HOSTELSUR

Andalucía

El periódico mensual del Turismo y la Hostelería en Andalucía • DECANO DE LA PRENSA TÉCNICA ANDALUZA

Año 36 Nº 352 NOVIEMBRE-DICIEMBRE 2022 Difusión por correo FRANQUEO CONCERTADO Nº 18/50 www.hostelsur.com

Entrevista

El presidente de AVVAPro defiende la profesionalidad y la calidad del alojamiento turístico P10-11

GRANADA

Sierra Nevada inaugura temporada P7

Marifrán Carazo y Jesús Ibáñez, presidenta y consejero delegado de Cetursa, aperturaban la estación invernal el pasado día 2 de diciembre.

PERSPECTIVAS 2022/23
En este invierno, según el informe Smart Observatory, se espera superar los niveles de ocupación precovid. P5

H&T 2023
La próxima edición que se celebrará del 6 al 8 de febrero, en Málaga, tiene ya el 90% contratado. P8

GRANADA 'MIL Y UNA'
La Alpujarra: una decena de pequeños pueblos blancos conforman la mágica comarca granadina. P14-15

GUÍA 2023 MICHELÍN
Tres 'Estrellas' para Andalucía: La Finca(Granada), Kaleja (Málaga) y Código de Barra (Cádiz). P23

Turismo, Cultura y Deporte contará con 512,8 millones para el año 2023

Presupuesto El importe destinado supone un incremento del 42% respecto al año 2021. P6

La ocupación hotelera creció el 20,7% en octubre

El informe sobre coyuntura turística hotelera publicado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), el pasado día 24 de noviembre, confirma que las pernoctaciones durante el mes de octubre superaron en Andalucía los 4,5 millones, un 20,7% más, si lo comparamos con octubre de 2021, cuando las pernoctaciones fueron de 3,8 millones. P2-3

INFORME OCTUBRE 2022/ COYUNTURA TURÍSTICA HOTELERA (EOH/IPH/IRSH)

Las pernoctaciones hoteleras subieron en Andalucía el 20,7% interanual

Líder turismo nacional Andalucía se consolidada como principal destino de las estancias de los residentes en España en el mes de octubre con un 1,8 millones de pernoctaciones, representado el 18,7% del total nacional que sumó 9,8 millones

Redacción/ **HOSTELSUR**

Según datos extraídos de la Encuesta de Coyuntura Hotelera del Instituto Nacional de Estadística (INE), publicados el pasado día 24 de noviembre, durante el mes de octubre las pernoctaciones en establecimientos hoteleros superaron en España los 30 millones –sumando los residentes en España y los residentes en el extranjero–, lo que supone un aumento del 25,4% respecto al mismo mes de 2021, cuando hubo 23,9 millones. En Andalucía el total de pernoctaciones ascendieron en octubre a 4,6 millones, con un incremento del 20,7%, si lo comparamos igualmente con octubre de 2021, cuando las pernoctaciones fueron de 3,8 millones.

Atendiendo a la procedencia, las pernoctaciones de los viajeros residentes en España superaron los 9,7 millones en el total nacional, Andalucía (1,8 millones), lo que en España representa un 32,6% del total, en Andalucía el 39,8%. Por su parte, las de los no residentes se sitúan por encima de los 20,2 millones en el total nacional, mientras que en Andalucía sumaron las pernoctaciones por encima de los 2,7 millones.

