

continuar en la senda emprendida con la creación de una ordenanza municipal específica para arenales y con las banderas azules. «Temos un compromiso coa xente que visita as nosas praias. Queremos que teña todos os medios, información e facilidades para o seu goce», manifestó. Los reconocimientos, valoró, colocan a los arenales de Carballo a la altura de playas conocidas de «Euskadi ou doutras do norte da Península». El alcalde, Evencio Ferrero, deseó que se sigan acumulando certificados, porque «son un paso máis e demostran a calidade das augas e areais». «Que a xente saiba que Carballo ten mar», bromeó.

Balance de salvamento

Ayer, además de darse a conocer los distintivos, también se hizo balance de la temporada de playas de este verano, que finalizó el 10 de septiembre. Souto Facal presentó la memoria de la unidad de salvamento acuático y destacó que la actividad vino marcada por las malas condiciones meteorológicas. De 92 días, solo ocho hubo «ceos despexados e sen vento». En los puestos de auxilio, 5 en total (tres en Razo, uno en Baldaio-Saiñas y uno en Pedra do Sal), bajaron un 40 % las atenciones de botiquín con respecto al 2013: hubo 353 (238 en Razo y 115 en Baldaio-Saiñas y Pedra do Sal), mientras que en el 2013 habían sido 359 solo en Razo. «O mellor salvamento é o que non sei fai, e o noso traballo tamén é a prevención e os avisos, con moita presenza no areal», apuntó Souto. Así, la media de salvamentos se viene manteniendo estable en los últimos 14 años, con uno o dos por temporada: este año hubo uno en Razo el 23 de agosto y otro el 1 de septiembre en Baldaio-Saiñas. El lunes 11 de agosto se atendió una fractura y el 17 se salvó a una persona gracias a que en todos los puestos existe equipo de desfibrilación.

Souto Facal, que aprovechó para aludir a la buena calidad y los resultados excelentes de las ocho zonas de Baño que hay en las playas carballesas -únicamente la de la explanada de Razo tuvo que cerrarse en dos ocasiones por malos resultados microbiológicos-, dio las gracias también a Protección Civil por su trabajo. Ferrero, por su parte, recordó tiempos pasados de incidentes mortales -dijo haber presenciado varios- y precisamente por haber mudado esa situación felicitó al equipo de socorrismo, integrado este año por 32 personas. Recordó que Carballo es uno de los concellos donde la puesta en marcha del servicio es más temprana (el 10 de junio) y expuso que se luchó por él porque es «prioritario» y, por tanto, «non debe recortarse nin tampouco desaparecer pola crise».

Precaución en tiempo de alerta

Souto, finalmente, alertó que las zonas de baño están cerradas ahora y que, en tiempo de alerta, no se debería practicar ninguna actividad en el mar, extremando precauciones al ser aguas peligrosas, con corrientes y oleaje.

Páginas Vistas Día

12.694.387

Visitas Únicas Día

3.168.252

Usuarios Únicos Día

2.210.464

 **elmundo.es**

Valor Pub: 23.125,1 €

Reputación: 41139

Ranking: 12,0

17-Nov-2014

PORCENTAJE: 53%



DE POBLE EN POBLE Alcalde de Sagunto

Sergio Muniesa: 'Hemos salvado muchos match ball en la industria'

[IVÁN PÉREZ](#) > Valencia

Actualizado: 17/11/2014 08:55 horas

Entramos en Sagunto acompañados por la marcha de la dignidad, con la que nos topamos de nuevo en la primera planta del Consistorio. Los iaioflautas toman la iniciativa y acceden a 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 se siguen escuchando 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".

17-Nov-2014

PORCENTAJE: 43%

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

R.- 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. Llegamos 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 Ferrovial. Es cierto que otras empresas, como Galmed, 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 encima 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 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 buscan, 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 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 puesto en marcha políticas activas para los ciudadanos.

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

R.- En el FórumEuropa 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, perdone que insista, en muchos casos está pensando en abandonar Sagunto...

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

Páginas Vistas Día
12.694.387

Visitas Únicas Día
3.168.252

Usuarios Únicos Día
2.210.464



Valor Pub: 1.205,9 €

Reputación: 41139

Ranking: 12,0

17-Nov-2014

PORCENTAJE: 2%

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.

Páginas Vistas Día

169.850

Visitas Únicas Día

101.910

Usuarios Únicos Día

33.970

GASTRONOMIAYCIA.com

Valor Pub: 557,5 €

Reputación: 2381

Ranking: 1.281,0

17-Nov-2014

PORCENTAJE: 82%

NOTICIAS GASTRONÓMICAS

Galardonados en los Premios Nacionales de Hostelería 2014

El próximo 25 de noviembre se celebrará la gala de entrega de los Premios Nacionales de Hostelería que otorga la Federación Española de Hostelería. Conoce aquí a lo galardonados con los Premios Nacionales de Hostelería 2014.



VelSid

17 NOV
2014

0 Comentar

Pin it



La Federación Española de Hostelería abrió la convocatoria para sus Premios Nacionales de Hostelería el pasado mes de julio. El plazo de envío de candidaturas finalizó el 30 de septiembre y ahora están a punto de celebrar la gala de entrega de premios, así que ya hemos podido conocer a los **galardonados en los Premios Nacionales de Hostelería 2014**.

Como os comentamos en la convocatoria, a los premios otorgados por FEHR pueden presentarse personas físicas y/o jurídicas que sean titulares de algún establecimiento y miembro de alguna asociación perteneciente a la Federación Española de Hostelería. Dicha candidatura puede ser presentada por la persona o empresa que se considere merecedora del premio, y también puede realizarla cualquier Asociación de FEHR.

Se establecieron once categorías que podéis recordara [aquí](#), donde se explica las razones que hacen que se otorgue un premio. Claro, son galardones que se otorgan a quienes se inscriben a la convocatoria, y podría ser que fueran muy pocos, no estaría de más que se dieran las cifras de participación de esto que podría denominarse concurso.

