific articles, press, special anniversary numbers, etc.).	
	12.2 Do you have any final comments?	

Fuente: elaboración propia