



13-Nov-2014

ESPACIO: 472 cm2

PORCENTAJE: 39%

PERIODICIDAD: Diario

Las políticas de calidad en el turismo asturiano

■ La necesidad de impulsar sistemas de certificación nacionales para los establecimientos



Jose Luis Álvarez Almeida
Presidente de Hostelería de Asturias

Hoy celebramos el Día Mundial de la Calidad, una efeméride promulgada por la ONU en 1990 con el objetivo de aumentar la conciencia mundial sobre la importancia de la calidad. En España este año se celebra bajo el acertado lema "Pasión por el cliente", que es el destinatario final de toda la cadena de medidas orquestadas para que los productos y los servicios logren los mayores estándares de calidad.

En el ámbito turístico, como en otros muchos, la calidad ha sido desde hace muchos años el objetivo hacia el que se orientaban los esfuerzos de los empresarios con el apoyo decidido de la administración y fue mucho lo que se avanzó en este sentido.

Aprovechando esta efeméride creo que desde el sector turístico es obligado dar la voz de alarma ante la situación que se está produciendo en Asturias, que ha pasado de ser líder en España en la implantación de Sistemas de Calidad turística a ocupar posiciones de cola.

Asturias, en el sector turístico, y me refiero especialmente a la

hostelería, la restauración y el alojamiento, ha sido pionera en España en la implantación de los Sistema de Calidad, realizándose un gran esfuerzo para diseñar e implantar esos primeros Sistemas de Gestión de Calidad para establecimientos y servicios muy dispares.

Sin embargo, no hemos sabido mantener ese nivel de exigencia y, de ser una comunidad autónoma puntera en el número de empresas certificadas en calidad, hemos pasado en los cinco últimos años a posiciones de cola. ¿Por qué se ha llegado a esta situación?

En Asturias la administración decidió apostar por nuevas marcas de calidad internas y hacia ellas destinó sus recursos. En Asturias se han creado tres marcas de calidad exclusivas de nuestra comunidad: "Casas Asturias", "Mesas de Asturias. Excelencia Gastronómica" y "Aldeas Asturias. Calidad Rural". En la actualidad, se está desarrollando una específica para sidrerías.

Estas marcas de calidad son positivas y sirven para calibrar y determinar un alto nivel de calidad. Lo que ocurre es que en España, y conocidas por todos, hay ya marcas de calidad turística que establecen esos niveles: Por ejemplo la Q de Calidad Turística, o el SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos) que deberían promocio-

En Asturias, la Administración decidió apostar por nuevas marcas de calidad interna y hacia ellas destinó los recursos

narse conjuntamente con nuestras marcas regionales.

La administración autonómica ha centrado sus esfuerzos en promocionar e intensificar sus propias marcas de Calidad de Turística y no ha destinado dinero en la implantación y promoción de los Sistemas de Gestión de Calidad Nacionales, desaprovechando las sinergias que provoca el ser precisamente nacional.

¿Qué pasa en otras comunidades?

Podría pensarse que esta práctica de promover marcas de calidad propias se repite en todas las comunidades autónomas. Pero, sin embargo, no es así. En el País Vasco, por ejemplo, se promueve la Q de Calidad y no se han creado nuevas marcas. A lo más que han llegado es a crear un Club de Producto Euskadi Gastronomika bajo cuyo paraguas incluyen toda una serie de servicios turísticos

de toda índole. En Galicia, existe la marca general "Galicia Calidad", y en el ámbito turístico poseen la marca "Pazos de Galicia", pero todos tienen la Q de Calidad y de hecho el Gobierno autonómico lanza cada año líneas de subvención para su implantación y mantenimiento de la Q de Calidad. Este año el decreto de subvenciones se publicó en marzo.

Otro ámbito en el que se constata un paulatino abandono es el relativo al SICTED que comentamos antes. El Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos, promovido desde el año 2000 por el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), tiene la finalidad de mejorar la experiencia y satisfacción del turista en un destino determinado, municipios la mayoría de las veces.

El SICTED empezó muy bien en Asturias y los principales ayuntamientos lo acogieron con sumo interés, llegando a ocupar el primer puesto en número de establecimientos certificados o distinguidos con calidad. Pero, tras el ímpetu inicial, se dejó languidecer a excepción de Gijón, Cudillero, Ribadesella, la Mancomunidad del Cabo Peñas y la Montaña Central de Asturias (municipios de Aller, Lena, Mieres, Morcín, Ribera de Arriba y Riosa).

Es llamativo el caso de Oviedo, que después de promover con interés el lanzamiento de esta marca, favoreciendo y subvencionando su implantación en más de 250 establecimientos, desatendió el proyecto.

Todo ello demuestra que, después de tantos años, nuestros responsables políticos parece que aún no tienen clara la importancia de que Asturias cuente con un alto nivel de calidad y la necesidad de que ésta se certifique mediante normas y sistemas de calidad nacionales. Algo que es vital en los momentos actuales, donde la competencia entre destinos cada día es más dura y el cliente más exigente. Los Sistemas de Calidad son un reclamo, un argumento y un instrumento para atraer al viajero, especialmente en los destinos como el de Asturias, con un perfil de turista que otorga valor a la calidad y es un motivo de decisión.

Que Asturias, que lideró las implantaciones de los Sistemas de Calidad nacional, se vea ahora abocado a puestos de cola es difícil de asumir y todos los que desde el ámbito privado protagonizamos la actividad turística en Asturias tenemos la obligación de esforzarnos para cambiar este rumbo y exigir a nuestros representantes públicos el esfuerzo necesario para poner solución a esta peligrosa deriva.

**14-Nov-2014**

ESPACIO: 101 cm2

PORCENTAJE: 9%

PERIODICIDAD: Diario

BENICÀSSIM**20 empresas benicenses se unen al sello de calidad****R. D.**
BENICÀSSIM

Veinte empresas de Benicàssim se han adherido al Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (Sicted), proyecto de mejora de la calidad de los destinos turísticos promovido por el Instituto de España (Turrespaña) y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). El mismo trabaja con firmas y servicios turísticos para mejorar la experiencia y satisfacción del visitantes en todas las prestaciones de las que disfrutan en la ciudad.

**El Sistema Integral de
Calidad Turística mejora
los servicios ofrecidos**

En palabras de la alcaldesa, Susana Marqués, "a través del sello Sicted se reconoce a estos establecimientos por el esfuerzo que están realizando para seguir ofreciendo unos servicios óptimos". Seis de las compañías distinguidas en el 2013 ya ostentan la certificación Q de calidad turística, marca que representa la excelencia en el sector y que poseen los negocios locales adheridos. Ocho nuevas empresas optan ya a ser premiadas con ella durante este ejercicio. ■



15-Nov-2014

ESPACIO: 634 cm2

PORCENTAJE: 69%

PERIODICIDAD: Diario

MODA DE LA PIEL Y DEL CABELLO

Lugar. La cita tendrá lugar de 11.00 a 13.00 horas en el Parador de Soria.

Protagonistas. El 'show beauty' tendrá como grandes protagonistas al maquillador David Francés y a la peluquera Alicia Barón, dos de los grandes artífices de la creación de belleza en la piel y el cabello de las mujeres.

Promotor. Urbiola Formación, una empresa consolidada en el sector de la enseñanza, dedicada a impartir cursos de calidad a empresas.

Destinatarios. Profesionales del sector. Entrada por invitación.



El maquillador David Francés, uno de los mejores de España, en pleno trabajo.

Un 'show beauty' para deslumbrar

El prestigioso maquillador David Francés y la afamada peluquera Alicia Barón ofrecen mañana en el Parador de Soria las nuevas tendencias para los profesionales del sector

SORIA Urbiola Formación, empresa consolidada en el sector de la enseñanza dedicada a impartir cursos de calidad para empresas, trae mañana al Parador de Soria un 'show beauty' al que asistirá el maquillador David Francés y la peluquera Alicia Barón, dos de los 'top' en sus sectores.

Francés es maquillador 'top' de celebrities e innovador de nuevas tendencias. Es el personaje más influyente dentro de la alta sociedad española en tendencias. Es uno de los mejores maquilladores españoles, con más de veinte años de experiencia. Entre sus creaciones se encuentra un cocktail de hialurónico, elastina y antioxidantes que dejan la piel perfecta al instante.

Lumiére-Beauté es su línea de cosmética y pone guapas a muchas mujeres como Rocío Márquez, Clara Courel, Fiona Ferrer, Juana

Acosta o Mar Flores. Es el primer maquillador español que ha creado un suero cosmético propio, diseñado específicamente para dejar la piel luminosa. Entre sus creaciones se encuentra el Serum DF Lumiére-Beauté, a base de hialurónico, elastina y un componente estrella (y secreto) traído de Alemania.

Por su parte, Alicia Barón ha comandado la dirección de peluquería en Cibeles Fashion Week. Durante quince años ha desarrollado su trabajo como peluquera y maquilladora en Barcelona, Bilbao y Madrid, compaginándolo con trabajos como free lance en moda o publicidad.

Actualmente colabora con la Agencia COOL, dirige su propio gabinete de asesoría de imagen y realiza las producciones de moda de más alto nivel. Así mismo, es una gran profesional, muy requerida en el mundo de la novia. Preci-



La peluquera Alicia Barón.

samente, la novia es muy trabajada tanto por Francés como por Barón, auténticas creaciones para uno de los días más felices y con resultados sorprendentes, sobrios, clásicos o atrevidos.

Ha dirigido el Equipo de Peluquería The Brandery, el equipo de peluquería de la Pasarela Cibeles durante tres años, el de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, el de la Pasarela EGO, Woman Secret en Madrid, El Corte Inglés en Vigo, Pepe Jeans, Pronovias o Antimoda. Su experiencia es amplísima en el sector.

URBIOLA

Urbiola lleva a cabo acciones formativas de apoyo para poder mejorar en su trayectoria profesional y personal, como consecuencia de una formación práctica, con el objetivo del certificado Q de calidad.

El 'show beauty' tendrá lugar de 11.00 a 13.00 horas en las citadas instalaciones del Parador de Soria y supondrá una excelente oportunidad para conocer más de cerca el trabajo de dos creadores de la belleza que ocupan lugares de honor dentro del panorama nacional y que ya han tenido la oportunidad de trabajar juntos.



16-Nov-2014

ESPACIO: 543 cm2

PORCENTAJE: 43%

PERIODICIDAD: Diario



La playa de Ris recibió la bandera 'Ecoplayas'. :: SANE

La playa de Ris recibe un nuevo premio a su calidad

El arenal nojeño es galardonado con la bandera 'Ecoplayas' por sus buenas condiciones

:: J. ACEBO NOJA

El arenal nojeño de Ris ha obtenido hace unos días una nueva distinción, la bandera 'Ecoplayas', convirtiéndose así en la única playa cántabra que ha obtenido este reconocimiento en esta edición. De esta forma la bandera 'Ecoplayas' ondeará el próximo verano en las dos playas de Noja, Ris y Trengandín, ya que esta última, que ya tenía esta

distinción, ha conseguido también renovarla.

El acto de entrega de los galardones para las playas nojeñas se celebró el pasado fin de semana en Bilbao, dentro del 'XVI Congreso y Exposición Internacional de Playas', al que acudió el concejal de Medio Ambiente nojeño, Emilio Gándara, como representante de la villa.

En la decisión para otorgar este distintivo, el jurado ha tenido en cuenta la calidad de las aguas de baño y de la arena, su limpieza y frecuencia, la aplicación de sistemas sostenibles en la recogida de basura, mantenimiento y regeneración y el servicio de socorrismo. También las actuaciones llevadas a cabo para la revegetación de gran parte de la zona dunar del arenal, incluidas dentro del Parque Natural de las marismas de Santoña, Victoria y Joyel. Los trabajos supusieron la plantación de especies propias del sistema dunar como el barrón o la grama marina.

También se han valorado otros criterios como estar en posesión de la ISO 14.001 y la bandera 'Q' de Calidad Turística, en el caso de ambas playas, y en concreto de Trengandín (que renueva por segundo año consecutivo) por ser poseedora del sello de Accesibilidad Universal.

La bandera 'Ecoplayas' es un premio que pretende valorar el conjunto de características de los arenales y galardonar a los mejores. La certificación 'Ecoplayas' la concede la Asociación Técnica de Gestión

de Residuos y Medio Ambiente (Atergus), por "el compromiso continuo con la mejora de la calidad en todos los aspectos de sus playas", según registra el acta del jurado. La bandera 'Ecoplayas' distingue también a los arenales desde el punto de vista ambiental, turístico y de sostenibilidad, con el objetivo de difundir sus esfuerzos, innovaciones y logros. Con este galardón se trata de promover la excelencia en el diseño, mantenimiento y en el equipamiento.