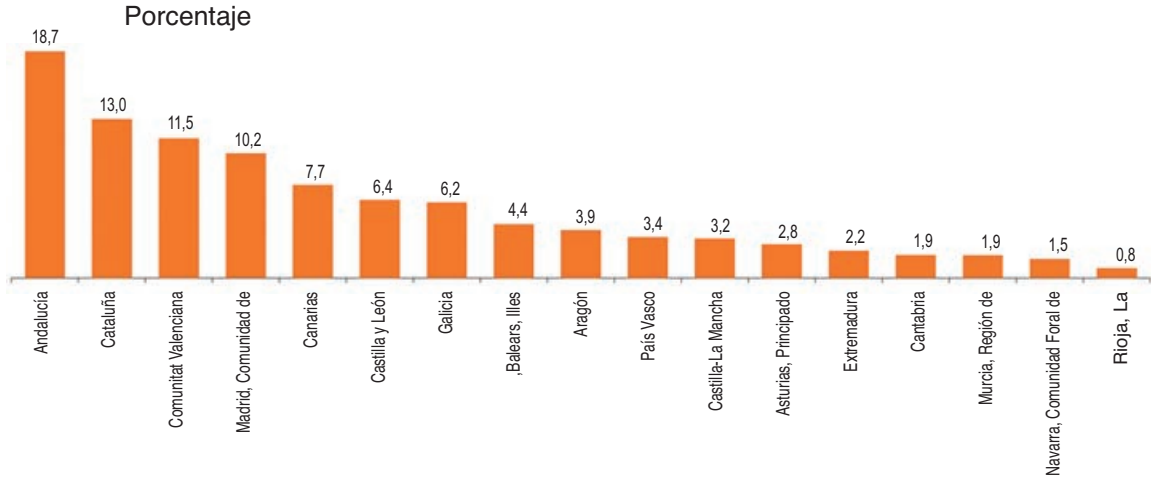
Por otro lado, la estancia media aumenta un 4,6% respecto a octubre de 2021, situándose en 3,1 pernoctaciones por viajero, y durante los 10 primeros meses de 2022; es decir, en el acumulado del año, las pernoctaciones se incrementan un 98,1% respecto al mismo periodo del año anterior.

Provincias Andalucía

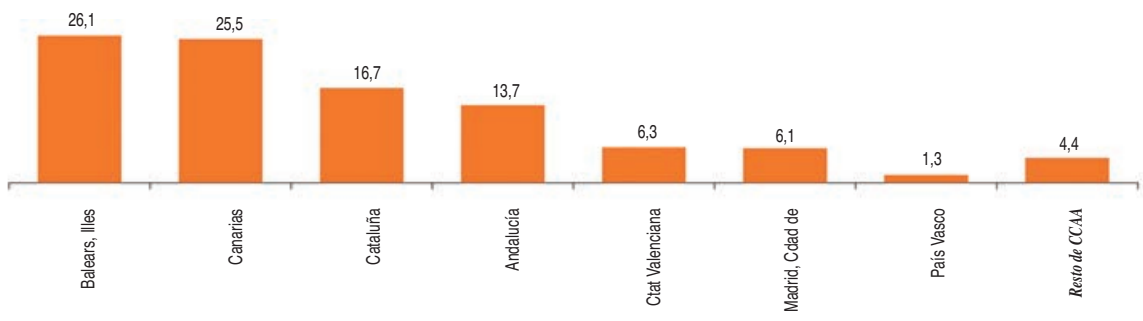
Todas las provincias andaluzas presentaron un aumento en el número de visitantes y estancias en hoteles durante el pasado mes frente a octubre de 2021, excepto la provincia de Jaén que descendió ligeramente, 4.045 viajeros menos. Málaga, Sevilla y Granada registraron los mayores crecimientos tanto en viajeros como en pernoctaciones. Le siguieron por orden las provincias de Cádiz, Córdoba, Almería, Huelva y Jaén.

Y en cuanto al destino más demandado, en octubre de 2022, y como no podía ser de otra manera, Málaga lidera el ranking entre las provincias andaluzas, siendo la que más visitantes recibió en octubre con un total de 537.555 viajeros, de los que 353.303 eran extranjeros y 184.253 residentes españoles. Sevilla fue la segunda provincia más visitada con un total de 333.812 (169.796 extranjeros y 164.016 españoles); les siguieron, por orden de las más visitadas en el mes de octubre, Granada, 240.238 (93.733 y 139.358); Cádiz con 233.612 (39.686 y 139.879); Córdoba, 107.134 (44.452 y 62.592); Almería, 97.324 (26.914 y 70.410); Huelva, 87.227 (25.322 y 61.904); y Jaén que fue visitada por 54.138 viajeros (6.490 y 47.648).