En fin, el caso es que el próximo 25 de noviembre tendrá lugar la entrega de los **Premios Nacionales de Hostelería 2014** en el Teatro Principal de Zaragoza, y los premiados son:



PREMIO EMPRESARIO HOSTELERO: Juan Robles (Sevilla)

Una pequeña bodega fundada junto a su padre en 1954 es el emblema y germen del amplio grupo que regenta Juan Robles. La pequeña taberna andaluza ha dado paso a un grupo de más de 200 trabajadores, que se ha convertido en un exponente de la cocina sevillana y andaluza basada, como en sus inicios, en productos autóctonos y recetas de nuestra tierra. Nueve establecimientos con el sello de Robles Restaurantes (Casa Robles, Robles Plancetines, Restaurante La Subasta, El Colmo, Don Juan de Alemanes, Doña Francisquita, Robles Laredo, El Obrador de Robles y Robles Aljarafe) cubren en la actualidad diferentes segmentos en restauración, manteniendo vivo el afán de superación de Juan Robles, que ha sido reconocido con la Medalla de la Ciudad de Sevilla, concedido por el Ayuntamiento de la ciudad.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA: Los Galayos (Madrid)

Referente de la cocina castellana en Madrid, Los Galayos ha sido testigo del devenir histórico de la capital desde 1894 gracias a su posición privilegiada en la Plaza Mayor. Sus salones son el reflejo de esta historia, como el Salón Duque, testigo de la última reunión de la Generación del 27 antes del estallido de la Guerra Civil. La familia Grande, al frente de este emblemático establecimiento desde el comienzo ha conseguido mantener la tradición de nuestra cocina, y por su ubicación es un referente para los turistas, convirtiéndose en uno de nuestros principales embajadores de la gastronomía tradicional española. El Cochinillo con patatas revolconas y el Cocido madrileño en puchero de barro se han convertido en referentes de este local donde se organizan múltiples jornadas y menús especiales con el objetivo de promocionar nuestra cocina tradicional.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA DE ORIGEN ESPAÑOL EN EL MUNDO: Cambio de Tercio Group (Londres)

Cambio de Tercio es el primero de los cinco establecimientos que forman parte del grupo que Abel Lusa lidera en Londres y que han conseguido situar la cocina española en lo más alto del panorama gastronómico londinense. Hace más de 20 años que Abel, tras estudiar Hostelería en La Rioja, abrió el primero de los locales en la capital inglesa consciente del potencial de nuestra gastronomía. A él le siguieron Tendido Cero, que cuenta con dos locales, uno de ellos justo enfrente del primero, y en el que la tapa es la gran protagonista. Además en la misma calle ha abierto Capote y Toros, un bar andaluz en el que los vinos de jerez y el jamón son los grandes protagonistas. El grupo Cambio de Tercio Group lo completa C. Tonic, asociado a Cambio de Tercio donde se han atrevido a especializarse en gin&tonic en el país que inventó este combinado.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA COMPROMETIDA CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: Docamar (Madrid)

Docamar es una empresa familiar fundada en 1927 que en los últimos tiempos ha hecho un esfuerzo especial en el compromiso con la sociedad y en especial con los más jóvenes y desfavorecidos del barrio donde ejercen su actividad a través de diferentes exposiciones, apoyo a jóvenes artistas, acciones para mantener vivo el recuerdo del barrio o acciones para promover prácticas de vida saludables. Además desde 2006 colabora con Cruz Roja Juventud, Mercedarios y Fundación Tomillo para la integración de jóvenes inmigrantes. Con las dos primeras participan en un programa de protección de jóvenes inmigrantes con falta de recursos y en riesgo de exclusión a los que han proporcionado formación y trabajo, permaneciendo dos de estos trabajadores actualmente en la plantilla. Con la Fundación Tomillo la ayuda se centra en dar una adecuada formación a estos jóvenes con el fin de permitirles encontrar un empleo. Además, ha participado en las últimas cuatro ediciones de Restaurantes contra el Hambre, destacando tanto por su generosidad como por su colaboración en la difusión de la propia campaña.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA COMPROMETIDA CON LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD: dfabula (Zaragoza)

El Bar Restaurante dfabula, nació el verano de 2010 como el sueño de una ONG que trabaja por la integración social de personas con discapacidad, Fundación DFA. Aquel sueño es hoy una realidad que se materializa en accesible, con una plantilla de grandes profesionales con discapacidad, de los nueve profesionales que la componen el 80% de ellos, que ofrecen un trato personalizado y directo, abiertos siempre a cualquier cambio según los gustos de los clientes. Además el local dispone de Puerta de entrada con apertura automática, totalmente accesible para clientes con movilidad reducida, baños totalmente adaptados para usuarios de silla de ruedas, barra con una zona menos elevada para personas en silla de ruedas y televisiones con subtítulos para personas con discapacidad auditiva.

EMPRESA HOSTELERA DESTACADA EN INNOVACIÓN

TECNOLÓGICA: El Olivar (Murcia)

Firo Vázquez es el alma de este establecimiento. Propietario del mismo y cocinero ha sabido plasmar en sus platos su espíritu inquieto que le hace participar en múltiples proyectos de innovación. Entre ellos destaca su colaboración con el Departamento de Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Murcia o la iniciativa "la carta de restaurantes comestibles" con sabores y olores no primarios de platos ofertados en el propio soporte. Estas acciones le han llevado a participar en múltiples conferencias y exposiciones gastronómicas, haciendo de su cocina un referente en la investigación, innovación y aplicación de nuevas técnicas.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA COMPROMETIDA CON LA CALIDAD: Casa Quiquet (Valencia)

Casa Quiquet, que cuenta actualmente con un hotel de 3 estrellas, restaurante, salón de banquetes y jardines para eventos, ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos para combinar la tradición de sus más de 100 años de experiencia con una apuesta decidida por la calidad. Desde 2002 se han implantado en sus locales los sistemas de calidad ISO 9001 e ICTE, manteniendo estas certificaciones durante los últimos 11 años con el objetivo de estructurar el sistema de trabajo de los diferentes integrantes de la empresa y su correcta realización. A día de hoy, Casa Quiquet conserva el certificado ICTE, lo que demuestra su compromiso con la calidad y con las correctas prácticas en materia de higiene y seguridad alimentaria en sus procesos de elaboración con el objetivo de dar un servicio óptimo al cliente. Todo un referente en la hostelería valenciana, que en la actualidad se encuentra dirigida por la quinta generación.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA DESTACADA EN LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA: Bodega El Riojano (Cantabria)

La historia de esta bodega referente de Santander se remonta a 1940, si bien se volvió abrir en 2009 tras un proceso de rehabilitación. Su comedor está decorado por decenas de barricas, que sirvieron en su día de lienzo para algunos de los más importantes artistas contemporáneos españoles. Esta colección de 109 obras es la base del Museo Redondo de las bodegas y han sido catalogadas por la Universidad de Cantabria. Este mismo formato se repite en su colección de fotografía compuesta por 16 obras. Además de estas obras de arte El Riojano participa en encuentros culturales, charlas, lecturas, al tiempo que es la sede de la exposición de la colección de fotografías la Moska, participando en la creación del premio a la fotografía ganadora. Asimismo participa en la Asociación cultural la Moska del río para vincular corrientes sociales y culturales con los bares de todo el mundo.