Cuatro categorías

La Asociación Técnica de Gestión de Residuos y Medio Ambiente a la hora de entregar los reconocimientos 'Ecoplayas' distingue cuatro categorías. Por un lado las playas costeras, entre las que se encuentran todas las del Cantábrico y Atlántico, Mediterráneo y las de las Islas Canarias; las de interior, formadas principalmente en los márgenes de los ríos, en lagos o embalses; las entidades supramunicipales de cada región española, y las que aspiran a la renovación.

Entre los arenales premiados junto con las playas nojeñas se encuentran otros repartidos por el resto de la geografía española, como las playas de La Coruña, La Antilla y el Pórtil, en Andalucía, o Aguilas y Mazarrón, en Murcia.

Se valoran aspectos como la calidad de las aguas y de la arena, la limpieza y los servicios



Una cliente del Balneario de Archena, durante la aplicación de un tratamiento terapéutico. :: LA VERDAD

Médicos e investigadores debatirán en Archena el futuro del turismo de salud

Más de ocho millones de españoles padecen dolencias reumáticas, de los que solo 300.000 acuden a los balnearios

de FERNANDO PERALS

> fperals@laverdad.es

MURCIA. «Hay mucho por hacer en la búsqueda del cliente de tratamientos médicos», asegura Miguel Lloret, presidente de la sociedad que gestiona el Balneario de Archena, centro que acogerá los días 27 y 28 de noviembre tres mesas redondas –con la participación de médicos e investigadores– para debatir sobre las enfermedades reumáticas y las soluciones que ofrecen los tratamientos termales. La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, junto al consejero de Industria y Turismo, Juan Carlos Ruiz, abrirán las sesiones de trabajo. En España hay ocho millones de ciudadanos que sufren alguna enfermedad reumática, de los que solo 300.000 se han beneficiado de las oportunidades que ofrecen los tratamientos termales.

Además, la reunión servirá para poner en valor la importancia de los balnearios en el sector turístico, ya que la Región ofrece varios espacios

para la salud, como son las instalaciones de Archena, Fortuna y las del Mar Menor, con sus tratamientos con barro. Un nicho que se verá beneficiado con el aumento en el número de mayores en Europa, más de nueve millones en los próximos años.

Este año, el objetivo de las jornadas es crear un foro de trabajo dedicado a la medicina termal bajo el lema 'Balnearios: solución natural al reuma'. Para ello, participarán entre otros, los doctores Juan Carlos San José, de la Sociedad Española de Hidrología Médica; Rosa Mejide, de la Universidad de La Coruña; Francisco Maraver, de la Universidad Complutense; Pedro Guillén, director de la Clínica Cemtro; José Luis García Madrid, jefe del Servicio de Fisioterapia del Balneario de Archena; y Benito Martos Borrego, presidente de la Liga Reumática Española.

Lloret indica que el sector de los balnearios «está bastante parado, hay una caída en la demanda que incluso ha afectado a los beneficiarios del plan del Imsero. Hay que buscar nuevos canales en el mercado extranjero para aumentar nuestra clientela». A pesar de todo, Archena es un referente a nivel nacional en el turismo de salud, ya que sus instalaciones prácticamente están al completo durante los fines de semana y puentes. «El visitante jo-

LO QUE OPINAN

Miguel Lloret
Director del Balneario de Archena

«Hay que buscar nuevos canales en el mercado extranjero para aumentar la clientela de los centros termales»

Miguel Mirones
Presidente de la Asociación Nacional de Balnearios

«Existe una escasa comercialización de los balnearios como producto turístico y somos una gran potencia»



El termalismo curativo se ha estancado en Europa, pero no en España. Los expertos creen que es un segmento para el futuro

ven busca sobre todo el deleite y el bienestar, pero tenemos que ir a por los ciudadanos que necesitan tratamientos para los que tienen dolen-

cias reumáticas», insiste Lloret.

Las mesas de trabajo buscarán la participación activa de los asistentes para analizar de forma conjunta la realidad del sector y aportar soluciones reales. Además, los asistentes disfrutarán de una visita a las instalaciones y de una tarde de ocio en el Espacio Termalium. La prescripción y la investigación en los sistemas de salud de Europa y España, las técnicas y tratamientos complementarios a la medicina termal en el futuro y las oportunidades para captar al cliente que busca los beneficios para su salud en los balnearios, serán algunos de los temas que debatirán los especialistas médicos.

El termalismo curativo se ha estancado en Europa, pero no así en España, lo que para los expertos en 'marketing' se debe aprovechar a través de campañas de las experiencias de los usuarios que ya han estado en los balnearios. Consideran que el turismo de salud será uno de los segmentos que más crezcan en los próximos años.

Para Miguel Mirones, presidente de la Asociación Nacional de Balnearios y del Instituto para la Calidad Turística, «la escasa comercialización en nuestro país como producto turístico, la ausencia de promo-

La Región, referente para los europeos mayores de 55 años

En enero del próximo año, la Región volverá a la Feria Internacional de Turismo (Fitur) para promocionar sus instalaciones termales. El evento se dedicará, en gran parte, a difundir las excelencias de los balnearios murcianos. El pasado año, bajo el lema 'Diviértase, relaciónese, relájese y descanse', Murcia ya estuvo en Fitur. El objetivo es conseguir que en 2015 la Comunidad Autónoma sea un referente en el sector termal y turístico para los viajeros mayores de 55 años. Cartagena, San Javier, Los Alcázares y San Pedro del Pinatar ya firmaron este año un acuerdo con el programa 'Europe Senior Tourism', que consiguió atraer desde su creación a España fuera de temporada alta a más de 120.000 turistas de 16 nacionalidades europeas diferentes.

Operadores de viajes y acuerdos con Austria, Suiza, República Checa, entre otros, lograron llevar a centros de la Región a más de 10.000 turistas procedentes de estos países.

ción y la carencia de una cultura sanitaria en los agentes turísticos son algunos de los factores que frenan su desarrollo». España se sitúa como líder «tanto en salud, con el segundo mayor número de hospitales con máxima acreditación de Europa y más de 100 balnearios, como en turismo, con cifras récord de turistas en el horizonte», remarca Mirones.

Solo el 2% de extranjeros

«El termalismo tiene un reto de futuro después de la adaptación de las instalaciones de los balnearios: el mercado internacional, ya que el 98% de los usuarios son españoles», afirma Mirones, que ve necesario las campañas de promoción para hacer frente a las grandes potencias europeas, Alemania e Italia, donde el Estado paga a sus ciudadanos los tratamientos terapéuticos.

«Los balnearios son el encuentro natural entre el turismo y la salud; España puede beneficiarse del gran potencial que posee, debido a la calidad de sus hospitales, geriátricos y balnearios. Ahí tenemos un gran nicho de cara al futuro», recalca el representante de los empresarios del sector.



16-Nov-2014

ESPACIO: 224 cm2

PORCENTAJE: 24%

PERIODICIDAD: Diario

UN VISTAZO AL TURISMO

El imán de los parques naturales gallegos

● Cristóbal Ramírez

Si se habla de desestacionalizar el turismo —o sea, de no concentrar toda la oferta en Semana Santa y verano— no queda otra que volver la vista a los parques naturales. Y si se habla del ecoturismo como un segmento que reactivará el turismo en general, hay que volver la vista a los parques naturales. En uno y otro caso, esos trozos del territorio actúan como imanes para visitantes con unas características peculiares: les gustan los paisajes abiertos, son amantes de la tranquilidad, suelen armarse de prismáticos para descubrir animales y aceptan un cierto nivel de incomodidad. Súmese a ello que suelen ser personas con un poder adquisitivo medio-alto y se comprenderá por qué Galicia debe

de apostar por reforzar sus parques.

Dejando aparte el de las Illas Atlánticas (es de categoría nacional), el resto muestra unos números más que aceptables. Hay que destacar que una buena parte de los visitantes son escolares, lo cual no tiene gran reflejo en el siempre difícil cálculo de nivel de gasto per capita, pero la otra cara de la moneda es que se está formando a ciudadanos respetuosos con el medio ambiente e interesados en su tierra.

Pero desmenecemos esos números, que se refieren siempre al período de enero a septiembre del año en curso y que indican que el total de visitantes en los parques naturales fue de 31.000, en números redondos, con los extremos en la Serra da Enciña da Lastra —una maravilla a desmano, en el linde ourensano— y en el cada

vez más popular Fragas do Eume (A Coruña). Claro que en cualquier caso hay que multiplicar por una cifra indeterminada esos 31.000, puesto que mucha gente llega a los parques y no pasa por el centro de interpretación (se estima en 303.900 los visitantes reales en Corrubedo), sobre todo los que tienen por costumbre repetir escenario.

El hecho de que las competencias turísticas y las de los parques no estén concentradas en el mismo órgano de gestión política no debería de constituir inconveniente alguno para racionalizar esa oferta. Es decir, para organizar las propias visitas (ya están restringidas en O Invernadeiro todo el año y en Fragas do Eume en temporada alta), para disponer de material de promoción y conocimiento, para promocionar en el



Paraje de gran belleza en las Fragas do Eume (JOSE CASTRO)

exterior y para promover actividades fuera de Semana Santa y verano que atraigan a los ciudadanos (recorridos históricos, botánicos, etc.). Y complementar todo ello con una línea de crédito a entidades privadas pensando en que en los parques o inmediaciones se abran establecimientos hosteleros con gestión ecológica y Q de calidad.

Todo ello hace falta para desestacionalizar, porque en el período analizado se ve que de junio a septiembre las visitas se duplicaron en el Xurés con relación a los cinco

primeros meses del año (1.891 contra 969, sin visitas de aula) y Aloia (1.575 contra 775). Se multiplicaron largamente por tres en el caso de Corrubedo (7.183 y 2.310) e incluso por cuatro en Fragas do Eume (15.601 y 3.865). Son esos los parques de más sabor turístico, mientras en el alejado Lastra los números —sin contar las visitas de aula— se invertían (204 y 334) y sucedía lo mismo en O Invernadeiro, precisamente por el rígido sistema de autorización de permisos para mantener el parque lo más virginal posible (353 y 422).



17-Nov-2014

ESPACIO: 371 cm2

PORCENTAJE: 40%

PERIODICIDAD: Diario



Momento del 'show beauty' organizado ayer en el Parador por Urbiola Formación. DIEGO MAYOR

Las tendencias de peluquería y maquillaje se dan cita en Soria

El Parador acoge un 'show beauty' organizado por Urbiola Formación

SORIA
 Unas 80 profesionales de la peluquería y la estética de Soria se dieron cita ayer en el 'show beauty' organizado por Urbiola Formación al que asistieron el maquillador David Francés y la peluquera Alicia Barón, dos de los 'top' en sus sectores. Urbiola Formación es una empresa consolidada en el sector de la enseñanza, dedicada a impartir cursos de calidad para empresas. Lleva a cabo acciones formativas de apoyo para poder mejorar la trayectoria profesional y personal, como consecuencia de una formación práctica y con el objetivo del certificado Q de calidad.

El 'show beauty' celebrado ayer en el Parador supuso una excelente oportunidad a las profesionales de la peluquería y la estética para conocer más de cerca el trabajo de dos creadores de la belleza que ocupan lugar de honor dentro del panorama nacional.

Durante el acto, las asistentes pudieron conocer las técnicas empleadas por Francés y Barón tanto en peluquería como en maquillaje de los años 20, 50 y también para novias.

Según explicó Óscar Lafuente,

80 profesionales del sector participan en el curso organizado por Urbiola

delegado de Urbiola Formación en Soria, este curso cumple con el compromiso de la empresa «con el empresario y los trabajadores al apoyar, ayudar y formar».

Lafuente señaló que Urbiola ofrece cursos formativos «dependiendo de la demanda» y anunció nuevas actividades para inicios

del próximo año. «Intentamos ayudar en las formaciones que no dan las casas comerciales pero sin vender ningún producto. Lo que pretendemos es ofrecer una formación en la parte que las marcas no atienden», aclaró.

Las asistentes al 'show beauty' pudieron conocer de primera mano el trabajo de David Francés, maquillador de celebrities e innovador de nuevas tendencias. Es el personaje más influyente dentro de la alta sociedad española en tendencias, y uno de los mejores maquilladores españoles, con más de 20 años de experiencia.

Por su parte, Alicia Barón ha comandado la dirección de peluquería en Cibeles Fashion Week. Durante quince años ha desarrollado su trabajo como peluquera y maquilladora en Barcelona, Bilbao y Madrid, compaginándolo con trabajos como free lance en moda o publicidad.