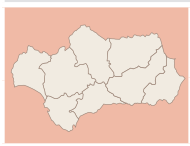
Distribución de pernoctaciones: residentes
Porcentaje



Distribución de pernoctaciones: no residentes
Porcentaje



Encuesta de Ocupación Hotelera. **OCTUBRE 2022**
Viajeros y pernoctaciones por provincias **(ANDALUCÍA)**
Unidades: Viajeros, Pernoctaciones **(Residentes en España y Residentes en el Extranjero)**
Fuente: Instituto Nacional de Estadística



	VIAJEROS 2022M10			PERNOCTACIONES 2022M10		
	Total	Residentes en España	Residentes en el Extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el Extranjero
• Almería	97.324	70.410	26.914	296.622	165.370	131.252
• Cádiz	233.612	139.879	93.733	681.922	326.421	355.501
• Córdoba	107.134	62.592	44.542	183.789	110.326	73.463
• Granada	240.238	139.358	100.880	499.931	272.949	226.983
• Huelva	87.227	61.904	25.322	254.034	158.931	95.102
• Jaén	54.138	47.648	6.490	99.413	87.679	11.734
• Málaga	537.555	184.253	353.303	1.910.205	411.184	1.499.021
• Sevilla	333.812	164.016	169.796	669.375	294.517	374.859
• Andalucía	**1.691.039**	**870.061**	**820.979**	**4.595.292**	**1.827.377**	**2.767.915**
• Total Nacional	**9.744.154**	**4.661.525**	**5.082.629**	**30.008.639**	**9.796.534**	**20.212.105**

Andalucía, destino favorito

Los destinos principales de los viajeros residentes en España en octubre –dentro del Top 3– continúan siendo, y en primer lugar se consolida Andalucía como destino favorito con el 18,7%del porcentaje del total de las pernoctaciones de los residentes españoles; le siguen Cataluña (13%) y Comunidad Valenciana (11,5%).

Destaca el excelente comportamiento del mercado nacional tanto en turistas alojados (870.061) como en estancias (1.837.377). Andalucía obtiene buenos datos también en cuanto a residentes extranjeros (820.979) y de pernoctaciones (2.767.915) .

Por su parte, el principal destino elegido por los no residentes es Illes Balears, con un 26,1% del total de pernoctaciones. Los siguientes destinos son Canarias y Cataluña, con el 25,5% y el 16,7% del total, respectivamente. Andalucía ocupa el cuarto lugar (13,7%) del total de las pernoctaciones de los no residentes españoles.

Según el país de origen

En lo que respecta al país de origen, los viajeros procedentes de Reino Unido y Alemania concentran el 26,6% y el 20,0%, respectivamente, del total de pernoctaciones de no residentes en establecimientos hoteleros en octubre del total del turismo de España.

Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Países Bajos y Estados Unidos(los siguientes mercados

DESTINO FAVORITO. Andalucía se sigue consolidando como destino principal con el 18,7% del porcentaje del total de las pernoctaciones de los residentes nacionales en España.

emisores) suponen el 8,7%, 4,4% y 4,1% del total, respectivamente.

Precios Hoteleros

La tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH) se sitúa en el 11,7% lo que supone 8,8 puntos menos que la registrada en el mismo mes de 2021, y 1,6 puntos menos que la registrada el mes pasado.

Por comunidades autónomas, las mayores subidas de precios hoteleros respecto a octubre de 2021 se dan en Comunidad de Madrid (28,6%) y Cataluña (26,1%). Y la menor en Principado de Asturias, con una tasa de variación anual del 1,4%.

Por categorías, el mayor incremento de precios se produce en los establecimientos de una estrella de plata (23,5%).

Y en lo que se refiere a la rentabilidad del sector hotelero La facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) es de 99,7 euros en octubre, lo que supone un aumento del 10,9% respecto al mismo mes de 2021.

Por su parte, el ingreso medio diario por habitación disponible (RevPAR), que está condicionado por la ocupación registrada en los establecimientos hoteleros, alcanza los 66,4 euros, con una subida del 24,0%.