PREMIO EMPRESA HOSTELERA COMPROMETIDA CON LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL: Autogrill

Con más de 4.700 puntos de venta en 30 países y más de 56.000 empleados, Autogrill hace un gran esfuerzo por promover el desarrollo sostenible en procesos y servicios y primar el respeto por el medio ambiente. Autogrill Iberia tiene un compromiso de cumplimiento con el consumo responsable y el ahorro energético, del que forma parte el proyecto "Edison", que es parte del proyecto "Afuture" del grupo internacional. El objetivo de esta iniciativa es concienciar sobre la necesidad de hacer un uso moderado y responsable de los medios energéticos, coordinado por un grupo de 12 profesionales encargado de controlar y garantizar la mayor eficiencia en los procesos internos.

PREMIO "JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ NORIEGA" A LA CONCORDIA: Elena Allué

La directora general de Turismo cuenta con el reconocimiento del sector turístico aragonés y con una alta valoración por parte de los ciudadanos. Desde que asumió el cargo en 2012 ha conseguido dar un gran impulso al turismo aragonés con acciones como un plan estratégico de promoción

internacional para reducir la dependencia del turismo nacional. Asimismo ha realizado una profunda renovación de la normativa turística, contando para ello con la opinión del sector turístico empresarial. En el plano puramente gastronómico ha creado, junto con el sector empresarial hostelero, los festivales gastronómicos "Aragón con Gusto" con una marcada línea de promoción de la cocina aragonesa.

Reconocimientos

MEDIO DE COMUNICACIÓN: Programa Gente Viajera de Onda Cero

Con más de 23 años en las ondas, Gente Viajera es el programa de referencia de información turística de la radio española. Esther Eiros, dirige con gran profesionalidad este programa en el que semana a semana se recorren diferentes destinos nacionales e internacionales desgranando la amplia oferta que ofrecen y dando peso a la hostelería y gastronomía. Gente Viajera reconoce la importancia en la economía española de la industria turística, de la que la hostelería es una parte importante.

PERSONA

Patricia Abril

Abril se incorporó a McDonald's España como Directora General en septiembre de 2005, pasando a ser nombrada Presidenta en julio de 2006. En los nueve años que Abril ha estado al frente de la compañía en España, se han abierto más de 150 restaurantes, lo que ha contribuido a la creación de unos 7.000 puestos de trabajo directos. Desde octubre de este año ha sido promocionada al cargo de Vicepresidenta de Desarrollo de Negocio e Integración de McDonald's Europa, integrándose al Equipo de Dirección de Europa.

Bajo su dirección la compañía ha experimentado un importante crecimiento y ha consolidado su liderazgo en el sector y su compromiso con la sociedad española, siendo Patricia Abril la impulsora de algunas actuaciones estratégicas como el posicionamiento de la compañía en el concepto Good Food Fast (Buena Comida Servida Rápido), la renovación de la imagen de los restaurantes, el compromiso con la calidad y la seguridad alimentaria, con el empleo, la formación y el desarrollo de los empleados, así como con el sector de la ganadería y agricultura y proveedores españoles, y el apoyo a la causa social de la infancia a través de la Fundación Infantil Ronald McDonald

José Monje

Después de pasar por diversos restaurantes, José Monje entro como ayudante de camarero en Via Veneto en 1967. Al cabo de pocos meses ya era el tercer maitre, unos meses después ya era el primer maitre y, en 1969, obtuvo el cargo de director del restaurante, hasta situarlo en la actualidad y como propietario en uno de los establecimientos más emblemáticos de Barcelona. José Monje no descuida el cuidado a sus clientes y ha sido capaz de impregnar su establecimiento de una esencia que es reconocida por todo el sector, donde es todo un referente.

EMPRESA: Toscaf

Toscaf ha mostrado un gran compromiso con la hostelería, adaptándose a las necesidades de los negocios hosteleros. En su 60 aniversario Toscaf mantiene más activa que nunca su apuesta por la búsqueda de la máxima excelencia del producto, y el desarrollo de nuevas líneas de producción diseñadas estratégicamente para dar respuesta a necesidades concretas le hacen merecedor de este reconocimiento, así como por su compromiso con la sostenibilidad y la producción responsable de café.

ENTIDAD: Ayuntamiento de Zaragoza

La apuesta por la gastronomía, los congresos, la cultura y la naturaleza han hecho que el turismo de

Zaragoza haya crecido exponencialmente en los últimos años gracias a su completa oferta. Esto unido al compromiso y al diálogo constante con el sector hostelero le hace merecedor del reconocimiento no sólo de los hosteleros de la provincia sino de todo el país.

RESTAURANTE CENTENARIO: Casa Montaña

Tras una fachada modernista se oculta uno de los locales más emblemático de Valencia: Casa Montaña, que desde 1836 es punto de encuentro de políticos, intelectuales y artistas y hoy en día es reconocida internacionalmente por las mejores publicaciones de gastronomía, vinos y viajes. En 1994 Emiliano García Domene se pone al frente de Casa Montaña impulsando la tradición enológica y gastronómica que marca la solera y la personalidad única de esta histórica bodega de la ciudad de Valencia.

ESCUELA DE HOSTELERÍA: Escuela Superior de Hostelería Artxanda-Bilbao

La excelencia es el emblema de este centro formativo, que comparte criterios educativos con algunas de las mejores escuelas de diferentes países con años de tradición. Creada a iniciativa de la Asociación de Empresarios de Hostelería de Bizkaia, ha formado a grandes profesionales, convirtiéndose en sinónimo de calidad y prestigio. En España mantiene un convenio con la Universidad de Cervantes de Valladolid, mientras que en el ámbito internacional mantiene acuerdos académicos con la Coventry University de Inglaterra y con el Hotel Institute Montreux de la Asociación Ecole Hôtelière de Lausanne, Suiza

DIRECTIVO DE ASOCIACIÓN: Gaietà Farrás

Directivo entregado que ha sido capaz de ser la voz de los hosteleros de Barcelona durante muchos años y que ha tenido visión para destacar los objetivos transversales que la pequeña empresa de hostelería tiene con otros colectivos de comerciantes y empresarios autónomos, articulando su defensa e interlocución ante las administraciones públicas.

EJECUTIVO DE ASOCIACIÓN: Jorge Bernúes

Secretario general de la Federación de Empresarios de Cafés y Bares y Similares de Zaragoza. Un profesional de asociación que ha sido capaz de integrar la gestión profesional y el asesoramiento especializado, como un valor diferencial que define a un asociacionismo hostelero de nuestro tiempo. Ha sido y es un ejemplo de colaboración con FEHR, implicándose en todos los asuntos relacionados con el sector a nivel nacional

VEINTE JEFES DE COCINA DARÁN A CONOCER LAS ÚLTIMAS NOVEDADES DE LA COCINA GALLEGA

Turismo promueve en Barcelona la cocina gallega de vanguardia en colaboración con el Grupo Nove

Redacción, Santiago | 17 Noviembre 2014 - 10:58 h.

