Revista Uniandes Episteme. ISSN 1390-9150
Vol. 13, Nro. 2, abril-junio, 2026, pp. 303-317

https://doi.org/10.61154/rue.v13i2.4540

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN
CIENCIAS SOCIALES

Perfil de la demanda de turismo de salud que visita el destino Varadero, Cuba

Profile of the demand for health tourism visiting the destination Varadero, Cuba

Massiel Laíz Rojo Chaviano[I], Yenisey León Reyes [II], Evelyn González Paris [II], Ana Gloria Peñate Villasante [III]

[I.] Dirección de Evaluación de Negocios, Oficina Zona Especial de Desarrollo Mariel, Mariel, Artemisa, Cuba
negocios4@zedmariel.co.cu, https://orcid.org/0000-0001-7615-2893
[II.] Preparación y Superación de Cuadros, Universidad de Matanzas, Matanzas, Matanzas, Cuba
yenisey.leon@umcc.cu, https://orcid.org/0000-0003-0224-2946
evelyn.gonzalez@umcc.cu, https://orcid.org/0000-0001-6530-9875
[III.] Facultad de Idiomas, Universidad de Matanzas, Matanzas, Matanzas, Cuba
ana.penate@umcc.cu, https://orcid.org/0000-0003-3987-6950

Recibido: 10/03/2026 Revisado: 18/03/2026
Aprobado: 21/03/2026 Publicado: 01/04/2026

RESUMEN

El turismo de salud cobra importancia en los últimos años, convirtiéndose en un atractivo para visitantes que buscan mejorar su bienestar físico y mental. En Cuba, específicamente en Varadero, esta modalidad enfrenta desafíos como la falta de insumos sanitarios y la competencia regional. El objetivo general es determinar el perfil de la demanda de turismo de salud que visita Varadero considerando la caracterización de la demanda según criterios psicográficos, demográficos y geográficos y la propuesta de gestión del destino a partir del perfil obtenido. Se desarrolló un diseño descriptivo basado en el análisis de 240 registros de pacientes (2024-2025) y entrevistas semiestructuradas al personal médico, con un diseño no experimental de corte transversal. El análisis de contenido de las entrevistas permitió identificar categorías emergentes relacionadas con la percepción del turista y las barreras de acceso. Los resultados permitieron caracterizar al turista predominante como un hombre pensionado entre 38 y 54 años, procedente de Canadá o Alemania, motivado por la recuperación de la salud y con una actitud proactiva hacia el cuidado personal. El cruce de variables reveló que los turistas canadienses valoran significativamente más la calidad del servicio que los alemanes ($p < 0.05$), mientras que la motivación de recuperación predomina en los mayores de 54 años. Se concluye que este perfil ofrece

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

oportunidades para el diseño de productos segmentados y estrategias de marketing dirigidas a mercados específicos.

PALABRAS CLAVE: Demanda turística; marketing turístico; perfil del turista; turismo de salud.

ABSTRACT

Health tourism has gained considerable relevance in recent years, emerging as a key attraction for visitors seeking to enhance their physical and mental well-being. In Cuba, specifically in Varadero, this segment faces challenges such as shortages of medical supplies and regional competition. The general objective is to determine the profile of the demand for health tourism that visits Varadero, considering: the characterization of the demand according to psychographic, demographic and geographical criteria and the management proposal of the destination based on the profile obtained. A descriptive design was developed, non-experimental cross-sectional design based on the analysis of 240 patient records (2024-2025) and semi-structured interviews with medical staff. Content analysis of the interviews allowed the identification of emerging categories related to tourist perception and access barriers. The results characterize the predominant tourist as a male pensioner aged 38-54, originating from Canada or Germany, motivated by health recovery, and displaying a proactive attitude toward personal care. Cross-variable analysis revealed that Canadian tourists value service quality significantly more than Germans ($p < 0.05$), while recovery motivation predominates among those over 54 years old. This profile presents opportunities for the design of segmented products and targeted marketing strategies.

KEYWORDS: Tourism demand; tourism marketing; tourist profile; health tourism.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de nuevas tendencias en el turismo internacional lo convierte en el segundo sector más importante a nivel mundial (Bravo et al., 2025). Ello genera una profunda diversificación en cuanto a tipologías y destinos. Si bien la modalidad de salud no es de origen actual, se transforma en un poderoso catalizador para el desarrollo regional en un entorno económico internacional altamente competitivo (Gan et al., 2023).

Las aristas médicas y de bienestar que integran esta modalidad tienen rasgos distintivos. Mientras que la primera se enmarca en la aplicación de la medicina alternativa y complementaria, además de procedimientos médicos; la segunda se centra en mejorar y equilibrar las esferas física, mental, emocional y espiritual del ser humano (Díaz & Regueros, 2023). Sin embargo, ambas tienen como fin la mejora de la calidad de vida de las personas.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

El turismo de salud es uno de los sectores de más rápido crecimiento, representando un 15% de los ingresos turísticos mundiales (Pırnar & Altın, 2024). El mercado global alcanzó la cifra de 78 510 millones de USD al cierre de 2025. Asia-Pacífico domina este segmento (India, Tailandia, Singapur y Malasia), seguido por Europa Occidental (Alemania, España, Hungría y Polonia) y Estados Unidos. En América Latina y el Caribe destacan México, Costa Rica, Colombia y República Dominicana (Bryuhanova et al., 2025; Sag et al., 2025; Global Growth Insights, 2026).