Por categorías, la facturación media es de 225,9 euros para los hoteles de cinco estrellas, de 102,5 euros para los de cuatro y de 79,2 euros para los de tres estrellas. Los ingresos por habitación disponible para estas mismas categorías son de 158,9, 75,5 y 52,2 euros, respectivamente.

El punto turístico con mayor ADR es Marbella, con una facturación media diaria por habitación ocupada de 180,7 euros. Barcelona presenta el mayor RevPar, con unos ingresos por habitación disponible de 139,7 euros.

RECONOCIMIENTO/ MEJOR CAMPAÑA DE TURISMO DEL MUNDO PARA UNA REGIÓN

«Andalucía, al igual que un destino pionero y líder en el mercado internacional, es un referente en comunicación turística"

Arturo Bernal destacó además la evolución del mensaje a los viajeros

Redacción/ **E.R.V.**

La campaña 'No hay alegría pequeña', realizada por la agencia Proximity para Turismo de Andalucía, ha recibido el premio a la mejor campaña mundial de un destino en la categoría de 'Región', otorgado por el Circuito Internacional de Festivales de Films Turísticos (CIFFT).

Este galardón, considerado el Óscar de la comunicación publicitaria turística, se concede a la campaña de Andalucía tras haber sido premiada durante todo el año en los mejores festivales internacionales, como los celebrados en Japón, Sudáfrica, Grecia, Croacia, Serbia, Portugal y España.

Estos múltiples reconocimientos a la campaña andaluza, que se estrenó a mediados del pasado año y está protagonizada por Antonio Banderas, han permitido que alcance así el primer lugar del ranking en su categoría, por delante de cientos de destinos regionales de todo el mundo.

El consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, ha valorado que Andalucía, "al igual que un destino pionero y líder en el mercado internacional, es un referente en comunicación turística y un ejemplo de cómo evolucionar el mensaje y la forma de contactar con los viajeros potenciales".

Recordó el interés que despertó entre las empresas del sector en su momento el procedimiento público de libre concurrencia para la realización de la nueva campaña creativa, al que se presentaron 14 propuestas y que fue resuelto por un equipo multidisciplinar formado por técnicos de diferentes departamentos de la empresa pública Turismo y Deporte de Andalucía.

Bernal ha destacado que la campaña actual surgida de dicho proceso "presenta una imagen diversa, renovada y moderna del destino" y responde "a la complejidad del actual escenario turístico, en un mercado en constante cambio que reclama ilusión y optimismo, necesitado de Andalucía y su infinita alegría".

HOSTELSUR Andalucía

Edita: GRUPO TRES EDICIONES, S.L.

Redacción, Administración y Publicidad:
Arzobispo Pedro de Castro, s/n.
Edificio. Columba II. Oficina 2. 18013 Granada
Telf.: 958 185 111

Redacción: *redaccion@hostelsur.com*
Administración: *administracion@hostelsur.com*

Impresión: Corporación Gráfica Penibética, S.L.U.
Diseño de Publicidad: Vía Creativos
Deposito Legal: GR 973-2015

EN CUALQUIER CASO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS:
Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta publicación, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa.

Andalucía
Premio Andalucía del Turismo 2008

Premio 'Comunicación' Andalucía del Turismo 2008

Nuevos retos para 2023

A punto de finalizar un año que debería haber sido el de la recuperación de la total normalidad, con la consiguiente recuperación económica que nos hubiese llegado a todos y cada uno de nosotros, resulta que en febrero cambia el escenario de manera abrupta con el inicio del conflicto de Rusia y Ucrania. El encarecimiento de las materias primas, de la energía y de los alimentos, hizo que la inflación se disparase a niveles que no conocíamos desde hacía muchos años.