Turismo de Galicia, en colaboración con el Grupo Nove, celebrará el próximo 24 de noviembre en Barcelona un 'showcooking' para promover la cocina gallega de vanguardia. De este modo, viajarán a la ciudad condal veinte de los jefes de cocina más destacados de



Nava Castro, con los integrantes del Grupo Nove.

Galicia para celebrar este nuevo evento gastronómico en el que darán a conocer las últimas novedades de la cocina gallega. Los integrantes del Grupo Nove realizarán diversas creaciones en las que se reinterpretarán recetas tradicionales y que tendrán como gran protagonista el producto gallego. Entre otros platos, se podrán degustar raviolis de ternera gallega con ajo asado y pistachos; vieiras con calabacín, perlas de soja y sesos crocantes; brandada de bacalao con ajada; cremoso de congrio con arenas de la playa y hojas de la marea; anguilas del Ulla; canelones de gallina pinera; lacón con grelos, etc. El 'showcooking', que se celebrará en el World Trade Center, contará con la presencia de la directora general de Turismo de Galicia, Nava Castro, además de primeras figuras de la cocina catalana. Asimismo, está prevista la asistencia de más de 250 personas.

Después del gran éxito de participación y de los excelentes resultados obtenidos en los 'showcookings' del Grupo Nove, promovidos por Turismo de Galicia en Madrid y Santiago de Compostela, llega esta nueva oportunidad para demostrar en un de los principales destinos turísticos del país y ciudad de la que procede un gran número visitas a Galicia, la gran capacidad creativa e innovadora de la cocina gallega y el alto nivel de sus profesionales.

Tradición culinaria y vanguardia

Galicia está agraciada por una tierra rica y fértil y un litoral con una gran riqueza marina. Esto unido a la labor de todos los marineros, agricultores y ganaderos gallegos hace que tengamos unos productos de primera calidad. En concreto, nuestra comunidad cuenta con la mayor variedad de frutos del mar del mundo y somos el primer productor y consumidor español de pescado. Además poseemos más de treinta productos reconocidos como productos gallegos de calidad, entre los que sobresalen los vinos pertenecientes a cinco Denominaciones de Origen Vitivinícola.

Los cocineros gallegos aprovechan esta materia prima para elaborar platos de vanguardia donde se combina la tradición culinaria que se fue elaborando de generación en generación durante décadas, con incorporaciones actuales que otorgan diferenciación y valor añadido al hecho de degustar un plato elaborado en Galicia.

Varios de los restaurantes fueron galardonados con diferentes distintivos tanto a nivel nacional como internacional, localizándose en Galicia más de 50 restaurantes certificados con la Q de Calidad Turística a los que hay que añadir los 11 que obtuvieron el prestigioso reconocimiento de Estrella Michelin y las 29

Páginas Vistas Día

4.707

Visitas Únicas Día

2.824

Usuarios Únicos Día

941

CRONICASDELAEMIGRACIÓN.com

Valor Pub: 3,1 €

Reputación: 195

Ranking: 49.846,0

17-Nov-2014

PORCENTAJE: 16%

distinciones Soles Repsol.

Estas distinciones repercuten directamente en la percepción de Galicia como destino enogastronómico. La gastronomía se convirtió en uno de los principales atractivos de nuestro destino y un potente elemento de fidelización.

Concretamente es la segunda motivación, tras la naturaleza por la que los turistas nos eligen como destino.

Plan Integral de Turismo de Galicia

El Plan Integral de Turismo de Galicia identifica la gastronomía del destino como una de sus fortalezas y la variedad y calidad de los productos enogastronómicos como elementos que constituyen ventajas competitivas y diferenciales respecto de otros destinos.

De este modo, este Plan Integral incluye una línea estratégica centrada en la oferta turística basada en el patrimonio y en los recursos endógenos, buscando la desestacionalización y los nuevos públicos. En esta línea figura la acción de puesta en marcha del programa para desarrollar y promover el producto transversal del turismo enogastronómico en la que se enmarcan iniciativas como la que tendrá lugar este mes en la ciudad condal.

Nueva marca de promoción turística de Écija

Publicado 17 nov 2014 Por : gmdifusion Comentarios: 0

La Iglesia de los Descalzos fue el escenario elegido el pasado 13 de noviembre para presentación de la nueva marca de promoción turística del Ayuntamiento de Écija y de las distintas acciones promocionales en las que se está trabajando desde el Área de Desarrollo Turístico y Empresarial.



En dicho sentido, la antigua marca de la Ciudad "Écija Grande de España" da un giro de 360 grados para adaptarse a las nuevas tendencias en diseño y marketing online, una nueva marca que se identifica con las cualidades del producto turístico Écija, basado en diferentes experiencias para vivir la esencia de la Ciudad. De esta manera, según el Responsable Municipal, Rafael Benítez, "a través de Écija Grande de España se pretendía conocer Écija en toda España y no sólo por ser la sartén de Andalucía. Ahora con esta nueva marca se va a identificar con un destino distinto donde la riqueza patrimonial es muy grande y somos un referente a nivel Nacional e Internacional. La gama Welcome Premium Experiencie continúa, pero acompañado de esta

nueva marca”.

Además, a lo largo de la jornada Rafael Benítez ha informado de todos los proyectos en los que se está trabajando desde el Área, como la plataforma “Écija City Experience”, una plataforma privada en la cual el turista puede planificar sus viajes, pero también permite a los empresarios añadir de manera gratuita su oferta. También a través de la campaña de Spain.info, Écija tiene un sitio prioritario en esta página web donde los turistas pueden conocer toda la información turística de España, una plataforma gratuita preparada para la comercialización directa con el consumidor final, en la que todos los empresarios tienen la oportunidad de manera gratuita de anunciarse con el consiguiente ahorro de gastos en publicidad, y esto se ha conseguido gracias al esfuerzo del Ayuntamiento con la Secretaría de Estado de Turismo. Destaca también, la homologación del destino para el programa “Europe Senior Tourism de Segittur”, Écija se encuentra entre los destinos “Europe Senior Tourism de Segittur”, es decir, destinos, municipios o agrupaciones de municipios bajo una misma marca turística, que ofrecen las mejores condiciones para recibir a los turistas seniors europeos en temporada media o baja. Somos treinta los municipios Españoles homologados, el único en la Provincia de Sevilla, y dentro de los siete que hay en Andalucía. Ya nos han seleccionado varias empresas para comercializar Écija como destino”.