Profundizar en el perfil del consumidor turístico contribuye a identificar sus patrones de comportamiento en un tiempo y/o espacio concreto, considerando que este puede variar según el contexto y los estímulos percibidos (Moreta et al., 2022). Desde la teoría del comportamiento del consumidor turístico, autores como (Schiffman & Wisenblit, 2019) señalan que las decisiones de viaje están influenciadas por factores psicológicos (motivación, percepción, actitudes), personales (edad, ocupación, estilo de vida) y sociales (cultura, grupos de referencia). Esto representa una oportunidad para la mejor gestión de las empresas turísticas, los destinos y para el propio cliente (Santos et al., 2022).

Cuba presenta un reconocido potencial en este ámbito, a partir del prestigio de su sistema sanitario, la alta preparación del personal médico y la existencia de espacios naturales con propiedades curativas y de relajación, enriquecidos con la cultura e identidad local. Sin embargo, es una modalidad poco aprovechada en el país. La imagen internacional, influenciada por factores políticos y económicos, afecta la confianza de los turistas en el sistema de salud cubano. La situación económica limita las inversiones, genera la falta de recursos financieros, dificulta la modernización de instalaciones y la adquisición de tecnología médica avanzada.

La competencia internacional se intensifica como resultado de la implementación de estrategias efectivas por otros destinos para atraer a este segmento de la demanda. La touroperación desvía a los clientes hacia otros países de la región con mayores ventajas competitivas, lo que genera variabilidad de los principales mercados emisores de turismo de salud a la isla. No obstante, el país continúa liderando determinados programas como el tratamiento del vitíligo, la psoriasis y la retinosis pigmentaria.

Actualmente, los estudios sistemáticos sobre el perfil de la demanda de turismo de salud en Cuba son escasos. De ahí que este trabajo busque contribuir a llenar ese vacío mediante la caracterización estructurada de este segmento, con implicaciones para la planificación de la oferta y la gestión del destino. Por tanto, el objetivo es determinar el perfil de la demanda de turismo de salud que visita Varadero, teniendo en cuenta: la caracterización de la demanda según criterios psicográficos, demográficos y geográficos y la propuesta de gestión del destino a partir del perfil obtenido.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

MÉTODOS

La investigación se definió como mixta, con predominio del enfoque cuantitativo. Se clasificó como descriptiva, al especificar los rasgos del perfil de la demanda de turismo de salud mediante criterios de segmentación (Tabla 1). El diseño del estudio es no experimental de tipo transversal, al observarse y analizarse el comportamiento del fenómeno estudiado en un único período de tiempo comprendido entre marzo y junio de 2025.

Tabla 1. Criterios de segmentación del mercado utilizados en el estudio.

Tipo de segmentación	Descripción
Psicográfica	Representa una clasificación subjetiva y comprende factores como las actitudes, deseos, beneficios buscados, personalidad y estilo de vida (Salas & Poveda, 2024).
Demográfica	Se encarga de dividir el mercado tomando en cuenta variables como la edad, etapa del ciclo de vida en el que se encuentra la persona o el grupo, género, nivel de ingresos, trabajo, profesión u ocupación, nivel de educación, credo o religión, origen étnico y generación (Romero, 2023).
Geográfica	Permite identificar oportunidades a partir del conocimiento de la región o país de procedencia del consumidor.

Se emplearon como métodos de nivel teórico del conocimiento: el análisis-síntesis para examinar los rasgos del turista de salud, atendiendo a sus motivaciones y características sociodemográficas y geográficas; el método de inducción-deducción permitió identificar patrones de comportamiento y tendencia de los turistas de salud a partir de la recolección y el análisis de datos empíricos y se comprobó su correspondencia con resultados de investigaciones precedentes.

La revisión bibliográfica tributó al estudio y profundización de los antecedentes relacionados con la temática. El método de estudio de caso permitió el análisis en profundidad de las características e identificación de las fortalezas de Varadero como destino de salud, así como la determinación del perfil de este turista en el área.

