



El hotel balneario de Ariño, un nuevo producto turístico

M.^a Ángeles Tomás Obón
Fotos: JAP

El pasado 24 de septiembre, tras más de 10 años de trámites, proyectos y obras, abrió sus puertas el hotel balneario de Ariño. Con esta apertura se pone en marcha un nuevo producto turístico que tendrá un importante impacto en todo el Bajo Aragón, pues las previsiones de la empresa que lo gestiona son de en torno a 20 000 pernoctaciones para el año 2015 y de unas 25 000 en los siguientes años. Según los estudios realizados por el sector balneario, un porcentaje muy elevado de estos termalistas, una vez que han recibido sus correspondientes tratamientos en el balneario, realizan actividades fuera del mismo con desplazamientos de hasta 40 minutos para actividades de proximidad y de hasta 75 minutos para actividades de renombre.

Fue en el año 2002 cuando empezó a gestarse este proyecto con unas jornadas de promoción organizadas desde la Agencia de Desarrollo Local de la Mancomunidad Sierra de Arcos con el apoyo del Ayuntamiento de Ariño y del Parque Cultural del Río Martín. Tras la celebración de estas jornadas el Ayuntamiento de Ariño encargó varios estudios e informes (una evaluación actualizada de la caracterización farmacodinámica y clínica de las aguas, un estudio de viabilidad y *marketing*, un peritaje para establecer el perímetro de protección y el lugar más adecuado de captación de las aguas...) con el fin de tener la máxima información posible a la hora de iniciar una futura inversión. Al mismo tiempo, se realizaron los primeros trámites administrativos y legales



Vista general de las instalaciones

(autorizaciones para el uso del agua, adquisición de los terrenos del entorno, etc.). En el año 2003 se firma el primer convenio, dentro del Plan MINER, para recibir financiación de una primera partida de 758 236 €, con la que se empieza a trabajar en las infraestructuras básicas: captación de agua termal, acometidas eléctricas, accesos, etc. En fases posteriores se realiza la piscina termal y todas las dependencias anejas que son necesarias para su uso: recepción, vestuarios, *jacuzzi*, sauna y una sala para tratamientos. Tras varios meses de parón, a finales de 2008 se empiezan las obras del hotel, primero son 20 las habitaciones que se edifican. En fases posteriores, hasta el año 2014, se termina el hotel, ampliando el número de habitaciones con un nuevo módulo, se realiza la pasarela que lo une con la piscina termal y se inician los trabajos de

ajardinamiento del entorno. Por último, a finales de la primavera de 2014 el Ayuntamiento de Ariño publica el pliego de condiciones para licitar su gestión, de la que definitivamente se hace cargo la empresa Balnearios Activos, que firma un contrato para 25 años y se compromete a la apertura del balneario hacia finales de septiembre tras realizar una inversión de más de 200 000 € para el equipamiento interior del hotel balneario y la adecuación del entorno durante el verano.

El grupo Balnearios Activos lo conforman cinco establecimientos, cuatro de ellos en la Comunidad Valenciana (Montanejos, Benassal, Chulilla y Cofrentes) y uno en Extremadura (Los Baños de Montemayor). Cada proyecto se localiza en un destino con su propia idiosincrasia, por ello se gestionan



Área de recepción y cafetería

independientemente y tienen autonomía para definir su imagen en función de la realidad del destino. La gestión del hotel balneario de Ariño también será independiente y para ello se ha creado la empresa Hotel Balneario Ariño SL, que gestionará un centro balneario con oferta hotelera. Su gerente insiste en que se trata de un centro sanitario con oferta hotelera. Esta combinación es lo que les convierte en un producto único en todo el Bajo Aragón y lo que les diferencia de otros establecimientos con oferta de *spa*. Hay que distinguir entre lo que es el turismo de salud -muy de moda, pero al mismo tiempo un sector muy castigado porque hay muchas ofertas, muchos hoteles que ofrecen *spa* gratis y una competencia muy dura- y lo que es el termalismo y un balneario tradicional en el que se desarrollan tratamientos medicalizados con aguas minero-medicinales en un entorno turístico. Es esta variante terapéutica la que les diferencia y la que les ayuda a fidelizar a los clientes, pues tras su estancia su estado de salud mejora.

Pero el hotel balneario de Ariño, además de los servicios de balneario, tiene también una oferta de termoludismo, es el llamado Espacio Balnea, que incluye la piscina termal y las zonas de masaje, y tienen también previsto desarrollar una zona para eventos y celebraciones.