Con todo ello, el turismo empezó a recuperarse de manera rotunda llegando a alcanzar en muchos momentos cifras, incluso, superiores a las del año 2019. Los datos de empleo del sector turístico en Andalucía durante los meses de verano situaron a nuestra comunidad a la cabeza a nivel nacional de la creación de puestos de trabajo del sector. También las cifras de afiliación a la Seguridad Social durante el mes, concretamente de julio, indicaron que Andalucía fue la comunidad autónoma donde se registraron un mayor incremento interanual de afiliados, por delante de Cataluña, Baleares, Canarias o Comunidad Valenciana.

Aún con estos buenos y esperanzadores datos, no debemos obviar que el sector turismo, y más el de la hostelería, debe de afrontar nuevos retos de cara al nuevo año que se acerca, el 2023. Así lo corrobora también el director de Operaciones de Linkers, selectora y consultora de recursos humanos líder en el sector, quien da cuatro claves principales: en primer lugar, los restaurantes deberán estar basados en la rentabilidad y no en la venta, pues en un entorno empresarial cada vez más competitivo, y con una coyuntura económica poco estable, las cuentas de explotación de los restaurantes deben estar basadas en la rentabilidad de cada una de sus partidas y no en expectativas de venta. En un segundo lugar, será primordial mantener equipos estables y fidelizados, ya que si algo ha cambiado la nueva realidad post-pandemia –ya había empezado antes de la misma– es la necesidad de mantener equipos de trabajo y plantillas estables y fidelizadas. Tercero, habrá que emprender la búsqueda de puestos de dirección y responsabilidad y tener en cuenta que una hostelería cada vez más profesional, ordenada y jerarquizada demanda puestos de dirección y responsabilidad con experiencia, conocimiento y formación. Y en cuarto lugar, será necesario implementar tecnología y procesos de trabajo para contener el alza de los suministros, puesto que con la escalada de precios actuales, las cuentas de gestión de los restaurantes se han visto súbita y sustancialmente modificadas de forma negativa. Por eso es el momento propicio para invertir en tecnología y en procesos internos del restaurante y así poder amortiguar el golpe recibido, gasto corriente no contemplado en las proyecciones anuales.

Sin duda, todos ellos, nuevos y necesarios retos que afrontar cara a 2023!

FAHAT

La patronal andaluza de hoteles y alojamientos turísticos reitera su oposición a una 'Tasa Turística'

Como un asunto "verdaderamente machacón y cansino" es calificado por el sector la posición de los ayuntamientos que están a favor de la aplicación de una mal llamada 'Tasa Turística'.

Ya en el mes de julio, el sector puso de manifiesto su posición calificando el debate iniciado por sólo dos ayuntamientos de los 785 que existen en nuestra Comunidad Autónoma como "una ocurrencia repetitiva y poco seria". No obstante, viendo que estos ni siquiera respetan su compromiso de que si el sector no estaba de acuerdo con esta propuesta abandonarían la idea de aplicar este impuesto, de nuevo este se ve obligado a salir a la palestra para dejar clara la postura del conjunto de los hoteles y establecimientos turísticos de Andalucía al respecto.

Reiteramos que, como bien reconocen dichos ayuntamientos esta es una competencia exclusiva de la Junta de Andalucía, por lo que afectaría al conjunto de todos los municipios andaluces, cuestión esta, que obliga a "debatir" el asunto desde una perspectiva que supera el ámbito local y necesariamente contar con los legítimos representantes del sector a nivel andaluz, cuestión esta, que simplemente no ha ocurrido.

De nuevo incidimos y aclaramos que denominar a esta idea como "Tasa Turística" no es más que un eufemismo ya que se trata de un simple "Impuesto" y que denominarlo Tasa, persigue crear confusión y obviar la verdadera naturaleza de esta medida, que no es otra que el desmedido afán recaudatorio de la administración en general y de la administración municipal en concreto.