Para el análisis de la población y muestra, se realizó la segmentación turística a partir del análisis de datos de 240 registros de turistas internacionales atendidos en la Clínica Internacional y la Clínica de Odontología y Hemodiálisis de Varadero, correspondientes al período 2024-2025. La selección fue censal, incluyendo a todos aquellos que recibieron servicios de salud en ese lapso. Se excluyeron del análisis los registros de pacientes que recibieron atención médica por emergencias no planificadas (accidentes, descompensaciones agudas), siguiendo el criterio de Lizarralde (2013). Si bien el uso de una muestra censal garantiza la inclusión de toda la población accesible, se reconoce un posible sesgo de selección: los registros provienen exclusivamente de dos instituciones del polo Varadero, por lo que los resultados no representan necesariamente la totalidad de la demanda de turismo de salud en el destino.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas a personal médico y administrativo de la Empresa Comercializadora Servicios Médicos Cubanos S.A. (CSMC) que laboran en el destino. La selección fue intencional, por máxima variedad, según experiencia directa en la atención al turista de salud: dos médicos generales, un odontólogo, una enfermera jefa y un administrativo con más de 10 años de experiencia en el sector. La selección buscó diversidad funcional y saturación temática. El reducido número de entrevistas (n=5) es una limitación para la generalización de los hallazgos cualitativos; sin embargo, se justifica por la saturación temática alcanzada y por el carácter complementario de esta técnica en el análisis cuantitativo. Las entrevistas, con una duración promedio de 45 minutos, se centraron en la percepción del turista, calidad del servicio y barreras de acceso.

Para el análisis de datos se empleó la técnica de análisis de contenido temático (Braun & Clarke, 2008): familiarización con los datos, generación de códigos iniciales, búsqueda de temas, revisión de temas, definición y denominación de temas, y producción del informe. Dos investigadoras realizaron la codificación de forma independiente y posteriormente se compararon y consensuaron las categorías emergentes. La confiabilidad del análisis se garantizó mediante la triangulación entre investigadores y la revisión por pares.

Los datos de los registros de pacientes se procesaron mediante estadística descriptiva y análisis bivariado para explorar relaciones entre variables. Se aplicó la prueba chi-cuadrado para explorar asociaciones entre: nacionalidad (Canadá vs. Alemania) y valoración de la calidad del servicio, y grupos de edad (38-54 años vs. mayores de 54 años) y motivación de viaje (recuperación vs. otras). El nivel de significación utilizado fue de $p<0.05$.

Por último, se aplicó la triangulación metodológica, lo que permite cruzar la información de los registros de turistas internacionales atendidos en las clínicas, con lo planteado por los prestadores de servicios.

Como parte de las limitaciones se excluyeron variables económicas (gasto promedio, poder adquisitivo, tipo de seguro médico) por falta de disponibilidad en los registros. El diseño transversal impide observar la evolución temporal del perfil. Además, la baja afluencia turística durante el período de estudio dificultó la aplicación de instrumentos de investigación primaria.

RESULTADOS

Varadero es una península ubicada al norte de la provincia de Matanzas y es el principal polo turístico de la isla de Cuba como destino de sol y playa. En el enclave se ofrecen varios servicios sanitarios y de bienestar para turistas internacionales que influyen en la práctica del turismo de salud. Varadero cuenta con la Clínica Internacional o Clínica del Sol de la CSMC. Ofrece servicios especializados como urgencias médicas 24 horas, hemodiálisis, odontología, ozonoterapia, masajes terapéuticos, podología y tratamientos

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

de medicina oriental y occidental. La capacitación del personal constituye una de las fortalezas de esta institución y se trazan estrategias de superación en cuanto a la atención del personal y buenas prácticas, según estándares internacionales de atención médica.

Además, la CSMC gestiona más de 40 consultorios ubicados en hoteles de 4 y 5 estrellas en el polo, un Centro de Bienestar y Calidad de Vida, y un Centro de Odontología y Hemodiálisis. Estos servicios cuentan con disponibilidad de personal médico capacitado; las enfermeras y médicos que ejercen tienen experiencia en la atención al turista y la mayoría de ellos dominan varios idiomas. Se cuenta con médicos especializados en diversas áreas como medicina general, odontología, dermatología y fisioterapia.

La existencia de barreras que interfieren en el acceso a estos servicios es un punto importante, ya que afecta de forma negativa la experiencia de los turistas. Los costos de la atención médica pueden ser significativos, especialmente para turistas que no están familiarizados con el sistema de salud local. Aunque la mayoría de los servicios son más asequibles que en sus países de origen, otros pueden resultar prohibitivos.

No todos los turistas poseen un seguro que cubra servicios médicos internacionales. Aquellos que no cuenten con ello pueden enfrentarse a gastos inesperados y elevados. Otra barrera es la poca disponibilidad y calidad del transporte, pues en ocasiones los turistas dependen de taxis o servicio de transporte privado.

Estudio de la demanda de turismo de salud en el destino Varadero

Respecto a la segmentación psicográfica, el principal beneficio buscado es la calidad (52 %), mientras que el precio es el menos valorado (12 %), lo que evidencia la necesidad de perfeccionar los productos y servicios de salud para incrementar la satisfacción del turista y fortalecer el posicionamiento del destino Varadero (Figura 1). El cruce de variables mostró una asociación estadísticamente significativa entre nacionalidad y valoración de la calidad: los turistas canadienses valoran más la calidad (68 %) que los alemanes (41 %) ($\chi^2 = 8.72$, gl=1, $p = 0.003$).

