

La Quinta

El valor de la Marca España

ANDA MARIANO Rajoy empeñado en poner en valor la Marca España como antidoto a los ataques que sufre nuestra economía. Quiere el presidente que cotice al alza esa denominación promocionada en la presidencia de Aznar y devaluada bajo el paraguas de aquella Alianza de las Civilizaciones que se sacó de la manga Rodríguez Zapatero y que acabó en el más absoluto de los fracasos. La Marca España, ahora mismo, parece estar intervenida por Europa pero conviene no olvidar que hace apenas una década cotizaba al alza en muchas zonas del planeta. Se valoraba la pujanza de un país que apostaba tanto por la calidad como por la innovación.

Eso se tradujo, por ejemplo, en el despigue del deporte español y en fenómenos como el de Zara. La obra de Amancio Ortega es ejemplarizante, pero lo es partiendo de la cultura del esfuerzo y, como decíamos, de innovación y calidad. Pero Zara es el único ejemplo de Marca España de éxito, a la altura de lo que Nokia es para Finlandia, Ikea para Suecia o Ford para EEUU. ¿Por qué entonces a nuestro país se le equipara con Grecia o Portugal? Muy sencillo. Durante demasiado tiempo las prioridades fueron otras y la Marca España fue diluyéndose en una guerra de intereses entre comunidades que a nadie beneficiaba. Inditex tiene su sede en Arteixo, cen-

tores logísticos en Zaragoza o Cataluña, parte de su cerebro en Madrid y presencia en todo el país. Más allá de las fronteras es una empresa española capaz de pujar, y ganar la subasta, frente a los todopoderosos fondos buitres norteamericanos para adquirir la Torre Picasso, o la más valiosa esquina de la calle 54 en Nueva York, donde estaba antes la tienda de la NBA y donde figura ahora el logo de Zara. Es un ejemplo, pero detrás no hay mucho más. Repsol, por señalar otra multinacional, se enfrenta a graves problemas con gobiernos de países sudamericanos mientras tuvo que aguantar, a costa de perder españolidad, los ataques de firmas de su sec-

tor alemanas o italianas. O Iberdrola, siempre pendiente de los vaivenes de sus accionistas especuladores de los fondos de inversión extranjeros, más vigilantes del dividendo que del futuro. Rajoy lo tiene muy difícil para relanzar la marca España en el Mundo y, por tanto, la forma de salir de esta encrucijada es haciéndose valer ante las injerencias de Europa. Inditex es un caso único por lo que el presidente debe empezar por arreglar el grave problema que tiene en casa: obligar a los bancos a que no sigan forzando más la economía y hacerles ver que llegó el momento de apostar por España y por sus empresas. Solo ellas pueden crear empleo para salir de la crisis.

Hacienda todavía no somos todos

GUERRA AL FRAUDE Las medidas de refuerzo del control tributario y de lucha contra el fraude fiscal a través de la inspección y la gestión tributaria de la Xunta permitieron afluir 230 millones de euros, que fueron a parar a las arcas de la autonomía el pasado año. Los datos de la Consellería de Facenda no dejan lugar a dudas. Todavía estamos muy lejos de que se convierta en una plena realidad el mensaje de aquellas incipientes campañas de concienciación ciudadana destinadas a cumplir con las obligaciones con el fisco bajo la premisa de que "Hacienda somos todos". Y es que la realidad es la que es: 230 millones de euros no son la panacea, pero a nadie se le escapa la importancia y el valor que tienen para el erario público, más en el momento actual, recau-

dar hasta el último euro. Por otro lado, es de agradecer que las administraciones pongan el acento en recaudar lo que otros no pagan -sea por descuido o a conciencia plena para mayor insolidaridad con sus vecinos- que en freír a los que apocuinan religiosamente sus impuestos con más alzas fiscales fáciles como son gravar la gasolina o incrementar el IVA. Campañas como la amnistía anunciada por el Gobierno para legalizar 25.000 millones de dinero negro con solo asumir una aportación del 10% de la cantidad opaca al fisco pueden ser cuestionables por el castigo que supone a los que son cumplidores. Pero en un momento donde cualquier gasto a mayores puede desequilibrar a una familia, bueno es el dicho: a grandes males, grandes remedios.

