

Historia.

Es precisamente con el desarrollo de la industria farmacéutica cuando los balnearios pierden su protagonismo al ser considerados los medicamentos como los sustitutos de la cura de las dolencias que en otros tiempos se atribuía a las aguas de los manantiales. Se olvidan, pues, los Balnearios termales y las Aguas minero-medicinales pasan a ser envasadas y comercializadas con fines lucrativos como Aguas de mesa.

En la actualidad comienzan a ser apreciados los medios de tratamiento para los enfermos y surge el prestigio de los medios naturales de cura. Entre los dos principales destacar el agua mineromedicinal, aprovechada fuera de las termas al ser embotelladas para su consumo y el agua como vehículo con aplicaciones terapéuticas.

En la Región del Alto Tamega, el agua termal es la fuerza motriz de la historia, economía y la cultura de los Municipios de la Ribera del Río Tamega, desde Verín (provincia de Orense) hasta el Concello de Boticas (Portugal).

En el vídeo divulgativo "LA RUTA TERMAL DO ALTO TAMEGA", se hace una descripción sanitaria y turística de los balnearios de Verín, Vidago, Pedras Salgadas, Carvalhelhos y Chaves, villa termal europea.

A través del espacio termal del Alto Tamega, Galicia y Norte de Portugal ofertan turismo, ocio y salud para el termalista del año 2000.

Por su interés científico ha sido realizado bajo el patrocinio de la Diputación de Orense, Concello de Verín y Balnearios de Cabreiroá y Sousas, Cámara Municipal de Chaves y el Balneario y Aguas de Carvalhelhos.

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION PARA LLEVAR AL GRAN PÚBLICO LAS VENTAJAS DEL TRATAMIENTO TERMAL

M^a Jesús PASCUAL SEGOVIA.

Especialista en Hidrología Médica.

Pedro Luis SEGOVIA GARRIDO.

Licenciado en Psicología. Licenciado en Ciencias de la Información.

Ricardo ESPINOSA CHICOTE.

Especialista en Hidrología Médica.

Juan Carlos PASCUAL SEGOVIA.

Especialista en Medicina del Trabajo. Especialista en Epidemiología.

Carmen RAMOS CARRILLO.

Especialista en Medicina del Trabajo.

Josefina SAN MARTIN BACAICOA.

Catedrática de Hidrología Médica. U.C.M.

Producto: La salud por el agua.

El agua como fuente de salud.

Objetivo:

¿Cómo conseguir que esta propiedad del agua sea conocida por el gran público? Desarrollando un proyecto de comunicación que informe a los ciudadanos primero de las ventajas de una terapia hidrológica y segundo de cómo conseguirla.

Proyecto de comunicación

Fases del proyecto de comunicación:

1. Fase de posicionamiento

1. Auditoría. Investigación del estado de la cuestión.

1.1. Atracciones.

1.2. Servicios. Estado de los servicios.

1.3. Percepción que de este servicio tienen los posibles clientes.

1.4. Los precios.

1.5. Imagen de los Balnearios.

1.6. Conclusiones de la auditoría.

2. Fase de actuación comunicativa

1. Diseño de una estrategia comunicativa.

2. Evaluar los resultados.

3. Planificar actos de comunicación que mantengan en el tiempo dicho acto.

3. Fase de Estabilidad

Diseñar un calendario de comunicación.

ESTUDIO ESTADISTICO DE LA POBLACION BALNEARIA DE CARBALLINO

Raquel Ana PEREZ-BUSTAMENTE ILANDER.

Escuela Profesional de Hidrología Médica.

U.C.M.

A partir de los datos obtenidos en el Balneario de Carballino se realiza un análisis de la población.

Se registran datos demográficos, como el sexo, la edad, la procedencia y los años que llevan asistiendo a las curas balnearias.

Se valoran datos clínicos como son: el diagnóstico principal por el que se realiza la cura, la patología asociada que presenta la población, con especial atención a la tensión arterial previa a las curas.

Los datos terapéuticos se analizan en función del número de técnicas administradas por paciente, la duración, en días, media de cada técnica crenoterápica.