17-Nov-2014

ESPACIO: 807 cm2

PORCENTAJE: 70%

PERIODICIDAD: Diario


SERGIO MUNIESA ALCALDE DE SAGUNTO (PP)

«Hemos salvado muchos match ball en la industria»

Antes de alcalde fue portavoz, concejal de Hacienda, Urbanismo y Deportes, y mano derecha y amigo de Alfredo Castelló, que emigra a las Cortes con mando en plaza. El presidente del PP en Sagunto cita a Churchill: 'No es momento de hombres importantes sino útiles'

I. PÉREZ

IVÁN PÉREZ

Entramos en Sagunto acompañados por la marcha de la dignidad, con la que nos topamos de nuevo en la primera planta del Consistorio. Los iaiolaflautas toman la iniciativa y acceden a la Alcaldía, donde la máxima autoridad de la ciudad -68.000 habitantes- les recibe amablemente. Les explica que se han multiplicado por 18 las ayudas sociales y que el banco de alimentos da de comer a 600 familias; y también que le gustaría no tener que dar cobertura a gente necesitada, simplemente porque preferiría que no estuvieran en esta situación. Le estrechan la mano y le dicen: «seguid así», pese a que en la calle no cesan los gritos de 'sí se puede'. Sergio Muniesa pudo entrar en política tras conocer a Alfredo Castelló, su antecesor, su amigo, y no dejó escapar la ocasión de trabajar para «mejorar y cambiar las cosas». Este «municipalista convencido» es licenciado en Derecho por la Universitat de València, con dos máster. A sus 44 años, toma el testigo de Castelló al frente del gobierno 'popular' de Sagunto, «la mejor ciudad del mundo».

Pregunta.— Lo primero que hizo al saberse alcalde fue tender la alfombra roja a la industria. Insistir en ello, vaya...

Respuesta.— Lo primero que hicimos, cuando llegamos al gobierno y yo era concejal, fue crear la delegación de Empresa, con el fin de modificar la ordenanza para eliminar trabas burocráticas. El 95% de las actividades se pueden instalar con reclamaciones responsables. Llega-

mos a modificar el Plan General de Ordenación Urbana, en aspectos trasnochados, para quitar esas trabas. También eliminamos las tasas de actividad y urbanística, y en el IAE y el ICIO damos bonificaciones, hasta el 95% en el ICIO a cambio de generar empleo estable. La alfombra roja es algo lógico si tenemos en cuenta que la formación industrial está en nuestro ADN. Además de la posición geoestratégica, nuestros polígonos lindan con todos los nudos de comunicación y la Autoridad Portuaria, de la que formamos parte. Hubo un tiempo en que fuimos un monocultivo siderúrgico, un elemento raro en la Comunidad, pero nos hemos adaptado a las necesidades actuales con la cualificación laboral.

P.— Aún así, muchas empresas han cerrado y otras amenazan con irse de Sagunto...

R.— Tener una gran zona industrial está muy bien en época de bonanza, pero en tiempos de crisis somos los primeros en detectarla. Trabajamos codo con codo con los comités y las direcciones de empresa y se han salvado muchas situaciones comprometidas en Pilkington, AGC, Arcelor o Ferrovía. Es cierto que otras empresas, como Galméd, se cerraron, pero no se ha desmantelado. Hemos salvado muchos match ball y trabajamos con los cinco sentidos para mantener y atraer nuevas inversiones. Esto no se ha acabado. Somos la cuarta ciudad en índice de actividad industrial de la Comunidad, a un 5% de Alicante y un 15% de Valencia, y la quinta en actividad económica, muy por en-

cima de Torrent, Benidorm o Paterna.

P.— ¿Teme que aparezca de nuevo el fantasma de Altos Hornos?

R.— Estamos dando los pasos que toca dar, en colaboración con otras administraciones y los agentes económicos y sociales, para mantener el tejido empresarial. Somos industriales, pero el monocultivo no es hoy lo más apropiado. Hemos diversificado la economía con la apuesta por un turismo que durante muchos años no nos hizo falta. Invertimos 20 millones en patrimonio histórico industrial y siete en playas, donde obtuvimos todos los galardones posibles con banderas azules y la 'Q' de calidad. Algo habrá funcionado cuando hay menos paro que al inicio de la legislatura, un 12% menos en industria; un 8,23% menos en servicios y un 28% menos en construcción.

P.— ¿Qué Ayuntamiento hereda?

R.— Uno en el que del programa electoral hemos hecho el programa de gobierno, con la austeridad para recuperar la vitalidad económica y entonces poder invertir en bienestar y políticas de empleo. Así se han reducido los tributos, desde la tasa de basura al IBI, que el próximo año quedará en el 0,636, por debajo de la media nacional, la autonómica y la provincial.

P.— ¿Cuáles han sido esas políticas de empleo?

R.— El plan más ambicioso de la Comunidad Valenciana, que arrancó en 2012 y busca el equilibrio para 2022. Hace dos años los ingresos habían caído en 10 millones de euros y cerramos con siete millones

en negativo. Entre los dos años siguientes hemos tenido un superávit de casi 12 millones. Los ejes fundamentales del Plan de Empleo son la formación; la gestión a través de inversiones para el tejido empresarial de mil contratos a tiempo parcial -el programa Reactiva-; las ayudas a emprendedores y el comercio local, contemplando el relevo generacional; una partida

«Fuimos un monocultivo industrial, un elemento raro en Valencia»

«Los agoreros decían que nos íbamos a la quiebra, pero hay superávit»

de 12 millones para incentivar la contratación de personas desempleadas de Sagunto; y la promoción de nuevos sectores comerciales como Epicentre y Cruce de Caminos. Todas estas líneas se han consensuado con la oposición y el Consejo Económico y Social, y bus-

can, ante todo, un retorno para los vecinos de Sagunto. En ese contexto surgen Format, con oportunidades para gente joven sin experiencia, y Crea Hogar, con la rehabilitación de viviendas -23 en 2013- cedidas después a la gente sin hogar por un alquiler muy bajo.

P.— ¿Cuáles son sus principales retos en esta nueva andadura como alcalde?

R.— Sólo contemplo los seis meses que quedan para finalizar la legislatura. En este tiempo, me gustaría cerrar las inversiones y obras del Plan de Empleo que están en marcha y las no derivadas del mismo, como el museo industrial y el centro de recepción de visitantes.

P.— En el ocaso de una legislatura que nos lleva a los comicios más inciertos de los últimos años, ¿era éste un buen momento para tomar la vara de mando?

R.— Las cosas vienen cuando vienen. No hay mayor orgullo para alguien de Sagunto que ser el alcalde de la mejor ciudad del mundo. Así lo dije en mi investidura, con un discurso de corazón en el que prometí humildad y trabajo, gobernar para todos. Cada listón que saltas es más alto, pero hemos mejorado la ciudad, aunque quedan cosas por hacer. Como decía Churchill, 'no es momento de hombres importantes sino útiles'.

P.— Sagunto es una plaza compleja...

R.— Sí, es un máster en relaciones diplomáticas. Durante siete años y medio, como portavoz del equipo de gobierno, he buscado el consenso con el resto de grupos. Hay más cosas que nos unen que nos separan. Si



17-Nov-2014

ESPACIO: 366 cm2

PORCENTAJE: 32%

PERIODICIDAD: Diario

dejamos al margen las grandes ideas macroeconómicas. Sin ir más lejos, el PSOE, Esquerra Unida e Iniciativa Portaña nos han apoyado en la reducción del IBI.

P.— Ahora que habla de Iniciativa, ¿cómo lleva lo de la segregación?

R.— Siempre hemos sido claros en este asunto y nunca estuvimos a favor del expediente de segregación, algo en lo que otros grupos no han sido tan contundentes. Nos llevamos bien todos, incluida Iniciativa Portaña, y nos esforzamos mucho por llegar a acuerdos. Ellos representan la idea de la segregación y, aunque no la compartimos, sí la respetamos.

P.— ¿Cómo valora el mandato de su antecesor, Alfredo Castelló?

R.— He convivido con tres alcaldes: Silvestre Borrás, Gloria Calero y Alfredo Castelló, que para mí ha sido el mejor que ha tenido Sagunto. Siempre ha demostrado su implicación con la ciudad y ha hecho política con mayúsculas. Cuando uno toma miles de decisiones es normal que se equivoque en alguna, pero creo que ganan por goleada las positivas.

P.— Llegan a muchos acuerdos con la oposición, pero han vuelto a retirar el borrador de presupuestos...

R.— Llevamos el presupuesto prorrogado desde 2009. Desde entonces ningún año se ha aprobado, es de récord Guinness. Pasamos de los 76 millones del último presupuesto en época de bonanza a los 58 millones de este año. Los agoreros decían que nos íbamos a la quiebra, pero los datos son tozudos y tenemos superávit. Desde el inicio de la legislatura intentan ahogar la gestión económica del Ayuntamiento, pero lo cierto es que hemos saneado las cuentas y

recciones de estas empresas, la Generalitat y quien haga falta. A veces, como en el caso de Galmed, tuvimos que dirigirnos al Estado. Tenemos una acción coordinada, una labor de conjunto y presión para demostrar a los responsables de estas firmas que mantener aquí sus empresas es la decisión acertada. Lo de Galmed, que es un poco herencia de Altos Hornos, llama la atención y es duro, pero estamos convencidos de que la industria tiene aquí futuro.

P.— ¿Qué le piden los vecinos?

R.— Las obras del Plan de Empleo son un reflejo de sus inquietudes y peticiones. La mayoría son actuaciones de menos de 200.000 euros en arreglo de farolas, adoquinado de calles o juegos en parques infantiles. Gracias a la aplicación digital de mantenimiento, solucionamos problemas del día a día y otros como la mejora de instalaciones para los más de 30 clubs deportivos que hay en la ciudad.

P.— Pese a todo, gobierna en minoría. ¿Teme que esto se acabe en mayo, sin poder desarrollar todas sus ideas?

R.— El objetivo es trasladar a los ciudadanos que hemos cumplido lo prometido, para que puedan comparar con otras soluciones conocidas, como las del tripartito que, en la mejor época, no fue bien. Si pensara en la posibilidad de perder, dedicaría esfuerzos a lo que no debo y descuidaría lo que importa, que es mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. En el PP somos previsibles y con sentido común.

P.— No es el mejor momento para sacar pecho, con la que está cayendo con los casos de corrupción...

R.— El primer indignado soy yo. Aquí somos 25 concejales, nueve del

«Esos que dicen ser políticos y delinquen no representan a los 70.000 ediles del PP en toda España; soy el primer indignado en estos casos»

puesto en marcha políticas activas para los ciudadanos.

P.— ¿Qué pide para resolver los problemas de comunicación del Puerto de Sagunto?

R.— En el Fórum Europa ya dije que con unas mínimas inversiones se podría multiplicar la productividad de la Comunidad Valenciana, en general. Los ejes ferroviarios son clave. El Corredor nos pasaría por delante, pero lo que pedimos para Sagunto es la mejora del eje entre Zaragoza y nuestro puerto, que con una inversión de 40 millones supone el 3% del coste del tercer carril del Corredor, y tendría una efectividad inmediata. Después está la conexión sur ferroviaria con el puerto comercial, de la que ya tenemos declaración de impacto ambiental y habrá proyecto constructivo a principios de 2015. Es vital para la industria, así como los trenes de cercanías.

P.— Una industria que, perdón que insista, en muchos casos está pensando en abandonar Sagunto...

R.— Vuelvo a lo mismo. Trabajamos de la mano de los comités y di-

PP, y todos echamos el resto para trabajar por Sagunto, quitándole horas a la familia. Me indignan esos que dicen ser políticos y delinquen. Esos casos no representan a los 70.000 ediles del partido en España. Esos no son políticos.

P.— ¿Qué pueden hacer el resto para cambiar esa imagen?

R.— Trabajamos día a día, hablamos con los vecinos y nos conocen. Nos ven a todos cada día.

P.— Decía antes que habían diversificado su economía. Ahora que la industria cojea, ¿están recuperando patrimonio cultural?

R.— Hemos puesto en valor las calles del casco histórico y musealizado zonas como la *Vía del Pórtic* y la casa romana del *Domus dels peixos*, además de la zona verde con un parque arqueológico en pleno centro. Se ha rehabilitado un alto horno para el museo industrial y en el del Mediterráneo hemos hecho un centro administrativo. Complementamos las señas de identidad del castillo y el teatro romano con una inversión de 20 millones de euros en patrimonio histórico.