Además, se están llevando a cabo diversas acciones de promoción turística de Écija, añade Benítez “como las distintas colaboraciones que se realizan con Prodetur, como la aparición en una guía de promoción turística del Barroco, donde aparece Écija como máximo exponente del Barroco. Vamos a ser el segundo Municipio de la Provincia que vamos a tener coches de caballos turísticos, estamos trabajando en ello. También, nos hemos adherido al Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, SICTED, que conlleva que el cliente que viene de fuera conozca que tenemos unos servicios de calidad. Además, la Oficina Municipal de Información Turística cuenta con el distintivo de la Q de calidad turística. Entre otras acciones promocionales, estamos ya preparando la cuarta edición del Symposium Internacional Ecuestre previsto para el mes de abril; hemos llevado a cabo distintas colaboraciones con medios de comunicación; cursos de formación turísticas para los Policías Locales; así como, la firma de un Convenio de Colaboración con el Ayuntamiento de Sevilla, con lo cual nos vamos a beneficiar de campañas que realicen en Sevilla”.

Además, el Municipio de Écija se ha promocionado durante varios meses en la Localidad Malagueña de Marbella, lo que ha propiciado según el Edil, que empresarios Malagueños se interesen por nuestra Ciudad.

Asimismo, por parte del Consistorio, se está preparando un Plan de Señalización Turística, no solamente para el caso histórico de Écija, sino para toda la Ciudad que no va a suponer ningún coste económico para el Ayuntamiento y que se trata de una señalítica normalizada a nivel Europeo. Se está trabajando también por parte del Ayuntamiento según Benítez “en que el Centro Ecuestre de alto rendimiento, la Escuela Hípica sea una realidad”.

Otro proyecto importante es el Parque Arqueológico de los Reales Alcaceres, un Parque Arqueológico con piezas únicas en el mundo, en lo que se lleva trabajando durante años, y en el que se está elaborando ya un Plan Director.

Además a lo largo de la jornada, los asistentes pudieron disfrutar de una charla coloquio sobre comercialización de productos con un invitado experto en la materia, Alejandro Valiente.

Páginas Vistas Día

3.240

Visitas Únicas Día

1.944

Usuarios Únicos Día

648

EUROMUNDOGLOBAL.com

Valor Pub: 4,0 €

Reputación: 68

Ranking: 29.906,0

17-Nov-2014

PORCENTAJE: 30%

Aviación y Turismo

VER

La OMT respalda el modelo de gestión desarrollado por Miguel

Mirones en el último año

El presidente de Miembros Afiliados ha presentado el informe de su plan de acción en el 99º Consejo Ejecutivo de la OMT

17/11/2014@09:18:32 GMT+1

Me gusta 0

Recomendar

Por Enrique Sáncho

Miguel Mirones, presidente de Miembros Afiliados (MA) de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y del Instituto para la Calidad Turística Española, ha presentado la semana pasada el último informe de la organización que preside en Samarcanda, Uzbekistán, donde se ha celebrado el 99º Consejo Ejecutivo de la OMT. La presentación ha consistido en una exposición detallada de las actividades que se han desarrollado desde el anterior Consejo Ejecutivo –celebrado el pasado mes de junio en Santiago de Compostela– que se centró en la agenda de eventos y actividades que se iban a implementar desde Miembros Afiliados.

La intervención del máximo responsable de este organismo ha suscitado un gran interés entre los asistentes, tras la cual se ha abierto un animado debate sobre el importante papel que debe desempeñar MA en el seno de la OMT. Representantes de varios países procedentes de las diferentes regiones reconocidas por la OMT participaron en el debate y felicitaron al presidente por los resultados del informe de actividades. Todos ellos expresaron su deseo de que los buenos resultados que se están obteniendo en esta etapa con las actuaciones realizadas desde MA se extiendan a todas las regiones del mundo, aprovechando para ello la celebración anual de las diferentes Comisiones Regionales (África, Las Américas, Asia Oriental y el Pacífico, Asia Meridional, Europa).

Miguel Mirones trasladó a todos los países miembros el compromiso que ha adquirido como presidente de MA para diversificar las actuaciones de esta institución por todo el mundo, haciendo todo lo posible para que en 2015 se concrete dicha actividad a través de la celebración de seminarios técnicos, adaptados a las necesidades de cada región, durante los Comisiones Regionales. Igualmente, Mirones explicó a todos los asistentes que Miembros Afiliados es la mayor red privada de turismo existente en el mundo y que, siendo la OMT la única agencia de la ONU que acepta agentes privados en su seno, debe ser compromiso de todos los miembros apoyar las actividades de esta organización, así como colaborar en la captación de nuevos afiliados y promover actuaciones destinadas al sector privado representado por MA en los diferentes países.

El debate finalizó con la aprobación unánime del informe, el aplauso de los participantes, y un reconocimiento expreso por parte del presidente del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo, que en la actualidad ostenta el ministro del ramo de Indonesia, quien puso en valor la gestión realizada por Miguel Mirones desde que a finales de 2013 fuera proclamado presidente de MA.

Para más información:

Instituto para la Calidad Turística Española

Tel.: 91 533 10 00

info@icte.es

www.icte.es

Bienestar Salud y Belleza

España quiere convertirse en uno de los países líderes en turismo de salud



Impulso de "Spaincare", un proyecto de colaboración público-privado con 2,7 millones de presupuesto

17/11/2014@09:16:02 GMT+1

Me gusta 0

Recomendar

Por Enrique Sancho

Los objetivos están claros: posicionar a España como referente en el mercado del Turismo de Salud internacional y captar turistas de salud para que acudan a centros sanitarios privados, balnearios o establecimientos socio-sanitarios en España. Y las cifras, también: actualmente se estima que unas 100.000 personas vienen a nuestro país para algún tratamiento de salud, desde estancias en balnearios a realización de trasplantes. Pero se cree que estas cifras son muy bajas y se confía en que puedan duplicarse en dos o tres años. No es mucho pedir para un país que recibirá este año cerca de 66 millones de turistas.



Algunos de estos datos se han facilitado en la presentación del proyecto "SpainCare", una apuesta en la que están implicados, entre otros, la Secretaría de Estado de Turismo, diversas asociaciones e institutos de Sanidad, los agentes de viajes y transportes, hoteleros, balnearios, el Instituto para Calidad Turística Española y la Escuela de Organización Industrial. Todos ellos bajo el paraguas general del llamado Clúster Español de Turismo de Salud. En el proyecto se lleva meses trabajando pero es ahora cuando comienza a andar y para hacerlo cuenta con un presupuesto de 2,7 millones de euros para los próximos dos años.