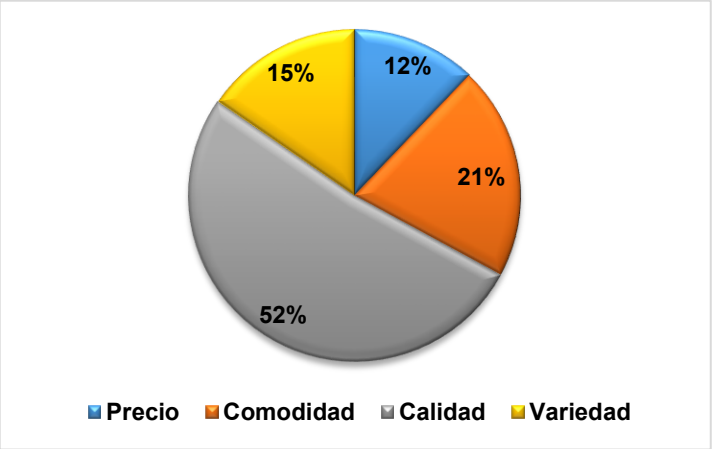


Figura 1. Beneficios buscados por los turistas de salud en Varadero.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

En cuanto a la motivación, la recuperación (35.4 %) es la principal. Se encontró asociación significativa entre edad y motivación: la recuperación predomina en mayores de 54 años (47 %), mientras que los turistas de 38-54 años son más heterogéneos (recuperación 31 %, relax y bienestar 28 %) ($\chi^2 = 12.34$, gl=4, p = 0.015). La Tabla 2 muestra la distribución de estilos de vida.

Tabla 2. Estilo de vida de los turistas de salud que visitan el destino Varadero.

Estilo de vida	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Recuperación	Recuperación por problemas de salud o estrés. Búsqueda de tratamientos específicos	85	35.4 %
Relax y Bienestar	Descanso, meditación y actividades de relajación	70	29.1 %
Aventura	Combinación de tratamientos de salud con actividades al aire libre y deportes extremos	39	16.3 %
Prevención	Prevención de enfermedades y mantenimiento de salud a largo plazo	25	10.4 %
Saludable	Estilo de vida activo, práctica de deportes, alimentación sana	21	8.8 %

En cuanto a las actitudes del turista hacia la salud, el 66.7 % coincide en ser proactivo, tomando iniciativas para el cuidado de su salud y mejorar su bienestar. El 23.7 % refiere ser escéptico respecto de determinados tratamientos, por lo que prefiere opciones basadas en evidencia. El 9.6 % alega estar dispuesto a vivir nuevas experiencias mediante procedimientos y actividades que mejoren su calidad de vida.

Los turistas que visitan el destino Varadero valoran constantemente su salud buscando viajes que incluyan actividades como spas, yoga, retiros de bienestar y tratamientos específicos. Tienen un interés creciente en el turismo que promueve la prevención de enfermedades incluyendo opciones de alimentación saludable y prefieren la práctica de actividades al aire libre como senderismo, paseos en la naturaleza o visitas a parques nacionales.

Para la segmentación demográfica, la Tabla 3 presenta la distribución por edad y generación. Predominan los mayores de 54 años (50 %) y el grupo de 38-54 años (39.6 %). El género masculino representa el 73 %.

Tabla 3. Rango de edad y generación de los turistas de salud en el destino Varadero.

Rango de edad	Generación	Frecuencia	Porcentaje
18-24	Z	5	2.1 %
25-37	Y	10	4.2 %
38-54	X	95	39.6 %
Mayores de 54	*Baby Boomers*	120	50.0 %

En cuanto a ocupación, los pensionados son el 41.7 % (Figura 2) y de estado civil casados el 62.5 %.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

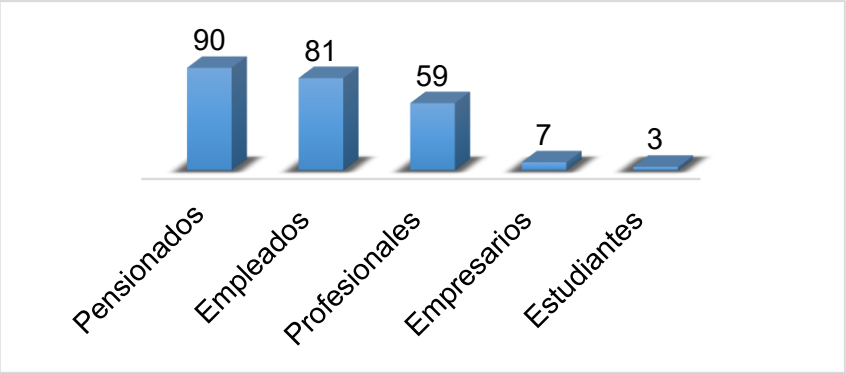


Figura 2. Ocupación de los turistas de salud que visitan Varadero.