REUNIÓN DEL CONSEJO DE GOBIERNO

Andalucía diseña una nueva estrategia para fortalecer su posición turística

Aprobado el plan de calidad 2014-2020, dotado con 20 millones, para mejorar en excelencia

Ferias y congresos contarán con un programa para situar la comunidad como líder en el segmento

EFE
cordoba1@elperiodico.es
SEVILLA

El Consejo de Gobierno andaluz dio ayer luz verde al Plan de Calidad Turística 2014-2020, que con un presupuesto de 20 millones de euros pretende impulsar un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en la calidad, la accesibilidad y la sostenibilidad. El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, informó que el objetivo de este plan es que el turista encuentre en Andalucía "un destino excelente en la prestación de servicios, la calidad de los productos, la atención y el trato".

El Consejo de Gobierno aprobó también el Plan Director de Ferias y Congresos 2014-2016, a iniciativa del sector, con el fin de darle "mayor rentabilidad" a las 570 instalaciones receptoras de reuniones existentes en Andalucía, mediante la creación de la marca *Andalucía Congresos*.

El tercer Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020, que tiene como fin reforzar la competitividad de la comunidad como "destino líder", incluye medidas para la implantación de buenas prácticas en la gestión de los servicios y de nuevas tecnologías en la gestión empresarial; la protección del viajero; la mejora del empleo en el sector y el impulso de modalidades de turismo desestacionalizadas y respetuosas con el medio ambiente. El documento consta de tres líneas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.



►► Rafael Rodríguez, consejero de Turismo y Comercio, ayer.

El consejero, que recaló que no es un plan "fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector", incidió en la puesta en marcha de un "sistema protector" para el turista basado en un proceso de arbitraje y mediación "ágil" que resuelva en un "plazo corto" las quejas de los visitantes.

Sobre la mejora del empleo en el sector, Rodríguez reiteró que los puestos de trabajo que se están creando no son "de la calidad, la

formación y estabilidad que el sector necesita". "Para una persona de Izquierda Unida como yo, el trabajo estable y de calidad es una cuestión de justicia social, pero en este sector, además, es imprescindible para que un negocio turístico sea rentable y competitivo a medio y largo plazo", remachó.

Una de las prioridades de la nueva estrategia turística es el impulso a las certificaciones de calidad del sector, que acumula

El decreto de viviendas de uso para el turismo se aprobará en enero

►► El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, anunció ayer que el decreto que regulará las viviendas de uso turístico en Andalucía está "muy avanzado" y que espera que sea aprobado en enero por el Consejo de Gobierno. En la conferencia de prensa posterior a la reunión del consejo, Rodríguez respondió de esta forma al ser preguntado sobre las actuaciones previstas por su departamento para que "aflore la economía sumergida" derivada del uso turístico de determinadas viviendas. Según el consejero, dicho decreto será "un instrumento importante para que aflore gran parte de la actividad turística que en este momento se realiza de forma sumergida, en negro".

ve" por su efecto desestacionalizador y su capacidad de generar empleo. El plan incorpora un diagnóstico de las debilidades y fortalezas de la región en este ámbito, destacando entre las primeras la excesiva competencia entre destinos, las actuaciones independientes de los agentes del sector, la falta de aprovechamiento de las nuevas tecnologías y de un sistema unificado de recogida de datos.

TURISMO DE CONGRESOS // A partir de este análisis, se establecen nueve programas y 29 medidas en torno a tres áreas para aumentar la competitividad del sector: calidad e innovación; desarrollo socioeconómico, y promoción y comercialización.

El turismo de congresos se considera estratégico por su capacidad para luchar contra la estacionalidad; su contribución a la diversificación de la oferta; su efecto dinamizador y multiplicador de visitantes, y sus posibilidades de generar sinergias con el comercio y con otras actividades.

Esta tipología turística atrae a la comunidad a más de 600.000 visitantes cada año y aporta unos ingresos de 282 millones. Se trata de viajeros con un mayor nivel de gasto medio diario en relación con el resto (más de 173 euros) y que presentan una estancia media de 2,7 días, también superior al resto de turistas.

Andalucía dispone de 344.000 plazas en 569 establecimientos con instalaciones destinadas a ferias, congresos y reuniones (443 salas en hoteles, 17 palacios de congresos y 109 espacios singulares). ■

un total de 1.894, entre ellas la marca Q de Calidad Turística, las banderas azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible y la marca Parque Natural de Andalucía. Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 (el 36% del total), seguida de Sevilla, con 310 (15%), y Cádiz, con 274 (14%).

Por su parte, el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones se propone situar la comunidad como líder en este segmento "cla-

TURISMO

Andalucía invertirá 20 millones en impulsar un nuevo modelo turístico



El consejero de Turismo, ayer, tras el Consejo de Gobierno.

● El Consejo de Gobierno da luz verde al Plan de Calidad Turística 2014/2020 que fomentará la accesibilidad y la sostenibilidad en el destino

R. E. SEVILLA

El Consejo de Gobierno andaluz dio luz verde al Plan de Calidad Turística 2014/2020, que con un presupuesto de 20 millones de euros pretende impulsar un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en la calidad, la accesibilidad y la sostenibilidad.

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, infor-

mó en la rueda de prensa posterior al Consejo de Gobierno que el objetivo de este plan es que el turista encuentre en Andalucía "un destino excelente en la prestación de servicios, la calidad de los productos, la atención y el trato".

El Consejo de Gobierno aprobó también el Plan Director de Ferias y Congresos 2014/2016, a iniciativa del sector, con el fin de darle "mayor rentabilidad" a las

570 instalaciones receptoras de reuniones existentes en Andalucía, mediante la creación de la marca *Andalucía Congresos*.

El Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014/2020, que tiene como fin reforzar la competitividad de la comunidad como "destino líder", incluye medidas para la implantación de buenas prácticas en la gestión de los servicios y de nuevas tecnologías en la gestión empresarial; la protección del viajero; la mejora del empleo en el sector y el impulso de modalidades de turismo de temporada y respetuosas con el medio ambiente.

El documento consta de tres lí-

neas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

El consejero, que recalco que no es un plan "fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector", destacó en la puesta en marcha de un "sistema protector" para el turista basado en un proceso de arbitraje y mediación "ágil" que resuelva en un "plazo corto" las quejas de los visitantes.

Sobre la mejora del empleo en el sector, Rodríguez reiteró ayer que los puestos de trabajo que se están creando no son "de la calidad, la formación y estabilidad que el sector necesita".

"Para una persona de Izquierda Unida como yo, el trabajo estable y de calidad es una cuestión de justicia social, pero en este sector, además, es imprescindible para que un negocio turístico sea rentable y competitivo a medio y largo plazo", apostilló.

A su juicio, la reforma laboral "impuesta" por el PP "incita a la precariedad, la baja formación y la inestabilidad", por lo que pidió a los empresarios que "no caigan en la trampa del PP, en la trampa de la reforma laboral", ya que, según dijo, "beneficios contables a corto plazo suponen perjuicios seguros a medio y largo plazo".

Una de las prioridades de la nueva estrategia turística es el impulso a las certificaciones de calidad del sector, que acumula un total de 1.894, entre ellas la marca Q de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 (el 36,1% del total), seguida de Sevilla, con 310 (15,4%), y Cádiz, con 274 (14,4%).

Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras.

Por su parte, el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones se propone situar a la comunidad como líder en este segmento "clave" por su efecto desestacionalizador y su capacidad de generar empleo.

El plan incorpora un diagnóstico de las debilidades y fortalezas de la región en este ámbito, destacando entre las primeras la excesiva competencia entre destinos, las actuaciones independientes de los agentes del sector, la falta de aprovechamiento de las nuevas tecnologías y de un sistema unificado de recogida de datos.

La Junta presenta en la Eibtm la oferta regional de reuniones a compradores internacionales

EP MÁLAGA

La Consejería de Turismo y Comercio participa desde ayer hasta mañana en la Eibtm de Barcelona, uno de las principales citas del segmento de congresos y reuniones de cuantos se celebran en Europa y en el que se mostrará la oferta de Andalucía para acoger estos encuentros a los

principales compradores internacionales especializados.

Según indica la Consejería, la delegación andaluza dispondrá de un expositor propio para mostrar las posibilidades del destino durante esta feria, que prevé reunir a cerca de 15.000 profesionales de todo el mundo de diversos sectores de la industria de las convenciones, eventos y viajes

de negocio. Los técnicos de la Junta estarán acompañados por representantes de alrededor de 70 empresas del sector turístico andaluz, entre organizadores de congresos, agencias, hoteles, patronatos, convention bureaux, entre otros. Así, estos profesionales prevén mantener durante el evento alrededor de 2.000 contactos comerciales.

También se desarrollará un encuentro de trabajo en el que se presentará la oferta del segmento a unos 80 compradores internacionales, quienes podrán conocer en mayor profundidad las posibilidades del destino para la organización de congresos y reuniones, además de contactar directamente con los representantes de la oferta andaluza.

Esta tipología turística atrae a la comunidad a más de 600.000 visitantes cada año y aporta unos ingresos de 282 millones de euros. Son viajeros con un mayor nivel de gasto medio diario en relación con el resto (más de 173 euros) y que presentan una estancia media de 2,7 días, también superior al resto de turistas. Andalucía dispone de 344.000 plazas en 569 establecimientos con instalaciones destinadas a ferias, congresos y reuniones (443 salas en hoteles, 17 palacios de congresos y 109 espacios singulares).



19-Nov-2014

ESPACIO: 844 cm2

PORCENTAJE: 69%

PERIODICIDAD: Diario

Andalucía invertirá 20 millones en impulsar un nuevo modelo turístico



El consejero de Turismo, ayer, tras el Consejo de Gobierno.

● El Consejo de Gobierno da luz verde al Plan de Calidad Turística 2014/2020 que fomentará la accesibilidad y la sostenibilidad en el destino

R. E. SEVILLA

El Consejo de Gobierno andaluz dio luz verde al Plan de Calidad Turística 2014/2020, que con un presupuesto de 20 millones de euros pretende impulsar un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en la calidad, la accesibilidad y la sostenibilidad.

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, informó

mo en la rueda de prensa posterior al Consejo de Gobierno que el objetivo de este plan es que el turista encuentre en Andalucía "un destino excelente en la prestación de servicios, la calidad de los productos, la atención y el trato".

El Consejo de Gobierno aprobó también el Plan Director de Ferias y Congresos 2014/2016, a iniciativa del sector, con el fin de darle "mayor rentabilidad" a las

570 instalaciones receptoras de reuniones existentes en Andalucía, mediante la creación de la marca *Andalucía Congresos*.

El Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014/2020, que tiene como fin reforzar la competitividad de la comunidad como "destino líder", incluye medidas para la implantación de buenas prácticas en la gestión de los servicios y de nuevas tecnologías en la gestión empresarial; la protección del viajero; la mejora del empleo en el sector y el impulso de modalidades de turismo de temporada y respetuosas con el medio ambiente.

El documento consta de tres lí-

neas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

El consejero, que recaló que no es un plan "fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector", destacó en la puesta en marcha de un "sistema protector" para el turista basado en un proceso de arbitraje y mediación "ágil" que resuelva en un "plazo corto" las quejas de los visitantes.

Sobre la mejora del empleo en el sector, Rodríguez reiteró ayer que los puestos de trabajo que se están creando no son "de la calidad, la formación y estabilidad que el sector necesita".

"Para una persona de Izquierda Unida como yo, el trabajo estable y de calidad es una cuestión de justicia social, pero en este sector, además, es imprescindible para que un negocio turístico sea rentable y competitivo a medio y largo plazo", apostilló.

A su juicio, la reforma laboral "impuesta" por el PP "incita a la precariedad, la baja formación y la inestabilidad", por lo que pidió a los empresarios que "no caigan en la trampa del PP, en la trampa de la reforma laboral", ya que, según dijo, "beneficios contables a corto plazo suponen perjuicios seguros a medio y largo plazo".

Una de las prioridades de la nueva estrategia turística es el impulso a las certificaciones de calidad del sector, que acumula un total de 1.894, entre ellas la marca Q de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 (el 36,1% del total), seguida de Sevilla, con 310 (15,4%), y Cádiz, con 274 (14,4%).

Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras.

Por su parte, el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones se propone situar a la comunidad como líder en este segmento "clave" por su efecto desestacionalizador y su capacidad de generar empleo.

El plan incorpora un diagnóstico de las debilidades y fortalezas de la región en este ámbito, destacando entre las primeras la excesiva competencia entre destinos, las actuaciones independientes de los agentes del sector, la falta de aprovechamiento de las nuevas tecnologías y de un sistema unificado de recogida de datos.

La Junta presenta en la Eibtm la oferta regional de reuniones a compradores internacionales

EP MÁLAGA

La Consejería de Turismo y Comercio participa desde ayer hasta mañana en la Eibtm de Barcelona, uno de los principales citas del segmento de congresos y reuniones de cuantos se celebran en Europa y en el que se mostrará la oferta de Andalucía para acoger estos encuentros a los

principales compradores internacionales especializados.