Más cifras para avalar la iniciativa. En lo que a Sanidad se refiere, España realiza el 5% de los trasplantes mundiales, dispone de 21 acreditaciones JCI (Joint Commission International), que se considera a nivel mundial como el sistema más prestigioso para la evaluación de centros sanitarios, tiene 25 robots da Vinci, equipos de cirugía robótica de alta tecnología, más de 100 balnearios con aguas mineromedicinales, más de 2.500 centros de atención a la dependencia y casi 10.000 ensayos clínicos. La Sanidad representa en España el 9,3% del PIB y la esperanza de vida es la primera de Europa con más de 82 años de promedio (85 las mujeres) y la tercera a nivel mundial. Y los datos de turismo son igualmente espectaculares, aunque suelen ser más conocidos: 66 millones de turistas se esperan para este año, la segunda red mundial más grande de trenes de alta velocidad, decenas de aeropuertos, 10,2% del PIB, 44 lugares Patrimonio de la Humanidad, gran oferta cultural, de ocio, deporte, gastronomía... y, por supuesto, mucho sol y playa.

Cifras mundiales

Aunque no existen estadísticas claras, se estima que once millones de personas se desplazan cada año de un país a otro con el objetivo de mejorar su salud o su aspecto físico, generando cifras de negocio entre 30.000 y 40.000 millones de euros. Cada paciente gasta aproximadamente entre 2.700 y 4.000 euros por desplazamiento, según datos de la publicación Patients Beyond Borders, la fuente más fiable en viajes médicos.

El turismo de salud tiene un gran potencial de crecimiento, como lo demuestra la rápida expansión que está registrando en otros países. Sin embargo, en España, su escasa comercialización como producto turístico, la ausencia de promoción o la carencia de una cultura sanitaria en los agentes turísticos son algunos de los factores que frenan su desarrollo. La puesta en marcha del Clúster Español de Turismo pretende cambiar todo eso. Entre las ventajas que ofrece España están: sanidad excelente y reconocida a nivel mundial y un sector turístico fuerte, especialidades y técnicas de reconocido prestigio: reproducción asistida, estética, oftalmología, cirugías cardiovasculares, oncología; precios competitivos con respecto a Europa en odontología y en estética; tradición de demanda de turismo de países europeos de alto poder adquisitivo: Reino Unido, Alemania, Italia, Francia, Rusia y Países Bajos.

Según las estimaciones del presidente del Clúster Español de Turismo de Salud, Íñigo Valcaneras, la cooperación con el Ministerio de Industria y Turismo en esta materia podría situar a España entre los tres primeros países a nivel mundial en este segmento sanitario, acortando la distancia que le separa de otros países. "Nuestros sectores son mucho más competitivos desde el punto de vista de salud y turismo, más aún cuando pongamos en marcha todo nuestro potencial con esta iniciativa", asegura Valcaneras.

Para ello, el Clúster, a través de la Fundación EOI y la Secretaría de Estado de Turismo, y las empresas privadas han firmado

Páginas Vistas Día

3.240

Visitas Únicas Día

1.944

Usuarios Únicos Día

648

EUROMUNDOGLOBAL.com

Valor Pub: 3,1 €

Reputación: 68

Ranking: 29.906,0

17-Nov-2014

PORCENTAJE: 23%

dos convenios para la realización de actividades que ayuden a situar a España como referente en turismo de salud, impulsen la captación de pacientes en el extranjero, generando riqueza y puestos de empleo en el país. Según la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, esta iniciativa va en la línea del objetivo de diversificación turística que se persigue desde el Gobierno, "buscando un producto de calidad y una mejora de la rentabilidad del sector". La iniciativa incluye actividades de promoción y captación de turistas en países como Reino Unido, Alemania, Bélgica, Suecia, Noruega, Finlandia, Rusia, Marruecos y Estados Unidos, todo ello bajo la marca 'SpainCare'. Según indica Miguel Mirones, presidente del Instituto para la Calidad Turística Española y vicepresidente del Clúster Español de Turismo de Salud: "Esperamos que cuando un turista se haga un tratamiento, 'SpainCare' sea su referencia". El próximo mes de noviembre será presentada la nueva web del Clúster, en la que se contará con un buscador de servicios en función de distintos parámetros, una zona específica para usuarios registrados, posibilidad de realizar toda la contratación y compra del tratamiento sanitario, comunicación inmediata con los usuarios, información sobre centros, tratamientos e intervenciones y noticias y videos sobre los avances médicos disponibles en Spaincares.





SEVILLA



El III Plan de Calidad Turística pretende reforzar la posición de Andalucía como destino de excelencia

La Consejería de Turismo y Comercio aprobará próximamente la nueva estrategia, que cuenta con el respaldo de los agentes del sector

ECO



Poca actividad social
¿QUÉ ES ESTO?

0



0



0



0



0



0



0

EUROPA PRESS. 18.11.2014

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, ha informado al Consejo de Gobierno de la próxima aprobación de una orden para la puesta en marcha del III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020, una iniciativa que contará con 20 millones de presupuesto y que 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.

[Ampliar foto](#)

Según ha explicado el consejero del ramo en la rueda de prensa posterior a la reunión del Consejo de Gobierno, la nueva planificación 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 profesionalización y la mejora del empleo en el sector, y el impulso de modalidades de turismo desestacionalizadas y respetuosas con el medio ambiente y con la diversidad territorial.

El documento, que cuenta con el consenso de los agentes socioeconómicos que forman parte de la Mesa del Turismo, consta de tres líneas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

Respecto a anteriores planes, el previsto para los próximos seis años tiene un carácter flexible (abierto a nuevas actuaciones) y medible (con un sistema de indicadores para su evaluación). Igualmente, profundiza en áreas transversales como la accesibilidad y la búsqueda de sinergias con otros sectores económicos como el comercio y la artesanía.

Una de las prioridades de la nueva estrategia es el impulso a las certificaciones de calidad para las empresas, espacios y destinos. Actualmente, el sector turístico andaluz acumula un total de 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, el Compromiso de Calidad Turística Sicted, la Etiqueta Doñana 21 y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Páginas Vistas Día
3.428.410

Visitas Únicas Día
1.393.990

Usuarios Únicos Día
1.146.343



Valor Pub: 1.152,5 €

Reputación: 20991

Ranking: 31,0

18-Nov-2014

PORCENTAJE: 7%

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 al cierre del ejercicio pasado (el 36,1 por ciento del total). A continuación se sitúan Sevilla, con 310 (15,4 por ciento), y Cádiz, con 274 (14,4 por ciento).

El sector turístico representa en torno al 13 por ciento del Producto Interior Bruto regional. Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras.

Los viajeros aumentaron su estancia media en cerca de medio día y el gasto en 26 euros hasta alcanzar los 569, lo que permitió situar en 16.300 millones los ingresos totales generados por la actividad (un 3,8 por ciento más en relación con el ejercicio anterior).