El termalismo social es la base principal de su clientela (60-70 %). Así, su principal objetivo es el cliente termalista que llega a través de los programas del IMSERSO. Este es un cliente mayor de 65 años, con capacidad económica, que elige un balneario por sus instalaciones y su entorno, con estancias medias de 11 días y que se mueve durante toda la temporada marzo-diciembre. Pero también tienen como otro objetivo complementario el cliente privado de corta estancia, con una edad entre 30-35 años, que busca experiencias y relajación, que se mueve sobre todo en puentes y los meses de julio y agosto, precisamente cuando baja el público del IMSERSO. Por ejemplo,

una experiencia que está funcionando muy bien con este tipo de público en otros balnearios del grupo es la apertura del Espacio Balnea por la noche. Y por último, otro de sus objetivos es el público no alojado. Para ellos está especialmente diseñado el Espacio Balnea, con el objetivo de ofrecer una zona termolúdica al área de influencia del balneario, brindando a los clientes del entorno del balneario una opción más vinculada al bienestar y la relajación, sin necesidad de tener que alojarse. Para estos últimos está pensado un bono de 10 sesiones.

Para atraer a todos estos clientes disponen de distintas herramientas de promoción específicas para cada tipo de público. Para captar al público del IMSERSO su grupo dispone de una central de reservas con más de 200 000 posibles usuarios en toda España, a los que les llegará publicidad directa de este nuevo balneario. También tienen vendedores que trabajarán principal-

mente la zona de Cataluña y Aragón. Para captar al público privado sus estrategias de comunicación se centran principalmente en Zaragoza, sur de Cataluña y Valencia. Es decir, territorios que se encuentran a no más de dos horas y cuarto de distancia. Las acciones irán desde alguna valla publicitaria a anuncios en prensa y alguna promoción especial en televisiones autonómicas.

El hotel tiene 46 habitaciones y un total de 100 plazas. Todas las habitaciones, salvo 6, disponen de una amplia terraza con vistas a la sierra de Arcos, suelos de parqué, aire acondicionado y todas las comodidades de un hotel de cuatro estrellas. En todas ellas cuelgan de las paredes magníficas fotografías de diferentes lugares del entorno más próximo: la sima de San Pedro, el castillete del Pozo San Juan, la colegiata de Alcañiz, la iglesia de Oliete, etc. El diseño de la imagen corporativa y del mobiliario es obra de Mauricio Bernabei, un arquitecto y diseñador italiano, pero la fabricación de los muebles ha sido encargada a una empresa del entorno, Muebles Félez.

Aunque la apertura ha sido temporal -cerró sus puertas el 26 de octubre, un mes en el que han podido probar las instalaciones, pasar la inspección del IMSERSO y sondear cómo funciona el cliente- el periodo de funcionamiento habitual del hotel balneario será de marzo a diciembre. Está previsto que vuelva a abrir sus puertas, a pleno rendimiento, con todos los servicios terapéuticos en marcha, el 5 de marzo de 2015.

Toda la información sobre sus instalaciones, servicios y promociones especiales puede encontrarse en su web: www.balneariodearino.com



Solarium junto a la piscina termal

“El nuestro es un proyecto de largo recorrido”

Pedro Villanueva

Consejero delegado de la empresa Balnearios Activos

¿Cómo conocisteis el proyecto de Ariño?

Las primeras noticias sobre este proyecto las tuvimos a través de Laureano Sandalinas –alcalde de Montanejos–, al que en una reunión de villas termales de España, Joaquín Noé –el alcalde de Ariño– le comentó que estaban buscando empresas de gestión para poner en marcha el hotel balneario que estaban terminando en su municipio.

¿Qué motivos os llevaron a apostar por gestionar el hotel balneario de Ariño y presentaros a la licitación convocada por el Ayuntamiento?

Por un lado el estado de la obra, muy avanzada, ya se había hecho una gran inversión y era un complejo completamente nuevo, aunque luego ha habido que hacer cambios y acondicionar algunos espacios. Por otro, su ubicación en el Bajo Aragón, siendo el único balneario de un gran territorio situado muy próximo a Zaragoza y Cataluña.

Representas a un grupo de balnearios al que pertenecen los de Cofrentes, Chulilla, Montanejos, Benassal y Montemayor -todos en la Comunidad Valenciana, salvo el último que está en Cáceres-. ¿Qué tienen en común y qué los diferencia?

Todos ellos son de propiedad pública y de gestión privada. Pero esto es lo único que tienen en común. Son tan diferentes que no pueden trabajarse aspectos en común. La acción comercial es conjunta, pero la gestión es diferente. Por ello funcionan como unidades independientes. La potencia de estar en el grupo son las plazas de termalismo que se tienen y la posible cartera de clientes con más de 200 000 contactos en toda España.

¿Qué diferencia a Ariño del resto de balnearios que gestionáis, tanto en positivo como en negativo?

En positivo, la ubicación –es el único balneario que hay en el Bajo Aragón– y las posibilidades de crecimiento del proyecto: hay suelo, 7 hectáreas de propiedad pública, y un contrato por 25 años, por lo que se trata de un proyecto de largo recorrido y eso genera muchas posibilidades de expansión. Ahora estamos en el período de lanzamiento.