Según indica la Consejería, la delegación andaluza dispondrá de un expositor propio para mostrar las posibilidades del destino durante esta feria, que prevé reunir a cerca de 15.000 profesionales de todo el mundo de diversos sectores de la industria de las convenciones, eventos y viajes

de negocio. Los técnicos de la Junta estarán acompañados por representantes de alrededor de 70 empresas del sector turístico andaluz, entre organizadores de congresos, agencias, hoteles, patronatos, convention bureaux, entre otros. Así, estos profesionales prevén mantener durante el evento alrededor de 2.000 contactos comerciales.

También se desarrollará un encuentro de trabajo en el que se presentará la oferta del segmento a unos 80 compradores internacionales, quienes podrán conocer en mayor profundidad las posibilidades del destino para la organización de congresos y reuniones, además de contactar directamente con los representantes de la oferta andaluza.

Esta tipología turística atrae a la comunidad a más de 600.000 visitantes cada año y aporta unos ingresos de 282 millones de euros. Son viajeros con un mayor nivel de gasto medio diario en relación con el resto (más de 173 euros) y que presentan una estancia media de 2,7 días, también superior al resto de turistas. Andalucía dispone de 344.000 plazas en 569 establecimientos con instalaciones destinadas a ferias, congresos y reuniones (443 salas en hoteles, 17 palacios de congresos y 109 espacios singulares).



19-Nov-2014

ESPACIO: 884 cm2

PORCENTAJE: 97%

PERIODICIDAD: Diario

TURISMO

Andalucía invertirá 20 millones en impulsar un nuevo modelo turístico



El consejero de Turismo, ayer, tras el Consejo de Gobierno.

● El Consejo de Gobierno da luz verde al Plan de Calidad Turística 2014/2020 que fomentará la accesibilidad y la sostenibilidad en el destino

R. E. SEVILLA

El Consejo de Gobierno andaluz dio luz verde al Plan de Calidad Turística 2014/2020, que con un presupuesto de 20 millones de euros pretende impulsar un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en la calidad, la accesibilidad y la sostenibilidad.

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, informó

en la rueda de prensa posterior al Consejo de Gobierno que el objetivo de este plan es que el turista encuentre en Andalucía "un destino excelente en la prestación de servicios, la calidad de los productos, la atención y el trato".

El Consejo de Gobierno aprobó también el Plan Director de Ferias y Congresos 2014/2016, a iniciativa del sector, con el fin de darle "mayor rentabilidad" a las

570 instalaciones receptoras de reuniones existentes en Andalucía, mediante la creación de la marca *Andalucía Congresos*.

El Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014/2020, que tiene como fin reforzar la competitividad de la comunidad como "destino líder", incluye medidas para la implantación de buenas prácticas en la gestión de los servicios y de nuevas tecnologías en la gestión empresarial; la protección del viajero; la mejora del empleo en el sector y el impulso de modalidades de turismo de sostenibilización y respetuosas con el medio ambiente.

El documento consta de tres lí-

neas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

El consejero, que recaló que no es un plan "fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector", destacó en la puesta en marcha de un "sistema protector" para el turista basado en un proceso de arbitraje y mediación "ágil" que resuelva en un "plazo corto" las quejas de los visitantes.

Sobre la mejora del empleo en el sector, Rodríguez reiteró ayer que los puestos de trabajo que se están creando no son "de la calidad, la formación y estabilidad que el sector necesita".

"Para una persona de Izquierda Unida como yo, el trabajo estable y de calidad es una cuestión de justicia social, pero en este sector, además, es imprescindible para que un negocio turístico sea rentable y competitivo a medio y largo plazo", apostilló.

A su juicio, la reforma laboral "impuesta" por el PP "incita a la precariedad, la baja formación y la inestabilidad", por lo que pidió a los empresarios que "no caigan en la trampa del PP, en la trampa de la reforma laboral", ya que, según dijo, "beneficios contables a corto plazo suponen perjuicios seguros a medio y largo plazo".

Una de las prioridades de la nueva estrategia turística es el impulso a las certificaciones de calidad del sector, que acumula un total de 1.894, entre ellas la marca Q de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 (el 36,1% del total), seguida de Sevilla, con 310 (15,4%), y Cádiz, con 274 (14,4%).

Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras.

Por su parte, el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones se propone situar a la comunidad como líder en este segmento "clave" por su efecto desestacionalizador y su capacidad de generar empleo.

El plan incorpora un diagnóstico de las debilidades y fortalezas de la región en este ámbito, destacando entre las primeras la excesiva competencia entre destinos, las actuaciones independientes de los agentes del sector, la falta de aprovechamiento de las nuevas tecnologías y de un sistema unificado de recogida de datos.

La Junta presenta en la Eibtm la oferta regional de reuniones a compradores internacionales

EP MÁLAGA

La Consejería de Turismo y Comercio participa desde ayer hasta mañana en la Eibtm de Barcelona, uno de las principales citas del segmento de congresos y reuniones de cuantos se celebran en Europa y en el que se mostrará la oferta de Andalucía para acoger estos encuentros a los

principales compradores internacionales especializados.

Según indica la Consejería, la delegación andaluza dispondrá de un expositor propio para mostrar las posibilidades del destino durante esta feria, que prevé reunir a cerca de 15.000 profesionales de todo el mundo de diversos sectores de la industria de las convenciones, eventos y viajes

de negocio. Los técnicos de la Junta estarán acompañados por representantes de alrededor de 70 empresas del sector turístico andaluz, entre organizadores de congresos, agencias, hoteles, patronatos, convention bureaux, entre otros. Así, estos profesionales prevén mantener durante el evento alrededor de 2.000 contactos comerciales.

También se desarrollará un encuentro de trabajo en el que se presentará la oferta del segmento a unos 80 compradores internacionales, quienes podrán conocer en mayor profundidad las posibilidades del destino para la organización de congresos y reuniones, además de contactar directamente con los representantes de la oferta andaluza.

Esta tipología turística atrae a la comunidad a más de 600.000 visitantes cada año y aporta unos ingresos de 282 millones de euros. Son viajeros con un mayor nivel de gasto medio diario en relación con el resto (más de 173 euros) y que presentan una estancia media de 2,7 días, también superior al resto de turistas. Andalucía dispone de 344.000 plazas en 569 establecimientos con instalaciones destinadas a ferias, congresos y reuniones (443 salas en hoteles, 17 palacios de congresos y 109 espacios singulares).



19-Nov-2014

ESPACIO: 915 cm2

PORCENTAJE: 101%

PERIODICIDAD: Diario

TURISMO

Andalucía invertirá 20 millones en impulsar un nuevo modelo turístico



El consejero de Turismo, ayer, tras el Consejo de Gobierno.

● El Consejo de Gobierno da luz verde al Plan de Calidad Turística 2014/2020 que fomentará la accesibilidad y la sostenibilidad en el destino

R. E. SEVILLA

El Consejo de Gobierno andaluz dio luz verde al Plan de Calidad Turística 2014/2020, que con un presupuesto de 20 millones de euros pretende impulsar un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en la calidad, la accesibilidad y la sostenibilidad.

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, infor-

mó en la rueda de prensa posterior al Consejo de Gobierno que el objetivo de este plan es que el turista encuentre en Andalucía "un destino excelente en la prestación de servicios, la calidad de los productos, la atención y el trato".

El Consejo de Gobierno aprobó también el Plan Director de Ferias y Congresos 2014/2016, a iniciativa del sector, con el fin de darle "mayor rentabilidad" a las

570 instalaciones receptoras de reuniones existentes en Andalucía, mediante la creación de la marca *Andalucía Congresos*.

El Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014/2020, que tiene como fin reforzar la competitividad de la comunidad como "destino líder", incluye medidas para la implantación de buenas prácticas en la gestión de los servicios y de nuevas tecnologías en la gestión empresarial; la protección del viajero; la mejora del empleo en el sector y el impulso de modalidades de turismo de temporada y respetuosas con el medio ambiente.

El documento consta de tres lí-

neas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

El consejero, que recalca que no es un plan "fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector", destacó en la puesta en marcha de un "sistema protector" para el turista basado en un proceso de arbitraje y mediación "ágil" que resuelva en un "plazo corto" las quejas de los visitantes.

Sobre la mejora del empleo en el sector, Rodríguez reiteró ayer que los puestos de trabajo que se están creando no son "de la calidad, la formación y estabilidad que el sector necesita".

"Para una persona de Izquierda Unida como yo, el trabajo estable y de calidad es una cuestión de justicia social, pero en este sector, además, es imprescindible para que un negocio turístico sea rentable y competitivo a medio y largo plazo", apostilló.

A su juicio, la reforma laboral "impuesta" por el PP "incita a la precariedad, la baja formación y la inestabilidad", por lo que pidió a los empresarios que "no caigan en la trampa del PP, en la trampa de la reforma laboral", ya que, según dijo, "beneficios contables a corto plazo suponen perjuicios seguros a medio y largo plazo".

Una de las prioridades de la nueva estrategia turística es el impulso a las certificaciones de calidad del sector, que acumula un total de 1.894, entre ellas la marca Q de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 (el 36,1% del total), seguida de Sevilla, con 310 (15,4%), y Cádiz, con 274 (14,4%).

Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras.

Por su parte, el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones se propone situar a la comunidad como líder en este segmento "clave" por su efecto desestacionalizador y su capacidad de generar empleo.

El plan incorpora un diagnóstico de las debilidades y fortalezas de la región en este ámbito, destacando entre las primeras la excesiva competencia entre destinos, las actuaciones independientes de los agentes del sector, la falta de aprovechamiento de las nuevas tecnologías y de un sistema unificado de recogida de datos.

La Junta presenta en la Eibtm la oferta regional de reuniones a compradores internacionales

EP MÁLAGA

La Consejería de Turismo y Comercio participa desde ayer hasta mañana en la Eibtm de Barcelona, uno de las principales citas del segmento de congresos y reuniones de cuantos se celebran en Europa y en el que se mostrará la oferta de Andalucía para acoger estos encuentros a los

principales compradores internacionales especializados.

Según indica la Consejería, la delegación andaluza dispondrá de un expositor propio para mostrar las posibilidades del destino durante esta feria, que prevé reunir a cerca de 15.000 profesionales de todo el mundo de diversos sectores de la industria de las convenciones, eventos y viajes

de negocio. Los técnicos de la Junta estarán acompañados por representantes de alrededor de 70 empresas del sector turístico andaluz, entre organizadores de congresos, agencias, hoteles, patronatos, convention bureaux, entre otros. Así, estos profesionales prevén mantener durante el evento alrededor de 2.000 contactos comerciales.

También se desarrollará un encuentro de trabajo en el que se presentará la oferta del segmento a unos 80 compradores internacionales, quienes podrán conocer en mayor profundidad las posibilidades del destino para la organización de congresos y reuniones, además de contactar directamente con los representantes de la oferta andaluza.

Esta tipología turística atrae a la comunidad a más de 600.000 visitantes cada año y aporta unos ingresos de 282 millones de euros. Son viajeros con un mayor nivel de gasto medio diario en relación con el resto (más de 173 euros) y que presentan una estancia media de 2,7 días, también superior al resto de turistas. Andalucía dispone de 344.000 plazas en 569 establecimientos con instalaciones destinadas a ferias, congresos y reuniones (443 salas en hoteles, 17 palacios de congresos y 109 espacios singulares).

La Junta aprobará en enero el decreto que regulará las viviendas turísticas

Rafael Rodríguez informa al Consejo de Gobierno andaluz del nuevo Plan de Calidad, que superó el trámite para competir en excelencia y sostenibilidad

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. No era el asunto a tratar, pero sí uno de los que suscita mayor interés. El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, informó ayer al Consejo de Gobierno andaluz del III Plan de Calidad, un proyecto que superó el trámite y será aprobado próximamente. Sin embargo, en esta comparecencia, Rodríguez abordó otras cuestiones y entre ellas la de cuándo verá la luz la que es la primera normativa que regulará en Andalucía el uso de las viviendas turísticas, una regulación que los hoteleros exigen para poner coto a la oferta de alojamiento ilegal y los propietarios de inmuebles en alquiler esperan para evitar sanciones y saber a qué acogerse.

El consejero anunció ayer que el decreto que regulará las viviendas de uso turístico en Andalucía está «muy avanzado» y que espera que sea aprobado en enero por el Consejo de Gobierno. En la conferencia de prensa, Rodríguez respondió así al ser cuestionado sobre las actuaciones previstas por su departamento para que «afllore la economía sumergida» derivada del uso turístico de determinadas viviendas. «El decreto va a ser un instrumento importante para que aflore gran parte de la actividad turística que en este momento se realiza de forma sumergida, en negro», dijo. Además, explicó: «se trata de que aflore, fiscal y laboralmente esta situación para evitar la competencia desleal y el daño que ese tipo de actividad supone para los empresarios», señaló. La normativa contempla una serie de requisitos para quienes alquilan un inmueble a viajeros por noches o por semanas al amparo de plataformas en auge que sirven de intermediarios entre el particular y el turista. La exigencia clave es que estas viviendas estén inscritas en el Registro de Turismo de Andalucía.