Páginas Vistas Día
35.424

Visitas Únicas Día
17.667

Usuarios Únicos Día
15.391

ANDALUCIAINFORMACION.es

Valor Pub: 30,6 €

Reputación: 1040

Ranking: 97.845,0

18-Nov-2014

PORCENTAJE: 11%

ANDALUCÍA | TURISMO

La Junta impulsa un nuevo modelo turístico basado en la calidad y accesibilidad

El Consejo de Gobierno andaluz ha dado hoy 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, ha informado 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 ha aprobado también el Plan Director de Ferias y Congresos 2014-2016, a iniciativa del sector, con el fin de

18-Nov-2014
PORCENTAJE: 42%

darle "mayor rentabilidad" a las 570 instalaciones receptoras de reuniones existentes en Andalucía, mediante la creación de la marca "Andalucía Congresos".

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 ha recalcado que no es un plan "fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector", ha incidido 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 ha reiterado hoy 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 (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", ha remachado.

A su juicio, la reforma laboral "impuesta" por el PP "incita a la precariedad, la baja formación y la inestabilidad", por lo que ha pedido 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", ha dicho.

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.

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

Páginas Vistas Día
35.424

Visitas Únicas Día
17.667

Usuarios Únicos Día
15.391

ANDALUCIAINFORMACION.es

Valor Pub: 22,6 €

Reputación: 1040

Ranking: 97.845,0

18-Nov-2014

PORCENTAJE: 8%

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 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 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).

Páginas Vistas Día

144.152

Visitas Únicas Día

53.170

Usuarios Únicos Día

40.494



Valor Pub: 389,0 €

Reputación: -

Ranking: ,0

18-Nov-2014

PORCENTAJE: 38%

CONSEJO GOBIERNO

Andalucía impulsa un nuevo modelo turístico de calidad y accesibilidad

El Consejo de Gobierno andaluz ha dado hoy 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.

18/11/2014 Informativos CanalSur



El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, ha informado 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 ha aprobado 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 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 ha recalcado que no es un plan "fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector", ha incidido 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 el empleo en el sector, Rodríguez ha reiterado hoy 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 (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", ha remachado.

A su juicio, la reforma laboral "impuesta" por el PP "incita a la precariedad, la baja formación y la inestabilidad", por lo que ha pedido 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", ha dicho.

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.

Páginas Vistas Día

144.152

Visitas Únicas Día

53.170

Usuarios Únicos Día

40.494



Valor Pub: 214,1 €

Reputación: -

Ranking: ,0

18-Nov-2014

PORCENTAJE: 20%

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 infraestructuras 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.

Esta tipología turística 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 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).

Páginas Vistas Día

123.291

Visitas Únicas Día

30.844

Usuarios Únicos Día

25.916

CÓRDOBA
www.diariocordoba.com

Valor Pub: 290,1 €

Reputación: 1821

Ranking: 1.402,0

18-Nov-2014

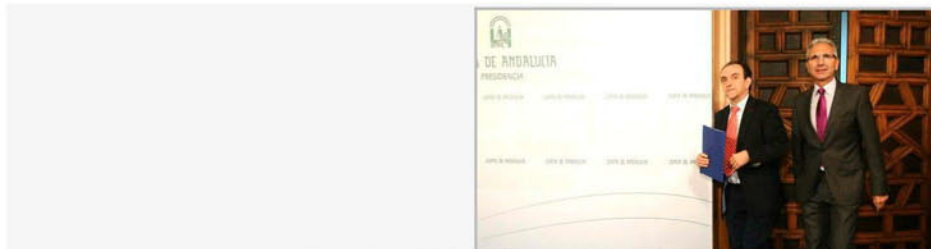
PORCENTAJE: 55%

REUNION 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

19/11/2014 EFE



El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, (i) y el portavoz del Ejecutivo, Miguel Ángel Vázquez.
EFE

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.

El consejero, que recalcó 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 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 "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.

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).

La Junta impulsa un nuevo modelo turístico basado en la calidad y la accesibilidad

El Plan de Calidad Turística, dotado con 20 millones, incluye la implantación de buenas prácticas en la gestión de los servicios y de nuevas tecnologías en la gestión empresarial, entre otras medidas.

EFE, SEVILLA | ACTUALIZADO 18.11.2014 - 16:37

2 comentarios 2 votos

Twitter 1

COMPARTIR

El **Consejo de Gobierno** andaluz ha dado 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**, ha informado 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 ha aprobado 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 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 ha recalcado que no es un plan "fruto de laboratorio, sino de horas de reuniones con el sector", ha incidido 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 ha reiterado 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 (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", ha remachado. A su juicio, **la reforma laboral "impuesta" por el PP** "incita a la precariedad, la baja formación y la inestabilidad", por lo que ha pedido 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", ha dicho.

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.

Como fortalezas, el plan subraya la variedad de la oferta, la profesionalización, el clima, las infraestructuras 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.

Esta tipología turística 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 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).

TURISMO

Andalucía invertirá 20 millones en impulsar un nuevo modelo turístico

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 | ACTUALIZADO 19.11.2014 - 10:11

0 votos

COMPARTIR

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 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 recalcó 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 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.

El nuevo plan de calidad turística pasa el trámite del Consejo de Gobierno andaluz

El proyecto, que será aprobado próximamente, contempla medidas para seguir siendo competitivos

 PILAR MARTÍNEZ | MÁLAGA

 @pmartinezsur

18 noviembre 2014

16:01



El Consejo de Gobierno andaluz ha conocido esta mañana 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 socioeconómicos que forman parte de la Mesa del Turismo, consta de tres líneas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y 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. Málaga 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.

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

19 noviembre 2014
00:19



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

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 socioeconómicos 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. Málaga 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.

— ESTARA DOTADO CON 20 MILLONES —

El III Plan de Calidad Turística pretende reforzar la posición de Andalucía como destino de excelencia

◀ El Plan Director de Ferias y Congresos prevé situar a Andalucía como "líder" de este segmento

Directorio: Turismo Andalucía Comercio Doñana



Foto: EUROPA PRESS/JUNTA

La Consejería de Turismo y Comercio aprobará próximamente la nueva estrategia, que cuenta con el respaldo de los agentes del sector

SEVILLA, 18 Nov. (EUROPA PRESS) -

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, ha informado al Consejo de Gobierno de la próxima aprobación de una orden para la puesta en marcha del III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020, una iniciativa que contará con 20 millones de presupuesto y que 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.

Según ha explicado el consejero del ramo en la rueda de prensa posterior del Consejo de Gobierno, la nueva planificación incluye medidas para la mejora de las buenas prácticas en la gestión de los servicios y de nuevas tecnologías en la gestión empresarial; la protección del viajero; la profesionalización y la mejora del empleo en el sector, y el impulso de modalidades de turismo desestacionalizadas y respetuosas con el



2



6



?



Seguir a @e



medio ambiente y con la diversidad territorial.