Pedro Villanueva y M.ª Ángeles Tomás

En negativo, la dimensión –solo tiene 100 plazas, es un balneario pequeño– y el hecho de que no hay mucha actividad turística en la zona, estamos un poco arrinconados. Hay que generar sinergias entre las empresas turísticas de la zona para crecer como destino turístico.

El nombre de vuestro grupo empresarial Balnearios Activos parece una contradicción ¿Es una nueva estrategia en la promoción del turismo termal?

De acuerdo con las recomendaciones europeas, el envejecimiento tiene que ser activo. Este concepto aparece en muchas de las políticas y estrategias europeas dedicadas a la tercera edad y quisimos unir ambos conceptos. Para nosotros un balneario es un establecimiento al que se viene a hacer cosas, aunque solo sea respirar o caminar.

¿Cuáles son las principales ventajas o activos de un balneario frente a un spa, qué los diferencia? ¿Ha llegado a los balnearios

la moda del turismo de salud y la preocupación por cuidarse de un gran sector de la población?

Un balneario es un establecimiento sanitario que utiliza aguas declaradas minero-medicinales en sus protocolos terapéuticos y en el que, por las características de las aguas, instalaciones y profesionales, se consiguen resultados satisfactorios para la salud. Un *spa* utiliza agua del grifo, no pueden competir con aguas declaradas minero-medicinales por sus propiedades curativas, no son centros sanitarios. No son competencia porque son un producto diferente, es como una piscina climatizada o un gimnasio.

¿Cómo ve el sector turístico del Bajo Aragón alguien como tú, que viene de una zona con tanta tradición turística como la Comunidad Valenciana? ¿Cuál es tu percepción?

El conjunto de los recursos turísticos es muy importante. Es una zona con un atractivo especial vinculado





Módulo del hotel y terraza

al paisaje y al paisanaje que, junto con la conexión con Zaragoza, ofrece un conjunto amplio de posibilidades, el cliente tiene argumentos suficientes para descubrir una zona nueva y singular.

La principal carencia es la falta de formación de los recursos humanos en el ámbito del turismo. Da la sensación de que no se ha creído el peso turístico que pudiera tener. El turismo no resalta como una parte importante de la economía, aun cuando tiene contenido. El hecho de que no se crea en la potencialidad de este sector implica que la gente no se forme en este campo.

¿Qué perfiles profesionales necesitáis para la puesta en marcha del hotel balneario? ¿Cuánta gente está trabajando en estos momentos? ¿Qué es lo que más habéis valorado a la hora de seleccionar el personal?

Ahora mismo, para esta apertura temporal, hay 20 trabajadores. En el 2015 cuando se produzca la apertura definitiva se estima que serán unos 32 trabajadores. Hay dos grandes grupos de perfiles profesionales: uno de la rama de la hostelería (cocina, sala-cafetería, recepción, habitaciones, limpieza) y otro relacionado con el centro termal, que requiere de profesionales de la sanidad como médicos y fisios y de otros terapeutas

conocedores de las técnicas termales, quiromasajes, etc.

Como en la zona no hay un itinerario formativo en estos sectores, se ha valorado mucho la actitud, la proximidad, las ganas de mejorar y desarrollarse profesionalmente, sobre todo, dentro de la rama de la hostelería.

Has comentado al principio de la entrevista que uno de los puntos fuertes del hotel balneario de Ariño son su posibilidades de crecimiento, ¿cuáles son vuestros proyectos más inmediatos?

Durante los próximos meses haremos algunas obras en la piscina para introducir pequeñas modificaciones. En la planta baja de la galería que conecta el hotel con la piscina termal se va a terminar la unidad terapéutica para los tratamientos más especializados: bañeras individuales, zonas para terapias respiratorias, masajes, parafangos, despacho para el médico, etc. Por otro lado, en la planta baja del hotel, en el extremo más alejado de la recepción, hay un espacio sin adecuar que destinaremos a comedor y varios salones (zona de baile, biblioteca, etc.) para separar las áreas de recepción y cafetería de la zona de comedor,

que actualmente están unidas. Esto, además, nos permitirá realizar eventos.

Llevaremos a cabo también tareas de ajardinamiento y siembra de plantas aromáticas en las parcelas de la parte de atrás del hotel. Además, tenemos previsto crear un sendero circular de unos 1200 m para el disfrute de los clientes.

Todas estas modificaciones y mejoras estarán listas a lo largo del 2015. Pero el nuestro es un proyecto de largo recorrido y esperamos poder desarrollar nuevos proyectos que nos permitan consolidarnos como un producto turístico de primer orden.

La turba como tratamiento

En su estrategia para desarrollar algún tratamiento que caracterice al destino están estudiando la posibilidad de utilizar la turba en alguno de los tratamientos. La turba se madura en las aguas termales y luego se aplica sobre la piel del paciente por diversos métodos. Este es un producto que mantiene muy bien sus propiedades, que facilita que los minerales penetren en la piel y que tiene efecto *peeling*. Se utiliza mucho en el centro de Europa.



Vestíbulo y escalera de acceso a las habitaciones