Competir con calidad

El Consejo de Gobierno andaluz conoció ayer el nuevo proyecto de calidad turística, que contempla medidas para que el destino siga siendo competitivo. El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, informó de la próxima aprobación de una orden para la puesta en marcha del III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020. «Esta iniciativa tiene como fin reforzar la competitividad de la comunidad como destino líder a través de un nuevo modelo de desarrollo basado en criterios de excelencia, sostenibilidad y accesibilidad», señaló.

El documento, que ha sido consensuado con los agentes socioeco-



La normativa establecerá los requisitos de los inmuebles para ser alquilados con uso turístico. :: IDEAL

nómicos que forman parte de la Mesa del Turismo, consta de tres líneas estratégicas, centradas en la excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo, así como nueve programas específicos.

Rodríguez insistió en que la región parte de una situación privilegiada al contar ya con un total de 1.894 certificaciones de calidad, entre ellas las normas ISO 14001 e ISO 9001, la marca 'Q' de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible, el Compromiso de Calidad Turística Sicted, la Etiqueta Doñana 21 y Marca Parque Natural de Andalucía.

LOS DATOS

► **Certificaciones de calidad.** El sector turístico andaluz cuenta con 1.894, entre ellas las normas ISO 14001 e ISO 9001, la marca 'Q' de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible o el Compromiso de Calidad Turística Sicted.

► **Provincias.** Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 en 2013, es decir, el 36,1% del total.

«Una de las prioridades de la nueva estrategia es el impulso a las certificaciones de calidad para las empresas, espacios y destinos», dijo el consejero.

También se analizó el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones 2014-2016, que ya recibió el visto bueno de la Consejería, y con el que prevé situar a la Comunidad a la cabeza de este segmento clave por su efecto desestacionalizador y su capacidad de generación de empleo. Este sector mueve cada año a más de 600.000 visitantes y genera unos ingresos superiores a los 282 millones de euros.

El ministro insta a acometer una regulación lo más homogénea posible

:: EFE

MADRID. La regulación de las viviendas turísticas también ha sido un tema central del Consejo Español de Turismo, que se reunió ayer. Aprovechando que a esta reunión asisten representantes de todas las comunidades autónomas, el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, les planteó la necesidad de intentar «hacer un gran esfuerzo de coordinación», para regular «de una manera lo más homogénea posible» el alquiler de viviendas particulares para uso turístico. Antes de la cita anual del Consejo Español de Turismo, explicó a los periodistas que el alquiler de viviendas particulares para uso turístico es una cuestión de «enorme interés» para el sector.

Con este planteamiento, el Go-

bierno persigue dos grandes objetivos que se refieren, por un lado, a que no haya competencia desleal para los establecimientos hoteleros, y, por otro, que se salvaguarde lo que son todas las condiciones de seguridad y de garantía para los turistas que son recibidos en este tipo de vivienda.

Soria destacó que, por tanto, de lo que se trata es permitir el alquiler de viviendas particulares para

uso turístico, pero siempre salvaguardando que se haga de acuerdo y respeto a los principios de la competencia.

En este sentido, recordó que, en el caso de España, en 2013 se produjo un cambio en la ley de arrendamientos urbanos del año 1964, de tal forma que se permite esa actividad y se remite su regulación a la regulación sectorial por parte de cada comunidad autónoma.

El ministro también destacó que el Gobierno prevé acabar el año con un récord de 63 millones de turistas, lo que supone un incremento del 3,9% y 2,4 millones de viajeros más que los recibidos en 2013. Estas cifras colocarán a España como potencia mundial. En 2013 solo fue superada por Francia y EE UU. El turismo es el gran motor de la economía.

Soria considera que este asunto es de «enorme interés» para el sector



19-Nov-2014

ESPACIO: 603 cm2

PORCENTAJE: 52%

PERIODICIDAD: Diario

Turismo destina 20 millones al plan de calidad que estará vigente hasta 2020

► El documento busca reforzar la competitividad turística de Andalucía como destino líder basándose en la sostenibilidad

EFE SEVILLA

El Consejo de Gobierno andaluz dio luz verde ayer al Plan de Calidad Turística 2014-2020, que con un presupuesto de 20 millones de euros pretende impulsar un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en la calidad, la accesibilidad y la sostenibilidad. El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, informó ayer de que el objetivo de este plan es que el turista encuentre en Andalucía «un destino excelente en la prestación de servicios, la calidad de los productos, la atención y el trato».

El III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020, que tiene como fin reforzar la competitividad de la comunidad como «destino líder», incluye medidas para la implantación de buenas prácticas en la gestión de los servicios y de nuevas tecnologías en la gestión empresarial; la protección del viajero; la mejora del empleo en el sector y el impulso de modalidades de turismo desestacionalizadas y respetuosas con el medio ambiente. El documento consta de tres líneas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

El consejero, que recaló que no es un plan «fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector», incidió en la puesta en marcha de un «sistema protector» para el turista basado en un proceso de arbitraje y mediación «ágil» que resuelva en un «plazo corto» las quejas de los visitantes.

Sobre la mejora del empleo en el sector, Rodríguez reiteró ayer que los puestos de trabajo que se están creando no son «de la calidad, la

LAS CLAVES

CONGRESOS

Atrae a más de 600.000 visitantes cada año

► El turismo de congresos atrae a la comunidad a más de 600.000 visitantes cada año y aporta unos ingresos de 282 millones de euros. Se trata de viajeros con un mayor nivel de gasto medio diario en relación con el resto (más de 173 euros) y que presentan una estancia media de 2,7 días, también superior a la de los demás turistas.

BALANCE

El turismo representa el 13% del PIB de la comunidad

► El sector turístico representa en torno al 13% del PIB regional. Durante el pasado año, Andalucía recibió a 21,6 millones de turistas.

formación y estabilidad que el sector necesita».

«Para una persona de Izquierda Unida (IU) como yo, el trabajo estable y de calidad es una cuestión de justicia social, pero en este sector, además, es imprescindible para que un negocio turístico sea rentable y competitivo a medio y largo plazo», remarcó.

A su juicio, la reforma laboral «impuesta» por el PP «incita a la precariedad, la baja formación y la inestabilidad», por lo que pidió a los empresarios que «no caigan en la trampa del PP, en la trampa de la reforma laboral», ya que «beneficios contables a corto plazo suponen perjuicios seguros a medio y largo plazo», dijo.

Una de las prioridades de la



El consejero Rafael Rodríguez explicó ayer el nuevo plan de calidad turística. E. P.

nueva estrategia turística es el impulso a las certificaciones de calidad del sector, que acumula un total de 1.894, entre ellas la marca Q de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 (el 36,1% del total), seguida de Sevilla, con 310 (15,4%), y Cádiz, con 274 (14,4%).

Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras.

Por su parte, el Plan Director de

Ferias, Congresos y Reuniones se propone situar a la comunidad como líder en este segmento «clave» por su efecto desestacionalizador y su capacidad de generar empleo.

El plan incorpora un diagnóstico de las debilidades y fortalezas de la región en este ámbito, destacando entre las primeras la excesiva competencia entre destinos, las actuaciones independientes de los agentes del sector, la falta de aprovechamiento de las nuevas tecnologías y de un sistema unificado de recogida de datos.

Como fortalezas, el plan subraya la variedad de la oferta, la profesionalización, el clima, las in-

fraestructuras de transporte y el posicionamiento de la marca turística Andalucía.

A partir de este análisis, se establecen nueve programas y 29 medidas en torno a tres áreas para aumentar la competitividad del sector: calidad e innovación; desarrollo socioeconómico, y promoción y comercialización.

El turismo de congresos se considera estratégico por su capacidad para luchar contra la estacionalidad; su contribución a la diversificación de la oferta; su efecto dinamizador y multiplicador de visitantes, y sus posibilidades de generar sinergias con el comercio y con otras actividades.

La Junta aprobará en enero el decreto que regulará las viviendas turísticas

Rodríguez informa al Consejo de Gobierno andaluz del nuevo Plan de Calidad, que superó el trámite para competir en excelencia y sostenibilidad

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. No era el asunto a tratar, pero sí uno de los que suscita mayor interés. El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, informó ayer al Consejo de Gobierno andaluz del III Plan de Calidad, un proyecto que superó el trámite y será aprobado próximamente. Sin embargo, en esta comparecencia, Rodríguez abordó otras cuestiones y entre ellas la de cuándo verá la luz la que es la primera normativa que regulará en Andalucía el uso de las viviendas turísticas, una regulación que los hoteleros exigen para poner coto a la oferta de alojamiento ilegal y los propietarios de inmuebles en alquiler esperan para evitar sanciones y saber a qué acogerse.

El consejero anunció ayer que el decreto que regulará las viviendas de uso turístico en Andalucía está «muy avanzado» y que espera que sea aprobado en enero por el Consejo de Gobierno. En la conferencia de prensa, Rodríguez respondió así al ser cuestionado sobre las actuaciones previstas por su departamento para que «aflore la economía sumergida» derivada del uso turístico de determinadas viviendas. «El decreto va a ser un instrumento importante para que aflore gran parte de la actividad turística que en este momento se realiza de forma sumergida, en negro», dijo. Además, explicó: «se trata de que aflore, fiscal y laboralmente esta situación para evitar la competencia desleal y el daño que ese tipo de actividad supone para los empresarios», señaló. La normativa contempla una serie de requisitos para quienes alquilan un inmueble a viajeros por noches o por semanas al amparo de plataformas en auge que sirven de intermediarios entre el particular y el turista. La exigencia claves es que estas viviendas estén inscritas en el Registro de Turismo de Andalucía.

Competir con calidad

El Consejo de Gobierno andaluz conoció ayer el nuevo proyecto de calidad turística, que contempla medidas para que el destino siga siendo competitivo. El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, informó de la próxima aprobación de una orden para la puesta en marcha del III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020. «Esta iniciativa tiene como fin reforzar la competitividad de la comunidad como destino líder a través de un nuevo modelo de desarrollo basado en criterios de excelencia, sostenibilidad y accesibilidad», señaló.

El documento, que ha sido consensuado con los agentes socioeco-



La normativa establecerá los requisitos de los inmuebles para ser alquilados con uso turístico. :: SUR

nómicos que forman parte de la Mesa del Turismo, consta de tres líneas estratégicas, centradas en la excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo, así como nueve programas específicos.

Rodríguez insistió en que la región parte de una situación privilegiada al contar ya con un total de 1.894 certificaciones de calidad, entre ellas las normas ISO 14001 e ISO 9001, la marca 'Q' de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible o el Compromiso de Calidad Turística Sicted, la Etiqueta Doñana 21 y Marca Parque Natural de Andalucía. Má-

LOS DATOS

► **Certificaciones de calidad.** El sector turístico andaluz cuenta con 1.894, entre ellas las normas ISO 14001 e ISO 9001, la marca 'Q' de Calidad Turística, las Banderas Azules, la Carta Europea del Turismo Sostenible o el Compromiso de Calidad Turística Sicted.

► **Provincias.** Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 en 2013, es decir, el 36,1% del total.

laga se sitúa a la cabeza. «Una de las prioridades de la nueva estrategia es el impulso a las certificaciones de calidad para las empresas, espacios y destinos», dijo el consejero.

También se analizó el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones 2014-2016, que ya recibió el visto bueno de la Consejería, y con el que prevé situar a la Comunidad a la cabeza de este segmento clave por su efecto desestacionalizador y su capacidad de generación de empleo. Este sector mueve cada año a más de 600.000 visitantes y genera unos ingresos superiores a los 282 millones de euros.

El ministro insta a acometer una regulación lo más homogénea posible

:: EFE

MADRID. La regulación de las viviendas turísticas también ha sido un tema central del Consejo Español de Turismo, que se reunió ayer. Aprovechando que a esta reunión asisten representantes de todas las comunidades autónomas, el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, les planteó la necesidad de intentar «hacer un gran esfuerzo de coordinación», para regular «de una manera lo más homogénea posible» el alquiler de viviendas particulares para uso turístico. Antes de la cita anual del Consejo Español de Turismo, explicó a los periodistas que el alquiler de viviendas particulares para uso turístico es una cuestión de «enorme interés» para el sector.