Este predominio masculino se explica por tres factores:

1. la oferta de tratamientos específicos para afecciones prostáticas y cardiovasculares, más prevalentes en hombres de edad avanzada;
2. el perfil del viajero de negocios que extiende su estancia para recibir tratamientos; y
3. patrones culturales donde los hombres de ciertas generaciones (*Baby Boomers*) asumen un rol más activo en la búsqueda de soluciones médicas en el exterior (Connell, 2013).

Este hallazgo se relaciona con la disponibilidad de tiempo libre y la acumulación de ahorros característica de la población jubilada, especialmente en países con sistemas de pensiones robustos como Canadá y Alemania. La alta proporción de casados sugiere que los viajes de turismo de salud suelen realizarse en pareja, lo que tiene implicaciones para el diseño de paquetes que incluyan actividades para acompañantes.

En cuanto a la segmentación geográfica, la procedencia principal es Canadá (35 %), seguida de Alemania (20 %), Rusia (14.2 %), Austria (11.3 %), Argentina (8 %), Reino Unido (5 %), Estados Unidos (4.2 %) y Portugal (2 %). La alta proporción de canadienses puede explicarse por:

a) la existencia de vuelos directos entre Canadá y Varadero,
b) el largo historial de relaciones turísticas entre ambos países,
c) la percepción de Cuba como un destino seguro y con personal médico calificado, y
d) los largos tiempos de espera para ciertos procedimientos en el sistema público de salud canadiense (Johnston et al., 2024).

En el caso alemán, influyen la tradición de turismo de salud en Europa y la búsqueda de destinos exóticos con precios competitivos.

Por otra parte, el análisis de contenido de las entrevistas al personal médico permitió identificar cuatro categorías temáticas principales que complementan y profundizan los hallazgos cuantitativos:

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Categoría 1: Perfil actitudinal del turista. Los informantes coincidieron en describir al turista de salud como una persona informada y exigente.

“Estos pacientes llegan con investigaciones previas, saben qué tratamientos existen, conocen los protocolos. No es un turista pasivo, viene a buscar resultados concretos y compara constantemente con lo que le ofrecieron en su país de origen” (Entrevista 1, médico, 15 años de experiencia). Esto se alinea con el hallazgo del 66,7 % de turistas con actitud proactiva.

“Los canadienses son especialmente meticulosos, preguntan todo, quieren ver los certificados, los equipos. Los europeos son más relajados, confían más en la relación médico-paciente” (Entrevista 3, enfermera jefa, 12 años de experiencia).

Categoría 2: Motivaciones profundas. Más allá de la recuperación física, los entrevistados identificaron motivaciones emocionales y existenciales.

“Muchos vienen con depresión, con burnout, con problemas de pareja. La salud es la excusa, pero lo que buscan realmente es un reinicio, un espacio para encontrarse a sí mismos. El entorno de Varadero, el mar, la tranquilidad, eso es parte del tratamiento” (Entrevista 2, odontólogo, 8 años de experiencia). Esto sugiere que la motivación de recuperación (35.4 %) podría estar subestimando componentes emocionales que sería importante explorar en estudios futuros.

Categoría 3: Barreras de acceso percibidas. El personal administrativo identificó barreras que no siempre son evidentes en los registros:

“La principal queja no es el tratamiento, es la burocracia para los pagos. Las transferencias internacionales a veces se demoran, los seguros médicos cubren unos procedimientos y otros no, y eso genera tensión. Perdemos pacientes porque no logran resolver el pago a tiempo” (Entrevista 4, administrativo, 10 años de experiencia). Esto resulta relevante porque revela que la barrera no es solo el costo (12% según los turistas), sino la facilidad de pago, un aspecto que debería abordarse en la gestión del destino.

Categoría 4: Diferencias culturales en la percepción de calidad. Los entrevistados destacaron contrastes entre nacionalidades que complementan el análisis cuantitativo:

“los alemanes valoran mucho la puntualidad y la organización. Si hay un retraso, lo interpretan como mala calidad. Los canadienses son más flexibles con el tiempo, pero exigen más en cuanto a confort y atención personalizada. Los latinoamericanos valoran más el trato humano que la infraestructura” (Entrevista 5, médico, 20 años de experiencia). Esto ayuda a interpretar por qué los canadienses priorizan la calidad (68 %) frente a los alemanes (41 %), ya que el concepto de calidad puede estar operacionalizado de manera diferente según la cultura.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Perfil sintético del turista de salud en Varadero

A partir del análisis integrado se determinó que el turista de salud que visita el destino Varadero se caracteriza por ser un viajero entre 38 a 54 y los mayores de 54 años, motivado por la búsqueda de experiencias que le permitan aprender, crecer y conectar con otras personas y con el entorno natural. Prefieren oportunidades auténticas y enfocadas en la sostenibilidad concientizando sobre el impacto ambiental y la responsabilidad social. Son predominantemente de clase media alta centrados en la calidad y variedad de los servicios de salud antes que en el precio, como se muestra en el cuadro sintético del perfil (Tabla 4) resumiendo las dimensiones estudiadas.

Tabla 4. Perfil del turista de salud en Varadero.

