ACB CONNECT · ASAMBLEA NETWORKING DEL ALICANTE CONVENTION BUREAU

Turismo de salud y bienestar en Alicante

Una oportunidad para el destino y para los socios del ACB

Francisco Monllor Fuster

Cátedra Turismo Ciudad de Alicante · Síntesis del estudio (febrero 2026)

Hotel Calas de Alicante · 16 de marzo de 2026



Un segmento en plena expansión

CÁTEDRA TURISMO CIUDAD DE ALICANTE

CONTEXTO

Uno de los segmentos turísticos de mayor crecimiento en el mundo.

Impulsado por el envejecimiento de la población, la prevención y el interés por el bienestar.

QUÉ INCLUYE

Turismo médico

Tratamientos y servicios sanitarios

Wellness

Bienestar, prevención y salud integral

Longevidad

Envejecimiento activo y saludable

Integra servicios sanitarios y experiencia turística.

Tendencias globales y posición de España

MERCADO WELLNESS MUNDIAL

> 850.000 M$

- Crece más que el turismo en general
- Avanzan la digitalización y la medicina preventiva

ESPAÑA

Alta calidad sanitaria y turística

Precios competitivos

Pero: oferta fragmentada y baja coordinación

Por qué Alicante

Clima mediterráneo

Atractivo durante todo el año.

Red sanitaria privada

Centros de alto nivel.

Conectividad internacional

Aeropuerto con conexiones con toda Europa.

Infraestructura turística

Oferta consolidada de alojamiento y servicios.



Qué ofrecemos y a quién

OFERTA SANITARIA

Hospitales y clínicas especializadas en:

- **Reproducción asistida**
- **Medicina estética**
- **Oftalmología**

PERFIL DEL TURISTA

50–70 años
edad media

Alto
poder adquisitivo

Europa occidental
procedencia principal, incluida España

Impacto económico estimado

≈ 45.600

turistas de salud y bienestar al año (2,5 % del total)

≈ 71 M€

impacto directo al año (45.600 × 1.567 €)

≈ 157 M€

impacto total al año, con efecto indirecto e inducido (× 2,2)

Todo el año

segmento con alta capacidad de desestacionalización

Fuente: elaboración propia a partir de datos del CIS. Gasto medio estimado por turista: 1.567 €. Multiplicador de impacto total: 2,2.

Del diagnóstico a la estrategia

PROBLEMAS DETECTADOS	ESTRATEGIA PROPUESTA
Oferta dispersa	Crear un clúster de turismo de salud
Falta de una marca específica	Desarrollar una marca internacional
Escasa cooperación sectorial	Diseñar productos integrados

Oportunidades para los socios del ACB

Propuestas para conectar el turismo de salud con el sector MICE

Congresos y jornadas médicas

Atraer reuniones científicas y sanitarias vinculadas a las especialidades de Alicante.

Incentivos y programas wellness

Incorporar salud y bienestar a viajes de incentivo y eventos corporativos.

Paquetes integrados

Unir clínica, alojamiento, transporte y ocio en una sola propuesta.

Participar en el clúster

Sumar a hoteles, agencias y espacios a la marca común del destino.

Conclusiones

01 **Gran oportunidad estratégica**

Segmento en crecimiento, con turistas de alto gasto y unos 157 M€ de impacto total al año.

02 **Diversifica y cualifica el modelo turístico**

Aporta valor añadido y reduce la dependencia del sol y playa.

03 **Ayuda a desestacionalizar**

Demanda repartida a lo largo del año, de interés para hoteles y espacios.

04 **Necesita cooperación**

Clúster, marca y productos integrados: un terreno natural para el ACB.

Preguntas para el networking

- ¿Qué diferencia el turismo de salud del turismo tradicional?
- ¿Cuál es el principal obstáculo para su desarrollo en Alicante?
- ¿Qué perfil de turista atrae este segmento?
- ¿Qué impacto económico podría tener a medio plazo?
- ¿Qué papel deben jugar la administración pública y el ACB?

Gracias