Con este planteamiento, el Go-

bierno persigue dos grandes objetivos que se refieren, por un lado, a que no haya competencia desleal para los establecimientos hoteleros, y, por otro, que se salvaguarde lo que son todas las condiciones de seguridad y de garantía para los turistas que son recibidos en este tipo de vivienda.

Soria destacó que, por tanto, de lo que se trata es permitir el alquiler de viviendas particulares para

uso turístico, pero siempre salvaguardando que se haga de acuerdo y respeto a los principios de la competencia.

En este sentido, recordó que, en el caso de España, en 2013 se produjo un cambio en la ley de arrendamientos urbanos del año 1964, de tal forma que se permite esa actividad y se remite su regulación a la regulación sectorial por parte de cada comunidad autónoma.

El ministro también destacó que el Gobierno prevé acabar el año con un récord de 63 millones de turistas, lo que supone un incremento del 3,9% y 2,4 millones de viajeros más que los recibidos en 2013. Estas cifras colocarán a España como potencia mundial. En 2013 solo fue superada por Francia y EE UU. El turismo es el gran motor de la economía.

Soria considera que este asunto es de «enorme interés» para el sector



Los retos del turismo en Galicia

M^a Nava Castro Domínguez
Directora de Turismo de Galicia

El sector turístico de Galicia ha vivido en este año 2014 un año de records. El pasado mes de agosto alcanzamos el máximo histórico de número de viajeros superando la cifra de 600.000 y nuestros hoteles registraron más de 1,3 millones de pernctaciones, lo que situó a Galicia como quinto destino preferido por los españoles. Asimismo, el mercado internacional sigue alcanzando records con cerca de 555.000 viajeros.

También el Camino de Santiago está en pleno auge. El pasado año Compostela acogió a 215.880 peregrinos de más de 150 nacionalidades distintas. Este año, las cifras van en aumento ya que en los primeros ocho meses del año ya alcanzamos la cifra de 200.000 peregrinos. En términos de calidad, seguimos apostando por la excelencia, con 249 empresas gallegas certificadas con la Q de Calidad Turística.

Estos datos evidencian que estamos en el buen camino. Sin embargo, estamos convencidos de que aún hay mucho por hacer. Por ello, continuamos trabajando intensamente para que el sector turístico gallego sea uno de los pilares de nuestra economía y un orgullo para toda la sociedad gallega. El turismo constituye uno de los sectores más activos y con mayor capacidad de desarrollo en

las economías europeas, realidad que no es ajena a la economía gallega. Pero además presenta una característica que lo singulariza sobre otros sectores económicos: su capacidad de generar intangibles, imagen y atracción para otros sectores empresariales. Que Galicia sea apreciada como una marca sólida y de prestigio, sin duda es algo necesario para el desarrollo de nuestra comunidad; y el sector turístico tiene capacidad de hacer esa función demostradora, apoyando el conjunto de la recuperación económica.

El turismo es, además, el sector económico con mayor capacidad de aportar a la cohesión social de Galicia y a la lucha contra el desequilibrio territorial. Como muestran experiencias de otras regiones, el turismo tiene capacidad de actuar como motor del desarrollo primario o bien ser actor secundario, reforzando y diversificando el crecimiento de muy diversos sectores, del cual es un buen ejemplo el turismo enológico en Galicia.

Por estos motivos fundamentales hemos desarrollado un plan estratégico para el turismo de Galicia. Un plan realista pero ambicioso e ilusionante, a la vez, que constituye una visión a largo plazo de los retos a los que se debe enfrentar el turismo de Galicia para

alcanzar un sector sólido y sostenible en el tiempo. Uno de los principales objetivos es conseguir que Galicia sea reconocido a nivel nacional e internacional como una marca y destino diferencial a través de los valores que hacen de Galicia un destino único.

Asimismo, tal y como plasma dicho plan, Galicia tiene que contar con una oferta segmentada y multiexperiencial basada en sus valores endógenos, adaptada a las tendencias internacionales y con una atención al turista personalizada y de calidad.

Estamos comprometidos con la protección, conservación y puesta en valor de los recursos endógenos para lograr el tercer objetivo: convertir a Galicia en un modelo europeo de turismo sostenible.

También somos conscientes de que el sector turístico gallego debe afianzarse como un sector competitivo, trabajando sobre la capacitación del sector empresarial, la innovación y el empleo de nuevas tecnologías en los procesos de articulación, promoción, comercialización y gestión.

En definitiva, el turismo de Galicia tiene que alcanzar una posición de liderato en nuestra economía, que le permita no sólo ser generador de empleo y redistribuidor de la riqueza, sino que pueda ser tractor de otros sectores económicos y bandera para facilitar su visibilidad.





20-Nov-2014

ESPACIO: 181 cm2

PORCENTAJE: 19%

PERIODICIDAD: Diario

La ampliación de las concesiones tranquiliza a los negocios de la playa

En lugar de anualmente, los puestos de alquiler de hamacas, sombrillas o hidropedales de Salobreña renovarán sus licencias cada cuatro

IDEAL

SALOBREÑA. Los negocios de ocupaciones temporales de la playa de Salobreña lograron ayer una reivindicación histórica: que la adjudicación de las concesiones que realiza el Ayuntamiento, a través de la Junta de Andalucía, sean para cuatro años en vez de tener que renovarse anualmente como hasta ahora.

«Era una noticia muy ansiada por los propietarios de dichos negocios que de esta manera pueden realizar inversiones con más tranquilidad ya que la nueva medida les otorga una estabilidad que antes no poseían al tener que concursar cada año en la adjudicación de las actividades que se prestan en la playa como hamacas, sombrillas, ocio o hidropedales», explicaba el Alcalde de la Villa, Gonzalo Fernández Pulido quién, junto al concejal delegado del área, Manuel Guirado, daba traslado de la nueva normativa a todos los in-

teresados en una reunión llevada a cabo en el Ayuntamiento y enmarcada dentro del Plan de Playas municipal. La Delegación de Medio Ambiente de la Junta ha atendido esta petición del Ayuntamiento de Salobreña, al ser el organismo competente en su regulación, que incluye además la ampliación de los meses de actividad fuera del periodo estival.

«Con esta medida lo que se pretende es dinamizar un sector que genera grandes ingresos en nuestra economía completando además la oferta turística y de ocio de las playas, una apuesta de este equipo de gobierno que le ha llevado a conseguir la Q de calidad», añadía el regidor salobreño.

A partir de ahora, y ya para el próximo año 2015, los titulares de estas ocupaciones temporales no tendrán que concursar cada año en base al pliego administrativo establecido anualmente, sino que podrán solicitar una prórroga.

También se ha acordado con los propietarios de dichas concesiones aumentar los servicios o actividades fuera de la temporada estival para intentar romper la estacionalidad y aprovechar así la mayor afluencia de visitantes que ha propiciado la apertura de la autovía.



21-Nov-2014

ESPACIO: 706 cm2

PORCENTAJE: 57%

PERIODICIDAD: Diario

DEL 21 AL 23 DE NOVIEMBRE. 17 restaurantes repartidos por todo el municipio participan en la que es ya la decimotercera edición de las jornadas

Llanes acoge el segundo y último fin de semana de las Jornadas Gastronómicas de la Fabada, las Fabes y las Verdinas

LLANES

A.G. Fabada, fabes y verdinas cocinadas en múltiples variantes y acompañadas de mil formas, forman parte de la lista de propuestas que, cada otoño, se pueden saborear en todo su esplendor dentro de estas Jornadas Gastronómicas que todos los años se organizan en el concejo.

Tras la exitosa acogida del arranque de las jornadas, celebrado durante el pasado fin de semana, los 17 restaurantes del municipio que participan en esta ya decimotercera edición, se preparan para darle a este preciado fruto de la huerta un lugar privilegiado en sus mesas.

Organizado por el Ayuntamiento de Llanes y la Asociación Llanisca de Restaurantes (Allares), con la colaboración de Fomtur, Llanescor y la Federación Asturiana de Concejos, las jornadas finalizarán el domingo 23 de noviembre.

Como ya es tradición, los establecimientos ofrecen sabrosos platos dentro de un menú elegido por cada establecimiento y que está compuesto por tres platos, al precio de 21 euros más I.V.A., incluidos vinos con Denominación de Origen.

Los establecimientos participantes en la presente edición son: Restaurante El Campanu, Restaurante - Sidrería La Casona, Restaurante El Cuera, Restaurante Mirador de Toró, Hotel - Restaurante Montemar (sólo 14, 15 y 16 de noviembre), Restaurante El Puente, Sidrería El Puerto, Restaurante Riomar, Restaurante Contamos Contigo, Hotel - Restaurante Kaype - Quintamar (Barro), Restaurante El Sucón (Caldueño), Restaurante El Arco (Celorio), Sidrería Picu'l Salgar (La Huera de Mercé), Restaurante San Pelayo (Niembro), Restaurante Riu Calabres (La Corredera. Bricia. Posada), Asador - Restaurante Riegu (Riego-Vidiago), Sidrería Casa El Rubiu (Vidiago). Se aconseja reserva previa.



Bufones de Llanes.

Esta atractiva y esperada cita culinaria, ya convertida en clásica, forma parte del cartel de jornadas gastronómicas que tienen lugar a lo largo del año y se enmarca, a su vez, dentro de la propuesta 'Llanes contigo todo el año'.

LLANES, CONTIGO TODO EL AÑO

Pero la gastronomía es solo una de las joyas que Llanes ofrece al visitante, no en vano, la variedad de atractivos que este bello concejo del oriente asturiano encierra lo han convertido en uno de los des-

tinios turísticos más conocidos y visitados del norte de España. Paisaje, historia, naturaleza y gastronomía conforman una de las ofertas más variadas concentradas en solo municipio que, además, puede presumir de encontrarse entre el Parque Nacional de los Picos de Europa y el mar Cantábrico.

Con la mayor parte de su superficie declarada como paisaje protegido, tanto en la costa como en la Sierra del Cuera, mar y montaña se funden en un espacio que le permite caminar o pedalear a lo lar-



Iglesia de Barro, uno de los escenarios de "Llanes de Cine."

go de sus 45 Km. de senda costera, que recorre playas naturales, acantilados y bufones, sorprendente efecto que produce el mar cuando se filtra por las cavidades de las rocas y despiden potentes chorros a gran altura.

El Llanes medieval es otro legado importante de su historia, con su casco antiguo declarado conjunto histórico-artístico, las murallas, la Basílica y el Torcón del S XIII, hoy oficina de turismo distinguida con la Q de calidad turística, al igual que la playa de Toró. La oferta cultural la completa el Llanes marítimo, el Llanes indiano, con impresionantes palacios coloniales, el Llanes moderno con "Los Cubos de la Memoria" y el Llanes rural, con el Museo Etnográfico del Oriente de Asturias en Porrúa, pueblo ejemplar premiado por la Fundación Príncipe de Asturias.

Rutas como el Camín Encantado o La Ruta de los Colores de "Valle Oscuro" harán las delicias de los amantes del senderismo, mientras que el proyecto turístico cultural

"Llanes de Cine", y su itinerario cinematográfico por el municipio para visitar los escenarios de rodaje de 18 largometrajes, 3 series de televisión y 1 cortometraje, harán lo propio para los amantes del séptimo arte.

Asimismo, y para disfrutar de sus recursos, Llanes cuenta con una infraestructura moderna integrada en su entorno, que aglutina unas 12.000 plazas turísticas, distribuidas en hoteles de 4 a 1 estrella, campings, alojamientos rurales, apartamentos turísticos y albergues, lo que configura una de las ofertas más amplias y de mayor calidad de España y recomendable para todas las épocas del año.

El precio de los menús para las Jornadas es de 21 euros más IVA, e incluye 3 platos y vino con D.O.



UN VISTAZO AL TURISMO

La Q de calidad se asienta en Galicia

● Cristóbal Ramírez

El turismo es un *mare magnum*. En él hay de todo. El paisaje es turismo, el hotel es turismo, la gastronomía es turismo, un castillo es turismo. Hasta el Camino de Santiago tiene un aspecto —conste: muy minoritario, la esencia de Ruta no es en absoluto esa— turístico.

El sector siempre fue, sí, un *mare magnum*, pero con el aumento de la oferta en los últimos 50 años, mucho más. No está de más recordar que cuando a finales de los años 60 llegó a Miño (A Coruña) la familia parisina Betoleaud para pasar sus vacaciones causó una auténtica conmoción: ¡unos franceses en la playa! Pero fue Internet la que revolucionó el sector: la posibilidad de comprar más barato que en la

agencia, la rapidez en la búsqueda, la posibilidad de dejar por escrito la valoración personal, la manipulación en las fotos de muchos establecimientos o lugares... todo ello y mucho más le ha dado un revolcón al perfil del turista.