El documento, que cuenta con el consenso de los agentes socioeconómicos que forman parte de la Mesa del Turismo, consta de tres líneas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

Respecto a anteriores planes, el previsto para los próximos seis años tiene un carácter flexible (abierto a nuevas actuaciones) y medible (con un sistema de indicadores para su evaluación). Igualmente, profundiza en áreas transversales como la accesibilidad y la búsqueda de sinergias con otros sectores económicos como el comercio y la artesanía.

Una de las prioridades de la nueva estrategia es el impulso a las certificaciones de calidad para las empresas, espacios y destinos. Actualmente, el sector turístico andaluz acumula un total de 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, el Compromiso de Calidad Turística Sicted, la Etiqueta Doñana 21 y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 al cierre del ejercicio pasado (el 36,1 por ciento del total). A continuación se sitúan Sevilla, con 310 (15,4 por ciento), y Cádiz, con 274 (14,4 por ciento).

El sector turístico representa en torno al 13 por ciento del Producto Interior Bruto regional. Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras.

Los viajeros aumentaron su estancia media en cerca de medio día y el gasto en 26 euros hasta alcanzar los 569, lo que permitió situar en 16.300 millones los ingresos totales generados por la actividad (un 3,8 por ciento más en relación con el ejercicio anterior).

La Junta regulará en enero 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

19 noviembre 2014
09:50



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



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 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 socioeconómicos 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. «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.

Turismo

El III Plan de Calidad Turística reforzará la posición de Andalucía como destino sostenible y de excelencia

La Consejería de Turismo y Comercio aprobará próximamente la nueva estrategia, que cuenta con el respaldo de los agentes del sector

18/11/2014



Compartir en:

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, ha informado al Consejo de Gobierno 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.

La nueva planificación 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 profesionalización y la mejora del empleo en el sector; y el impulso de modalidades de turismo desestacionalizadas y respetuosas con el medio ambiente y con la diversidad territorial.

Audio (mp3)

Rodríguez ha precisado que el Plan, que contempla 51 actuaciones y cuenta con un previsión plurianual de 20 millones de euros procedentes de Fondos Europeos, apoyará también a segmentos turísticos emergentes e innovadores, como el turismo industrial o el gastronómico.

El documento, que cuenta con el consenso de los agentes socioeconómicos que forman parte de la Mesa del Turismo, consta de tres líneas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

Respecto a anteriores planes, el previsto para los próximos seis años tiene un carácter flexible (abierto a nuevas actuaciones) y medible (con un sistema de indicadores para su evaluación). Igualmente, profundiza en áreas transversales como la accesibilidad y la búsqueda de sinergias con otros sectores económicos como el comercio y la artesanía.

Una de las prioridades de la nueva estrategia es el impulso a las certificaciones de calidad para las empresas, espacios y destinos. Actualmente, el sector turístico andaluz acumula un total de 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, el Compromiso de Calidad Turística Sicted, la Etiqueta Doñana 21 y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 al cierre del ejercicio pasado (el 36,1% del total). A continuación se sitúan Sevilla, con 310 (15,4%), y Cádiz, con 274 (14,4%).

El sector turístico representa en torno al 13% del Producto Interior Bruto regional. Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras. Los viajeros aumentaron su estancia media en cerca de medio día y el gasto en 26 euros hasta alcanzar los 569, lo que permitió situar en 16.300 millones los ingresos totales generados por la actividad (un 3,8% más en relación con el ejercicio anterior).

El consejero de Turismo ha recordado el liderazgo turístico de Andalucía en el conjunto de España, y ha señalado que 2014 se perfila como el "mejor año turístico" de la historia de la comunidad autónoma.

EMPRESAS

El III Plan de Calidad Turística pretende reforzar la posición de Andalucía como destino de excelencia

lainformacion.com

martes, 18/11/14 - 19:18

comentar [0]

La **Consejería de Turismo** y Comercio aprobará próximamente la nueva estrategia, que cuenta con el respaldo de los agentes del sector



El III Plan de Calidad Turística pretende reforzar la posición de Andalucía como destino de excelencia



Temas Andalucía | Consejería de Turismo | Consejo de Gobierno | Cádiz | Economía (general) | Empresas | Indicadores económicos | Málaga | Política ambiental | Sevilla | Turismo y tiempo libre



La Consejería de Turismo y Comercio aprobará próximamente la nueva estrategia, que cuenta con el respaldo de los agentes del sector

SEVILLA, 18 (EUROPA PRESS)

El consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, ha informado al **Consejo de Gobierno** de la próxima aprobación de una orden para la puesta en marcha del III Plan de Calidad Turística de **Andalucía** 2014-2020, una iniciativa que contará con 20 millones de presupuesto y que 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.

Según ha explicado el consejero del ramo en la rueda de prensa posterior a la reunión del Consejo de Gobierno, la nueva planificación 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 profesionalización y la mejora del empleo en el sector, y el impulso de modalidades de turismo desestacionalizadas y respetuosas con el **medio ambiente** y con la diversidad territorial.

El documento, que cuenta con el consenso de los agentes socioeconómicos que forman parte de la Mesa del Turismo, consta de tres líneas estratégicas (excelencia, innovación y formación, y coordinación y diálogo) y nueve programas específicos.

Páginas Vistas Día
748.910

Visitas Únicas Día
325.000

Usuarios Únicos Día
149.782



Valor Pub: 508,9 €

Reputación: 7785

Ranking: 152,0

18-Nov-2014

PORCENTAJE: 17%

Respecto a anteriores planes, el previsto para los próximos seis años tiene un carácter flexible (abierto a nuevas actuaciones) y medible (con un sistema de indicadores para su evaluación). Igualmente, profundiza en áreas transversales como la accesibilidad y la búsqueda de sinergias con otros sectores económicos como el comercio y la artesanía.

Una de las prioridades de la nueva estrategia es el impulso a las certificaciones de calidad para las **empresas**, espacios y destinos. Actualmente, el sector turístico andaluz acumula un total de 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, el Compromiso de Calidad Turística Sicted, la Etiqueta Doñana 21 y la Marca Parque Natural de Andalucía.

Por provincias, Málaga es la que concentra el mayor número de certificaciones, con 685 al cierre del ejercicio pasado (el 36,1 por ciento del total). A continuación se sitúan Sevilla, con 310 (15,4 por ciento), y **Cádiz**, con 274 (14,4 por ciento).

El sector turístico representa en torno al 13 por ciento del Producto Interior Bruto regional. Durante el pasado año, Andalucía recibió 21,6 millones de turistas, que generaron 41,2 millones de pernoctaciones hoteleras.

Los viajeros aumentaron su estancia media en cerca de medio día y el gasto en 26 euros hasta alcanzar los 569, lo que permitió situar en 16.300 millones los ingresos totales generados por la actividad (un 3,8 por ciento más en relación con el ejercicio anterior).

(EuropaPress)