Criterio	Características predominantes	Implicaciones para la gestión
Psicográfico	• Motivación: recuperación (35.4 %). • Actitud: proactiva (66.7 %). • Beneficio buscado: calidad (52 %). • Los canadienses valoran más la calidad que los alemanes (68 % vs 41 %, $p<0.05$).	• Diseñar paquetes que integren recuperación física y bienestar emocional. • Campañas diferenciadas: Canadá (calidad y confort); Alemania (organización y eficiencia).
Demográfico	• Edad: 38–54 y mayores de 54 años. • Género: masculino (73%). • Ocupación: pensionados. • Estado civil: casado (62.5%).	• Desarrollar productos para adultos maduros. • Incluir actividades para acompañantes. • Priorizar servicios de salud masculina (próstata, cardiología).
Geográfico	• Canadá (35%). • Alemania (20%). • Otros: Rusia, Austria, Argentina, Reino Unido, EE. UU., Portugal.	• Fortalecer alianzas con touroperadores canadienses y alemanes. • Establecer programas de fidelización.
Barreras de acceso	• Dificultades en pagos internacionales (identificadas en entrevistas). • Problemas con gestión de seguros médicos.	• Mejorar sistemas de pago. • Facilitar transacciones electrónicas. • Capacitar personal en gestión de seguros médicos.

DISCUSIÓN

El turismo de salud se convierte en una modalidad potencial para el incremento de los flujos turísticos internacionales. En comparación con otros destinos caribeños y latinoamericanos, los resultados obtenidos presentan similitudes y diferencias significativas. En República Dominicana, un estudio de Connell (2013) encontró que el turista de salud es predominantemente femenino (58 %) y más joven (media de 45 años), lo que contrasta con el predominio masculino (73 %) y la mayor edad (50 % mayores de 54) hallado en Varadero. Esta diferencia podría explicarse por la estrategia dominicana de promoción de turismo de bienestar y spa, que atrae más a mujeres, mientras que Cuba mantiene un enfoque más médico-asistencial.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

En Costa Rica, estudios previos reportaron un perfil con mayor diversidad de procedencias (30 % EE. UU., 25 % Canadá, 20 % Europa). El gasto promedio superior refleja ventajas en estabilidad política y certificaciones internacionales (Smith & Puczkó, 2018), aspectos en los que Cuba presenta debilidades, asociadas a limitaciones estructurales y al contexto económico actual.

En México, específicamente en Cancún y Los Cabos, investigaciones previas mostraron un perfil similar al de Varadero en cuanto a edad (45-65 años) y motivación (recuperación y bienestar), pero con mayor peso del mercado estadounidense (70 %) debido a la proximidad geográfica y los acuerdos bilaterales. La ausencia de turistas estadounidenses en Varadero (0 %) refleja el impacto de las restricciones políticas y económicas entre Cuba y EE.UU., una desventaja competitiva significativa (Connell, 2013).

El predominio masculino (73 %) puede explicarse desde tres perspectivas complementarias. Los hombres de generaciones mayores tienden a buscar soluciones médicas para problemas específicos (tratamientos de próstata, disfunción eréctil y enfermedades cardiovasculares), en los que Cuba tiene programas reconocidos internacionalmente (Connell, 2013). El perfil del viajero de negocios, predominantemente masculino, que extiende su estancia para recibir tratamientos, es un fenómeno documentado en destinos turísticos consolidados (Smith & Puczkó, 2018). Los hombres suelen tener mayor autonomía financiera y toma de decisiones en viajes de salud, mientras las mujeres acompañan más que protagonizan estos desplazamientos (Gan et al., 2023).

La alta proporción de canadienses (35 %) se explica por la confluencia de factores estructurales y perceptuales. La existencia de vuelos directos y acuerdos turísticos históricos facilita el flujo. Cuba goza de una imagen positiva en Canadá como destino seguro, con personal médico calificado y costos accesibles (Johnston et al., 2024). Los largos tiempos de espera en el sistema público de salud canadiense para procedimientos no urgentes (como cirugías estéticas o tratamientos odontológicos complejos) incentivan la búsqueda de alternativas en el extranjero (Connell, 2013).

Los resultados coinciden parcialmente con el estudio de Díaz (2022), quien identifica que este tipo de turista se encuentra entre los 35 y 60 años de edad y más del 70 % casados, aunque este solo se refiere al segmento de bienestar. También, se concuerda con el análisis de Santos et al. (2022), donde determinan que la principal motivación de este segmento de la demanda es la relajación.

Se coincide con el estudio de Ramos y Chávez (2023) sobre la importancia de los recursos naturales para ofrecer productos y servicios enfocados en la salud de los turistas. Su utilización sostenible, sobre todo para brindar bienestar, se convierte en un motor impulsor de desarrollo de los territorios donde estos se encuentran.