Grandísima Pascua

PADRÓN Unas treinta mil personas, según el Concello, se dieron cita ayer en Padrón en su día grande, el Domingo de Pascua. No es para menos, porque había muchos alicientes, empezando por esa feria cabalar que reunió 400 equinos de todas las razas, y siguiendo por el espectáculo de doma, baile flamenco, clásico y coreografías orientales que ofrecieron con sus caballos los burgaleses Hermanos Borja y la Asociación de Pura Raza Galega. Detrás de ellos había mucho trabajo, y ayer su esfuerzo recibió la recompensa del público.

Promoción en Italia

PEREGRINO Que un escritor super-ventas de cualquier rincón del mundo se lance a hacer el Camino es una buena noticia por sí misma, por la promoción añadida que conlleva. Que ese país sea Italia, uno de los grandes mercados emisores de turismo a España, mejora las perspectivas. El protagonista, que además quiere afrontar el reto como los peregrinos de antes, sin dinero y trabajando para subsistir, ha vendido 2,4 millones de libros en Italia. Y podría hacer uno sobre el Camino.

CUADRO DE HONOR

Más impulso de los balnearios



Benigno Amor

PROMOCIÓN. El gerente de la Asociación Balnearios de Galicia, Benigno Amor, tiene muy claro el gran potencial que tiene el termalismo a la hora de atraer a un turismo de, por lo general, alto poder adquisitivo y estima que en nuestra comunidad aún quedan muchas cosas por hacer para que este sector ocupe el puesto que debe ocupar. Cierto es que en los últimos años se ha avanzado mucho y que Galicia es ya un clarísimo referente del termalismo de calidad en España, pero la promoción a nivel europeo e internacional, que es donde más se debe incidir, sigue siendo escasa y floja. Seguramente los organismos implicados en esa labor deberían tomar nota de las sabias palabras de Amor.

ASÍNO



Aspecto actual que presenta el merendero de Vilachán, en Rois. Foto: Pablo Silva

Merendero de Rois muy descuidado

Vecinos de Vilachán, en Rois, denuncian el estado de abandono del merendero situado en el entorno de la piscina municipal. Lamentan que el Concello no se haya acordado de adecentar esta zona, sobre todo en estos días vacacionales. Muy lejos de eso, está descuidada y con elementos rotos. Así, no.

GRUPO ACADÉMICO LEXGAL CURSOS GRATUITOS PARA TRABAJADORES

FÓRMATE EN UN TRABAJO ESTABLE Y CON FUTURO

Experto en Atención Sociosanitaria domiciliar a personas con discapacidad y dependencia

Curso presencial - 240 horas - Clases los fines de semana (para compatibilizar con un trabajo)
Comienzo inmediato - Llámanos y apúntate

UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Acreditado por el Departamento de Fisioterapia de la Universidade da Coruña con 24 créditos

TODOS NUESTROS CURSOS Y CLASES DE REFUERZO SON PRESENCIALES, ON-LINE Y A DISTANCIA POR TODO EL TERRITORIO NACIONAL

BOLETA DE TRABAJO
CURSO DE MONITOR
D. TIEMPO LIBRE

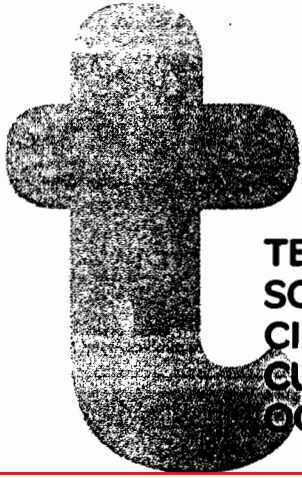
TRAMITAMOS BECAS MEC Y XUNTA PARA CURSOS DE IDIOMAS EN EL EXTRANJERO

HASTA 25% DTO. PARA NUESTROS ALUMNOS Y CLIENTES DE: SEGUROS, INMOBILIARIA, ASESORIA, PROTECCIÓN DE DATOS, INFORMÁTICA, CREATIVIDAD, PUBLICIDAD