En el nuevo escenario lo difícil para el usuario radica en distinguir el trigo de la paja. La respuesta es: por las marcas (Paradores, Pazos de Galicia, NH...), sin duda. También por los comentarios (de ahí el éxito de Tripadvisor y webs similares donde opina el más documentado y el más indocumentado, aunque ahí el engaño llega a niveles insospechados porque escribe quien solo tiene que tener una dirección de correo electrónico y ello da lugar al fraude). Y añádase a lo anterior las marcas de calidad, entre las

que se lleva la palma la Q.

La Q es un certificado que no garantiza en absoluto que el solomillo esté mejor preparado que en el restaurante de al lado, pero sí que se siguen unos procedimientos homogéneos de gestión que se auditan constantemente. Es decir, quizás no sea muy práctica en un primer momento para el cliente, pero sí es una cierta garantía de que éste no se mete en cualquier sitio.

En ese capítulo, Galicia no está mal posicionada en absoluto, con 241 Q. Por provincias no salta ninguna sorpresa. El orden es A Coruña (87), Pontevedra (64), Lugo (47) y Ourense (23). A destacar el que figuren ocho playas con la Q, cinco en Lugo (A Rapadoira, Foz; As Catedrais, Ribadeo; Area y Covas,



La playa de As Catedrais es un tesoro turístico en el mapa gallego | XAIME RAMALLAL

Viveiro; Os Castros-Illas, Ribadeo) y tres en A Coruña (Retorta, Carraqueiros y Mañóns, todas en Boiro).

La Q presenta otro aval: no la otorga el gobierno de turno, lo cual sin duda podría favorecer a más de uno. La otorga, y no de manera graciosa, el Instituto para la Calidad Turística Española, entre cuyas funciones consta el mantenimiento, en coordinación con Aenor, de las normas de calidad. El resumen puede ser la pregunta final: ¿debe el consumidor elegir preferentemente empresas con la Q? Según

lo que busque. De poco vale que la ostente un hotel en el centro de la ciudad si se ansía playa desierta. Pero la contraria es cierta: si entra en un establecimiento que la tenga sabe que este ha pasado una serie de procesos que garantizan un determinado nivel de calidad.

Aunque el turismo, digan lo que digan, nunca será el paisaje y la gastronomía, sino la sonrisa de los que gestionan uno y otra. Y ahí sí que siempre es posible mejorar. También en Galicia.



24-Nov-2014

ESPACIO: 295 cm2

PORCENTAJE: 33%

PERIODICIDAD: Semanal

¿Apostamos por la Sostenibilidad?

VUELVE FUTURALIA. El Foro para la Sostenibilidad Medioambiental en el Turismo ha celebrado su séptima edición el 20 de noviembre en el Eurostars Madrid Tower. El presidente de la Mesa del Turismo, Abel Matutes, abría Futuralia 2014, dando paso a un abanico de intervenciones, que cerraba la directora general de TurEspaña.

Futuralia nació hace ya casi una década, como iniciativa del Grupo NEXO, en una audiencia del entonces Príncipe de Asturias a la Mesa del Turismo quien, desde su génesis, alentó esta iniciativa orientada a la preservación del medioambiente y apostando por la sostenibilidad del Turismo en España.

Tras ocho ediciones, este Foro ha mantenido su apuesta por la sostenibilidad medioambiental, pese a que la crudeza de la crisis hace que no sean buenos tiempos para la lírica. Pese a ello, el Grupo NEXO ha mantenido, y lo seguirá haciendo en el futuro, una iniciativa que es esencial no ya para el futuro, sino para el presente del Turismo español.

Ha llegado el momento de impulsar, aún más si cabe, lo que el ideario de Futuralia propugna: un Foro Empresarial anual, organizado en colaboración con la Mesa del Turismo, destinado a poner en valor el medio ambiente como un atributo vital para preservar el entorno en la oferta turística española. Para ello, lleva casi una década sensibilizando al Empresariado y los profesionales del Sector Turístico sobre la importancia de que su actividad se rija por principios de sostenibilidad y de respeto al medio ambiente. Y, al tiempo, trasladar a la opinión pública que el Sector asume su responsabilidad en materia de sostenibilidad y es proactivo en la defensa del entorno natural.

Para ello, el Comité Organizador del Foro lanza una nueva idea, con la pretensión de que el Sector la asuma y haga suya. El proyecto Futuralia.com pretende crear una red social, apoyándose en las nuevas tecnologías y las posibilidades que nos

brinda Internet, para propiciar un ágora de debate e intercambio de ideas, que sirva de eficaz nexo de unión entre las Administraciones públicas y el Empresariado, con una relevante participación de la Universidad y el mundo de la investigación. En suma, proponemos al Sector Turístico y a la Universidad que impulsen, al alimón, un gran foro digital

—exclusivamente dedicado a la sostenibilidad medioambiental en el Turismo— donde Futuralia haga realidad sus objetivos durante todo el año, y cuyas aportaciones más relevantes y conclusiones sean traídas a este encuentro anual.

Para hacerlo posible hacemos un llamamiento a aquellas Universidades que compartan este objetivo, y contamos con la sensibilidad y el apoyo tanto de nuestra Mesa del Turismo como de las Organizaciones empresariales del Sector Turístico.

También requerimos (y ofrecemos) la activa colaboración del organismo regulador de la Calidad Turística, desde la convicción de que Sostenibilidad y Calidad son parte de un mismo todo. Sin olvidar a los responsables de Turismo sostenible, responsabilidad social corporativa, accesibilidad y el resto de las numerosas actividades relacionadas y conexas.

Nada nos gustaría más que hacer realidad el anhelo de contar con una red social dedicada a ser un eficaz nexo de unión de la sostenibilidad medioambiental, desde la riqueza del binomio Universidad-Empresa. Pero para ello necesitamos del concurso de todos, Administraciones incluidas.

En sintonía con la Mesa del Turismo, y su vocación de servicio al Turismo —como *lobby* blanco a favor de los intereses generales del Sector—, el Grupo NEXO reafirma hoy su compromiso con Futuralia y convoca a las partes interesadas a este maravilloso (y necesario) empeño común.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

El proyecto de crear una gran Red Social dedicada a la Sostenibilidad medioambiental en el Turismo, desde la colaboración de Universidad-Empresa, es el nuevo anhelo que surge del Foro Futuralia 2014



24-Nov-2014

ESPACIO: 412 cm2

PORCENTAJE: 46%

PERIODICIDAD: Semanal

Soria destaca la 'extraordinaria coyuntura turística' e insiste en que el Sector es 'de crucial importancia'

El aumento presupuestario de TurEspana y la situación de las viviendas turísticas, temas centrales de Conestur

El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, ha subrayado en su intervención en Conestur que España se aproxima "a cerrar el año con un nuevo registro

sin precedentes". Además de esta "extraordinaria coyuntura turística", también se ha referido al aumento presupuestario experimentado por TurEspana, así como a la necesidad

de regular las viviendas de uso turístico. La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ha informado sobre el nuevo Plan Estratégico de Calidad que se está elaborando.

El ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, ha hecho especial hincapié en el aumento de la partida presupuestaria de TurEspana, que dispondrá de 85,1 millones de euros en 2015, un 19,5% más. En su intervención en la reunión del Consejo Español de Turismo (Conestur) ha destacado que la mayor dotación permitirá continuar con la aplicación del Plan Estratégico de Marketing "con una promoción segmentada por mercados y productos turísticos", y todo ello "en un contexto de continua reducción de gastos corrientes". Asimismo, también reforzará las actividades que llevan a cabo las Oficinas de Turismo de España y se mejorará el alcance y la visibilidad de las herramientas de promoción del organismo.

Soria también se ha referido a la "extraordinaria coyuntura turística" que vive el país y ha definido al Turis-

mo como "un sector de importancia crucial por el papel que juega en nuestra economía y en nuestra sociedad". "El impacto de este Sector en la actividad de nuestras empresas es extraordinario", remarca en este sentido, recordando que esta actividad supone el 11% del Producto Interior Bruto (PIB) y el 12% del empleo. Además, avanza que "todo apunta a que cerraremos 2014 con un nuevo dato sin precedentes en cuanto a la llegada y gasto de los viajeros no residentes".

Plan para calidad turística

Por otro lado, en cuanto a la situación de las viviendas particulares de uso turístico, el ministro expone que "se trata de una oferta demandada por un segmento de los turistas que nos visitan" y que, por tanto, debe ser regulada para evitar la posibilidad de que suponga "una competencia desleal

para el resto de alojamiento". Por ello, ha insistido a las Administraciones presentes y al sector privado en la necesidad de "hacer un esfuerzo conjunto para regularlo de la forma más homogénea y sencilla posible".

En la reunión, la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ha informado sobre el nuevo Plan Estratégico de Calidad que se está elaborando para completar el actual Sistema de Calidad Turística Española (SCTE) y poder adaptarse así a la evolución constante de la demanda turística y de los nuevos productos del Sector. Al respecto, Borrego explica que España cuenta con el sistema de calidad turística más avanzado del mundo, si bien éste "debe seguir avanzando para perfeccionar la cultura del detalle, la hospitalidad y la atención al turista, claves para nuestra excelencia".

Por su parte, la presidenta de Paradores, Angeles Alarcó, ha destacado



El ministro de Industria, Energía y Turismo, la secretaria de Estado de Turismo y la directora general de TurEspana, Marta Blanco.

la buena evolución de la actividad de la red, que 2013 confirmó el cambio de tendencia cerrando el ejercicio con un resultado operativo positivo de 6,2 millones de euros, y prevé, al término de 2014, mejorar considerablemente esa cifra. Según Alarcó, estos datos "son consecuencia de una mejor ges-

ción de la cadena de establecimientos públicos que ha permitido tener un aumento de la actividad superior a las 80.000 habitaciones respecto a 2013, incrementar el RevPar (ingreso por habitación ofertada) en 8,3 euros y evolucionar el precio medio por habitación en temporada alta".

27-Nov-2014

ESPACIO: 488 cm2

PORCENTAJE: 40%

PERIODICIDAD: Diario

Firo Vázquez presenta en Thader su Show Cooking

Una de las citas clave de la primera edición de estas jornadas tendrá lugar mañana, de 17.00 a 21.00 horas, en la plaza de la moda del centro

La primera edición de Thader Cooking Show está en su segunda semana dedicada a la cocina y dentro de su calendario repleto de talleres y catas a ciegas, una de las actividades más esperadas de estas Jornadas Gastronómicas tendrá lugar este viernes 28 entre las 17 y 21 horas, en la plaza de la moda del Centro Comercial Thader: el Show Cooking de Firo Vázquez.

RECONOCIDA TRAYECTORIA

Firo Vázquez es chef y gerente del excelente restaurante El Olivar, en pleno corazón de la sierra Murciana. Es 'SOL', de la guía Repsol, 'Q de calidad y excelencia europea', ha realizado conferencias y talleres gastronómicos en Londres, Lyon, Pekín, Toulouse... Hasta la realza ha probado sus creaciones, tal y como lo hicieron los Reyes Felipe y Leticia. El pasado martes 25 de noviembre recibió el Premio Nacional de Hostelería, en Zaragoza, a la Empresa Hostelera más destacada en Innovación, entre otros muchos reconocimientos ya en su poder.

Para todos los amantes del arte, el arte de preparar una buena comida, Centro Comercial Thader les invita a participar personalmente en el Show de Firo, donde realizarán un taller de cocina en el que, quizás hasta pueden co-

merse la carta.

La clausura de esta primera edición de la Thader Cooking Show será el sábado 29 de noviembre, con las siguientes actividades.

Por un lado, talleres de cocina infantil impartido por María Carrión, Chef en el restaurante Michel Brass el del sábado 29, 'Dibujos y sabores: Cóctel de frutas, Canapés fantásticos y Cesta de chocolate'.

Los talleres se desarrollan en tres pases diferentes a las 11, 12 y 13 ho-

ras.

Otra de las actividades programadas es el 'Cata-caldos', desde las 17 a las 21 horas. Cata a ciegas, donde los clientes que lo deseen podrán probar diferentes productos y descubrir sus dotes de catador.

INSCRIPCIONES

Las inscripciones para la 'Master Class de Firo Vázquez' y el resto de los talleres se pueden realizar de manera gratuita en www.thader.net a través de thader.clientes@thader.net.

Además, el centro comercial Thader cuenta durante toda esta campaña gastronómica con la 'Ruleta de Premios' y todos aquellos que presenten un ticket de compra igual o superior a 20 euros en el Punto de Información del Centro Comercial Thader podrán conseguir uno de los 1.000 premios que se repartirán.



Las jornadas gastronómicas concentran gran cantidad de talleres. Thader