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

El estudio realizado por Sánchez y Leal (2020) caracteriza dos perfiles de turistas de salud: el senior de alma joven (mayores de 50 años, disponibilidad de tiempo libre, clase media alta, estancias largas, motivados por la salud, la cultura y el disfrute vacacional) y los millennials (menor capacidad económica, vacaciones de corto plazo, necesidad de información, disponibilidad de tecnologías y conectividad, motivados por la salud y la cultura). El primer perfil se asemeja al encontrado en Varadero, donde predominan los *Baby Boomers* (50 %) y la Generación X (39.6 %); sin embargo, la baja representación de millennials en la muestra (4.2 %) indica que este grupo etario es minoritario entre los turistas de salud que utilizan los servicios analizados, aunque se requieren estudios específicos para determinar las causas.

En la práctica del turismo de salud, sobre todo de procedimientos médicos, se requiere el diseño de políticas internacionales y estándares homogéneos de calidad que disminuyan el riesgo de turistas y prestatarios de servicios en los destinos. Esto genera una nueva visión gubernamental, motivada por la realización de intercambios y debates para una mejor gestión de esta industria desde el campo de las políticas públicas (Gholipour & Esfandiar, 2023).

Los hallazgos de este estudio tienen implicaciones prácticas concretas para los gestores de turismo de salud en Varadero:

- Segmentación de productos: se sugiere desarrollar paquetes especializados en salud masculina (próstata, cardiología, urología) combinados con actividades de esparcimiento que puedan disfrutar en pareja.
- Estrategias de marketing diferenciadas: para el mercado canadiense (campañas centradas en calidad, confort y atención personalizada). Para el mercado alemán (mensaje enfocado en la organización, la puntualidad y la eficiencia de los procesos médicos).
- Mejora de la experiencia de pago: consolidar alianzas con entidades financieras internacionales y capacitación del personal administrativo en gestión de seguros médicos.
- Diversificación hacia segmentos jóvenes: desarrollar productos de bienestar digitalmente mediados, con énfasis en experiencias "instagrameables" y programas cortos de desintoxicación digital y bienestar.
- Fortalecimiento de alianzas con touroperadores canadienses y alemanes: establecer programas de fidelización y capacitación conjunta con los principales operadores turísticos de estos países.
- Certificaciones y acreditaciones internacionales: priorizar la obtención de sellos de calidad y acreditaciones reconocidas internacionalmente para los centros de salud

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

y los hoteles asociados. El Medical Tourism Index (MTI) evalúa destinos según la "calidad y seguridad de los servicios médicos"

Pese a la validez científica y práctica del presente estudio, a partir de la carencia de referentes investigativos sobre el tema en Cuba, se presentan ciertas limitaciones como:

1. Los datos presentados no son primarios, sino resultado del análisis de informes estadísticos de la Clínica Internacional de Varadero y la Clínica de Odontología y Hemodiálisis de Varadero.
2. El estudio se limita a los turistas de salud que utilizaron los servicios de la Clínica Internacional de Varadero y la Clínica de Odontología y Hemodiálisis de Varadero, lo que no representa la totalidad de la demanda de turismo de salud en el destino.
3. Los especialistas de salud tienen una perspectiva clínica y operativa que no es neutral. Tienden a enfatizar los aspectos clínicos (diagnósticos, tratamientos, adherencia) y a minimizar los aspectos turísticos (gasto promedio por estancia, satisfacción con el hotel, percepción del destino).
4. La exclusión de criterios de poder adquisitivo y gastos en turismo de salud de los turistas, causada por la falta de disponibilidad de datos estadísticos, limita la caracterización económica del perfil.
5. Dificultad para aplicar instrumentos de investigación primaria, resultado de la disminución de los flujos turísticos a Cuba durante el período de estudio.
6. El carácter transversal del diseño impide observar la evolución temporal del perfil, por lo que se recomienda para futuras investigaciones implementar estudios longitudinales que permitan identificar tendencias y cambios en las preferencias de los turistas de salud.

CONCLUSIONES

El estudio confirma que la investigación sobre el perfil del turista de salud en Cuba es aún incipiente. Existe una brecha entre el interés comercial y político por este segmento y la evidencia sistemática disponible sobre sus características, motivaciones y comportamientos.

El turista de salud en Varadero se caracteriza por ser predominantemente masculino (73 %), pensionado (41.7 %), casado (62.5 %), y con edades entre 38-54 (39.6 %) y mayores de 54 años (50 %). Los principales países emisores son Canadá (35 %) y Alemania (20 %), y la motivación más frecuente es la recuperación de la salud (35.4 %). El análisis bivariado reveló diferencias significativas en la valoración de la calidad entre canadienses y alemanes, así como en las motivaciones según grupos de edad.

En este estudio se exploraron en profundidad las percepciones de 5 especialistas clave. Los hallazgos no son generalizables estadísticamente, pero ofrecen consideraciones

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

fundamentales y conocimiento experto sobre el turista de salud en Cuba, de lo cual se tiene escasa evidencia científica; en tanto puede conducir a estudios cuantitativos posteriores o decisiones de gestión.