- ACCESO A LA UNIVERSIDAD A MAYORES DE 25 Y 45 AÑOS
- ACCESO A FORMACIÓN PROFESIONAL
- NOVEDAD: CLASES DE REFUERZO A TODOS LOS NIVELES

VEN A APRENDER IDIOMAS CON EL "MÉTODO LEXGAL"

Organizamos viajes de estudio a través de casas particulares y colegios a Inglaterra, Canadá, EEUU, Australia, París, Roma, Pekin...



TENDENCIAS
SOCIEDAD
CIENCIA
CULTURA
OCIO



Günter Grass
Escritor

Israel declaró ayer persona non grata al escritor alemán y premio Nobel de Literatura, Günter Grass, por un poema que difundió la semana pasada en el que advertía que el Estado judío era una amenaza por su poderío nuclear.



Lluís Martínez-Sistach
Arzobispo de Barcelona

El cardenal-arzobispo de Barcelona, Lluís Martínez-Sistach, se desmarcó ayer de las opiniones de monseñor Reig Plá, sobre los homosexuales y puntualizó que "son personas como las otras y merecen toda la dignidad y el respeto".



Enrique Urbizu
Cineasta

Enrique Urbizu, con el también director Benito Zambrano y la actriz Inma Cuesta participan en el Festival Internacional de Cine del Sahara, Fisahara, única muestra cultural de este tipo en un campamento de refugiados.

El sector del termalismo en Galicia cojea en promoción

Las bondades medicinales de sus aguas y sus excelentes balnearios son sus bazas// Factura 60 millones al año y genera unos 1.400 empleos

ÁNGEL ARNAÍZ
Lugo

El termalismo genera en Galicia en torno a 1.400 empleos directos y cerca de 5.000 indirectos. La facturación del sector rondó los 60 millones de euros el pasado año, según las cifras que maneja la Asociación de Balnearios de Galicia (Balnegal).

Las casi tres mil plazas balnearias que ofrece en la veintena de establecimientos termales repartidos por el mapa gallego, la convierten en la primera autonomía de España por sus recursos en este pujante sector, seguida de Cataluña y Aragón. Además, cerca del 70% de los balnearios gallegos tienen la categoría de cuatro y cinco estrellas, sinónimo de alta calidad.

Son unas cifras que revelan y evidencian el peso específico del llamado turismo de salud dentro de la oferta global turística en Galicia. Un sector, el del turismo que en nuestra comunidad representa casi el 11% del PIB y emplea en su conjunto a algo más de 100.000 personas.

Pese a esta buena tarjeta de presentación, el termalismo gallego es todavía un sector con lagunas y con un enorme potencial de crecimiento, con unos recursos que no se explotan adecuadamente. Aun-

que el termalismo gallego desde los años 90 ha dado pasos importantes y se han sentado bases para una provechosa colaboración entre sectores privados y públicos, todavía tiene una larga hoja de ruta, con asignaturas pendientes.

De hecho, el gerente de Balnegal, Benigno Amor, opina que todavía se podría "obtener una mayor rentabilidad, tanto en términos de ingresos como de creación de empleo". Añade "además creo que deberíamos aprovechar también la potencialidad que podrían tener en la proyección exterior de Galicia tanto los balnearios como las aguas minerales naturales".

Benigno Amor reconoce que los balnearios gallegos tienen una escasa proyección de cara al exterior. "Se limita, de la mano de Turgalicia, a su presencia en la feria anual francesac Thermalies, específica del sector", explica.

Recuerda que en 2009, Turespaña elaboró un estudio sobre el turismo de salud en España y en ese trabajo se decía textualmente "Galicia se considera el destino en España con mayor potencial de penetración en el mercado internacional desde el punto de vista de la oferta de estaciones termales". Dicho informe precisaba



Un grupo de mayores disfruta de la piscina de las modernas instalaciones del balneario de Aguas Santas, en la localidad lucense de Pantón, en la Ribeira Sacra. Foto: Angar

"su oferta competitiva, modernizada, con muy atractivas instalaciones, generalmente en entornos naturales y paisajísticos privilegiados, hace que Galicia pueda optar con posibilidades de éxito a captar demanda turística internacional de salud, procedente especialmente de Alemania, Suiza y Austria".

La realidad, según reconoce Benigno Amor, es que desde Turespaña

Los balnearios tienen que luchar contra el desconocimiento de Galicia en Europa

Un informe de Turespaña ve el potencial gallego hacia el exterior

"poco o nada se hizo para la promoción exterior de los balnearios" y el sector "para atraer termalistas tiene que seguir luchando contra el desconocimiento que existe de Galicia, fuera del Camino de Santiago, en el extranjero", recalca.

INFRAEXPLOTACIÓN.

Para otro reconocido experto en el mundo de las aguas medicinales, el doctor y codirector de la Cátedra de Hidrología Médica de la USC, Luis Rodríguez Míguez, "Galicia es una potencia infraexplotada". Agrega "partiendo de la base que Galicia es una potencia infraexplotada hay que añadir que de este recurso no se obtiene la máxima eficacia, dedicarlo fundamentalmente a su faceta primaria, la sanitaria,

de promoción, protección, restauración y rehabilitación de la salud". El profesor Rodríguez Míguez cree además que tampoco se consigue "la máxima eficiencia, es decir, el lograr el mayor rendimiento económico".

Para este estudioso del mundo termal gallego, un balneario es por esencia "un centro sanitario, lo turístico o a lo lúdico es, debe ser, una dedicación secundaria o terciaria", subraya. Considera que los balnearios, como centros curativos, "están muy infravalorados, especialmente en lo relacionado con la promoción de salud, tratamiento de procesos crónicos tan frecuentes en la actualidad y rehabilitación".

Pedro Figueroa, doctor

en Ciencias Económicas y Empresariales, en una ponencia titulada *El agua como valor turística de Galicia*, presentada en la Conferencia del Agua celebrada en A Coruña a finales del 2010, también reconocía que nuestra comunidad tiene unos recursos termales "diferenciados y de calidad" que nos permiten una posición de liderazgo en España. Sin embargo, Figueroa también reconocía cojeras en la promoción exterior del sector. Apuntaba Figueroa que en la UE el 20% de la población tiene más de 65 años, un potencial mercado que cada vez demanda más este tipo de turismo de salud.

Para pescar cuota de clientes en ese ámbito europeo "hay que apoyar el potencial de nuestras aguas con otros productos y lograr una oferta de calidad", defiende este experto y recomienda unir "el termalismo al turismo de congresos, así como a la gastronomía y al golf".

AEITEGAL. Para tratar de aprovechar al máximo esa potencialidad y cubrir lagunas en el desarrollo y proyección del sector, desde el 2010 funciona la Agrupación Empresarial Innovadora Termal de Galicia (Acitegal), el clúster del sector impulsado por la Asociación de Balnearios de Galicia, cuyo objetivo prioritario es convertir Galicia en el principal destino turístico termal de España y en un referente en Europa.

El clúster reúne a distintas empresas que integran la cadena de valor del termalismo: balnearios, talasos y envasadoras de aguas minerales naturales.

Los 21 balnearios que funcionan en Galicia, junto con las nueve plantas embotelladoras de agua facturaron anualmente unos 110 millones de euros y suman 2.500 empleos, un dato que reafirma el potencial del agua en nuestra comunidad.