A partir de los resultados arrojados se pueden desarrollar paquetes turísticos segmentados para adultos maduros, con énfasis en recuperación y bienestar, que incluyan actividades para acompañantes. Se recomienda diseñar campañas de marketing diferenciadas, en idiomas locales y con enfoque en calidad y profesionalismo médico, así como fortalecer la oferta de servicios complementarios y mejorar los sistemas de pago y procesamiento de seguros internacionales.

REFERENCIAS

Braun, V., & Clarke, V. (2008). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Bravo, I., Ramírez, J. M., & Berbel, J. M. (2025). Más allá del crecimiento: el turismo como motor de desarrollo económico. *Uniandes Episteme, 12*(4), 628-653. https://doi.org/10.61154/rue.v12i4.4195

Bryuhanova, G. D., Vorobey, E. K., Troitskaya, N., & Chesnokov, A. Y. (2025). Tendencias y riesgos actuales en el desarrollo del turismo médico. *Revista Rusa de Gestión, 13*(11), 11-35. https://doi.org/10.29039/2409-6024-2025-13-11-11-35

Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism Management, 34*(1-13). https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.05.009

Díaz, C. M. (2022). *Análisis y estrategias de mejoramiento del turismo de salud y bienestar en Bucaramanga y su zona metropolitana* [Tesis Doctoral, Universidad de Alicante]. Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante. https://n9.cl/jnvy6

Díaz, C. M., & Regueros, D. (2023). Análisis de los servicios innovadores para el turismo de bienestar presentes en el Hotel Sindamanoy en Zapatoca, Santander. *Turismo y Sociedad, 32*, 25-49. https://doi.org/10.18601/01207555.n32.01

Gan, T., Zheng, J., Li, W., Li, J., & Shen, J. (2023). Health and Wellness Tourists' Motivation and Behavior Intention: The Role of Perceived Value. *International Journal of Environmental Research and Public Health* (20), 4339. https://doi.org/10.3390/ijerph20054339

Gholipour, H., & Esfandiar, K. (2023). Does medial tourism promote growth in healthcare sector? *The European Journal of Health Economics, 26*, 233–241. https://doi.org/10.1007/s10198-024-01700-3

Global Grow Insights. (2026). *Tamaño del mercado del turismo médico, participación, crecimiento y análisis de la industria, por tipos (medicina interna cardiovascular,*

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

cirugía cardiotorácica, oncología, tratamientos de fertilidad, tratamiento ortopédico, otros), por aplicaciones (aplicación 1, aplicación 2), información regional y pronóstico hasta 2035. https://www.globalgrowthinsights.com/es/market-reports/medical-tourism-market-106337

Johnston, K., Yeung, O., Callender, T., & Hopkins, J. (2024). *Global Wellness Economy Motors*. Global Wellness Institute. https://n9.cl/zjyujl

Lizarralde, E. (2013). *Turismo de salud en España*. Auren. https://n9.cl/6scun

Moreta, G. E., Herrera, J. B., & Ballesteros, L. G. (2022). Caracterización del comportamiento del consumidor tungurahuense de alojamiento turístico en un escenario post pandemia. *Uniandes Episteme, 9*(3), 460-473. https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/2689/2168

Pırnar, İ., & Altın, H. O. (2024). Systematic Literature Review of Health Tourism Innovation. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 22*(2), 383-398. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.026

Ramos, M. E., & Chávez, H. F. (2023). Turismo de bienestar como técnica de fidelización para atractivos turísticos: caso Tungurahua, Ecuador. *Uniandes Episteme, 10*(3), 392-402. https://doi.org/10.61154/rue.v10i3.3141

Romero, S. (2023). Segmentación de mercado. *RAI*, 12-27. https://ra.usam.ac.cr/index.php/raiusam/article/view/104/103

Sag, I., Zengul, F. D., & Weech-Maldonado, R. (2025). Competition in Medical Tourism and Consumer Spending: Evidence from Turkey's Growing Healthcare Market. *Tourism and Hospitality, 6*(4), 186. https://doi.org/10.3390/tourhosp6040186

Salas, F., & Poveda, I. M. (2024). La diversificación de productos, una alternativa a la segmentación de mercado por el criterio psicográfico en la ciudad de Sucre: un artículo extractado del "Diseño del plan de marketing, para la implementación del patio de comidas en el Centro Comercial Pasaje Tapia". *Hallazgos, 11*(12), 37-50. https://revistas.usfx.bo/index.php/hll/article/view/1587/1249

Sánchez, S., & Leal, M. d. P. (2020). *Turismo médico y de bienestar: contexto global y perspectivas para México como país de interés*. https://n9.cl/sfwo3

Santos, V., Ramos, P., Sousa, B., Almeida, N., & Valeri, M. (2022). Factors influencing touristic consumer behaviour. *Journal of Organizational Change Management*, 35(3), 409-429. https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2021-0032

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior.* (12va ed.). Pearson Education. https://n9.cl/bm04y

Smith, M., & Puczkó, L. (2018). *Health and wellness tourism.* (2da ed.). Routledge. https://n9.cl/ljhjkn

Licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)