galicia@elcorreogallego.es

Alcumes



Juan L. Blanco Valdés

Editor e escritor

SÓN INESCRUTABLES os camiños polos que a «alma do pobo» (o *Volksgeist* dos románticos alemáns) se manifesta nas máis variadas formas da creatividade, entre estas, nomeadamente, as formas da creatividade lingüística. Se a esta creatividade ilimitada engadimos as características propias de cada nación, o destilado pode ser sorprendente. Os alcumes do país son, neste senso, espécimes extraordinarios, merecentes de estudos rigorosos destinados a patentizar, por este través, calidades etnográficas e culturais que van para alén do dato estritamente lingüístico. En punto a alcumes, creo que todo rucero, casal, aldea ou pobo ten unha historia propia e característica. Lembros as referencias

paternas a un de Cuntis, propietario, polo visto, do primeiro coche que se viu na vila, de mal nome José de Merda Fresca. Por que debe saberse que cando o alcume non é aceptado de grao polo destinatario non é alcume, é mal nome. Unha señora, grande, fea e tangalceira, que tiña un quiosquillo en certa vila mariñeira, era de mal nome a Cascola. A coña local da rapazada era ir ao establecemento de tal señora e preguntarlle se, como variante do coñecido refresco de laranxa e limón, tiña Kas Cola, co que a vella se daba ao demo e á puta madre do solicitante, mentres este, entre as gargalladas, corría a máis non dar. De mal nome son tamén unha familia doutra vila costeira, os de Cu Queimado,

o surnome de orixe máis ben brutal, pois resulta que, nos vapores dunha bebedela monumental e por unha aposta, a un devanceiro da tal familia marcárono cun ferro candente do gando en sitio obvio. En Compostela foi famoso aquel Pitobebendo, insigne docente que camiñaba cun curioso balanceo de adiante atrás. A miña natal Estrada foi terra de sempre proclive á produción espontánea deste tipo de exemplares. Un que tiña unha moblería era Camitas. A outro, bon vivant, elegante, ben parecido e xogantín, quedoulle o precioso alcume de Capricho. Un señor que tiña almacén de cementos, moi afeccionado el á caza e consecuente propietario dunha boa jauría, puxéron-

lle Perrillos. Aínda estou vendo a Gustoume, a quen chamaban así polo seu inveterado conformismo e bo parecer en todo. Papuxa era un ornitolóxico vilu, paílán e boa xente, a quen de nenos facíamos a vida imposible agochándonos na alameda e voceando ofensivo alcume dende puntos diferentes: cando o bo do home corría cara a uns mirtos, pois de alí saíra a voz, de detrás dun plátano a cincuenta metros saía outro oubeo: Papuuuuuuuuuxa. O saúdo que con carácter fixo empregaba certo señor foi via certa para o seu sobrenome: Holapollos. Alcumes: en cada un unha ironía, un apuntamento ao natural, a metonimia dun trazo que define a alguén e o chanta e resume no mundo.

BENIGNO AMOR Gerente de la Asociación Balnearios de Galicia

“El futuro pasa por incidir en la faceta medicinal del agua”

En el conjunto de España ¿es Galicia una potencia en el mundo de los balnearios?

Desde la década de los 90 lideramos el sector de los balnearios en España, aunque hablaría más de potencialidad que de potencia. El valor principal de estos establecimientos es el uso de aguas minero-medicinales para uso terapéutico y potenciando más este aspecto podríamos atraer a un mayor número de termalistas, para lograr estancias más prolongadas. De este modo conseguiríamos que mejorase su calidad y también generar empleo y riqueza, tanto para los balnearios y las comarcas en que se localizan, pero también podríamos contribuir a rebajar el gasto sanitario de la Administración.

¿Por dónde cree que pasa el futuro de este sector?

Pasa, a corto y medio plazo, por incidir en el carácter medicinal de las aguas minerales. Los médicos deberán ser los principales prescriptores de tratamientos en balnearios. Sin embargo, en pocas facultades de Medicina se imparte la materia de Hidrología Médica y esto supone un enorme lastre para el futuro del termalismo en toda España. En Galicia, preocupados por esta cuestión, hace un par de años se creó la cátedra de Hidrología Médica en la USC, la segunda que existe en España después de la de la Complutense de Madrid.

¿Y la proyección exterior?

A largo plazo nuestro futuro pasa por la internacionalización y la apertura de nuevos mercados. Nuestro reto está en lograr que vengan a Galicia termalistas procedentes de otros países europeos donde ya existe una cultura termal semejante a la nuestra como pueden ser Francia, Alemania o Italia. Para lograr ese objetivo preci-



Benigno Amor, gerente de Balnearios de Galicia (Balnegal). Foto: ECG

Debemos apostar por la internacionalización y la apertura de nuevos mercados en Europa

El turismo de salud, además de crear riqueza, podría ayudar a rebajar el gasto en nuestra sanidad

samos diseñar una estrategia compartida con otros agentes privados, como los mayoristas de viajes y entes promocionales como Turgalicia.

¿Cómo se vende en la actualidad el termalismo gallego en el mercado de Europa?

La proyección exterior del termalismo gallego es escasa. De la mano de Turgalicia, se limita a la feria francesa de Thermalies, un certamen específico del sector que anualmente se celebra en París. Para atraer a termalistas de otros países tenemos que luchar contra el desconocimiento que existe de Galicia en el extranjero, exceptuando el Camino de Santiago. Además tenemos que luchar contra la confusión que genera el hecho de que en toda Europa el término spa está vinculado a las aguas minerales, mientras que aquí hace referencia a establecimientos que emplean el agua del grifo.

¿Se ha notado la crisis en el ter-

DEPENDE DE TRES CONSELLERÍAS

●●● El sector de agua en nuestra comunidad, el mundo de los balnearios y el embotellado de agua, depende de tres departamentos autonómicos Turismo, Sanidad e Industria.

●●● Los 21 balnearios del mapa gallego disponen de casi 2.800 plazas hoteleras y reciben una media anual de 140.000 clientes.

●●● Las aguas termales de nuestros balnearios están entre los 30 y 40 grados y casi el 70% de los establecimientos gallegos son de 4 y 5 estrellas, muchos con la categoría “Q” de calidad.

malismo en Galicia durante el último trienio?

Desde luego, la crisis, como en toda la economía española, se ha notado en nuestro sector. Aunque el número de usuarios se va manteniendo, notamos una importante reducción del gasto medio de los usuarios de los servicios balnearios.

¿Cuál es el perfil del cliente que acude a un balneario?

El 45% de nuestra clientela es gallega, aunque también tenemos muchos termalista de otras comunidades.

Nuestra asignatura pendiente es la presencia de extranjeros, ya que apenas suponen el 5% del total. En cuanto edad se sitúan entre los 35 y 55 años. Bajó la media, ya que no solo acuden

pensionistas, cada vez son más las parejas y familias que acuden a los balnearios. Ahora la gente viene a estos centros por prevención o tratar problemas crónicos, más que a curar enfermedades.

¿Qué faceta atrae más al usuario, el ocio-relax o la terapéutica?

Las aguas minerales constituyen la razón de ser de un balneario y consecuentemente el aspecto medicinal debería ser el que atrajera a un mayor número de usuarios. Hoy en día la cura balnearia continúa siendo indiscutible como factor favorable en la prevención, tratamiento y rehabilitación de patologías crónicas, como las del aparato locomotor- reumatismo-, las de la piel, procesos inflamatorios crónicos o problemas del aparato respiratorio, entre otras.

Pero esta cura precisa de un estancia mínima de 9 días, por lo que convive con otro tipo de ofertas de estancias más cortas enfocadas al ocio-relax, como son los paquetes de belleza, celulitis, rejuvenecimiento, saunas, jacuzzi, etc.

¿Cuáles son ahora las grandes cifras del sector en el empleo y la facturación?

Generamos anualmente en torno a 1.400 empleos directos y unos 5.000 indirectos. Es preciso valorar además que la mayoría de los balnearios gallegos se ubican en comarcas de la Galicia interior, zonas rurales con una clara tendencia al despoblamiento, un bajo índice de renta per cápita y predominio de una estructura productiva en la que domina el sector primario-agropecuario. En estas zonas los balnearios desempeñan una importante función dinamizadora de las economías locales y comarcas.

En cuanto a la facturación, aunque todavía no tenemos cerrados los datos del ejercicio 2011, según la estimación inicial hecha rondaremos los 60 millones de euros. En el capítulo de las cifras del sector es preciso destacar también que la titularidad de nuestros balnearios está, en un 95%, en manos de capital gallego.

galicia@elcorreogallego.es