Por otra parte el supuesto sentido finalista al que permanentemente se alude de este impuesto nunca se cumple al 100%, destinándose una gran parte a corregir déficits de financiación en otros servicios públicos u otras parcelas de intervención de las administraciones públicas y además es imposible de fiscalizar (experiencia adquirida de la aplicación en otras comunidades autónomas donde la realidad es que jamás se ha hecho un retorno efectivo al sector)

A pesar de ser, por tanto, un impuesto conceptualmente finalista, su adopción tiene algunos riesgos relacionados con su extensión. Este riesgo consiste en que se generalice la idea de que para mejorar determinadas infraestructuras que son necesarias para el correcto desarrollo de los servicios puede siempre implantarse un impuesto adicional relacionado con ese servicio. De esta manera, podría interpretarse que los impuestos se pagan por el hecho de vivir en determinado lugar, pero los servicios han de pagarse aparte en aquellos donde la capacidad de atracción se debe a elementos diferenciales ("ventajas competitivas", en términos de estrategia empresarial) que los hacen menos sensibles a precios como criterio de elección.

El sector se ve en la necesidad de recordar que dando a entender que los turistas no pagan impuestos, se incurre de nuevo en un flagrante error. Esto simplemente no es cierto ya que los impuestos recaudados en nuestra Comunidad Autónoma en todos los ámbitos de la administración vinculados a la actividad turística suponen más de un 15% del total de los impuestos recaudados. Así tenemos impuestos ligados a la producción y los productos y servicios, la recaudación dependiente de la renta de las personas físicas de los empleados vinculados al sector, el impuesto de sociedades o los Impuestos de Bienes Inmuebles como algunos ejemplos a destacar.

También se ha hablado que el cliente estaría dispuesto a asumir ese incremento del precio de su estancia de manera muy ligera y sin fundamento alguno, ya que en una comunidad autónoma donde el 49,11% de su oferta está vinculada al segmento vacacional o de sol y playa, donde el precio juega un factor decisivo a la hora de comercializar el producto, el planteamiento de que un incremento medio del precio del alojamiento es irrelevante en la demanda turística no parece consistente puesto que, si ese incremento fuera posible sin afección a la demanda, sin duda el sector ya lo habría aplicado.

Por otra parte, dejar fuera a aquellas otras formas de alojamiento entre particulares no como por ejemplo las VFT y las VTAR, supone un nuevo elemento discriminatorio entre estos y el sector de establecimientos turísticos reglados por lo que, en este caso, se entiende prioritario frente a la aplicación de la tasa insistir en el afloramiento de ese tipo de alquileres que quedan al margen de los requerimientos legales como instrumento recaudatorio y de garantía de calidad del servicio ofertado.

Por último, desde el sector se quiere hacer un llamamiento al Presidente de la Junta quien en declaraciones recientes daba a entender que esta se "abría a debatir sobre la Tasa Turística". A este respecto el sector reitera su frontal y absoluta oposición a este modelo impositivo, por lo que espera que, agotado el debate del consenso, que a todas luces no existe, se sume y haga suya la posición del sector a este respecto. Con esta actitud se refrendaría las palabras dichas por el Presidente Moreno en su discurso de investidura "bajando impuestos las arcas andaluzas disponen de más dinero para invertir en servicios e infraestructuras para los andaluces".

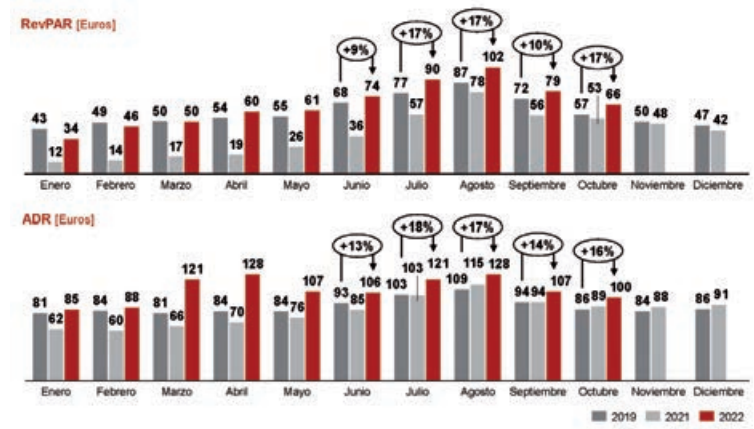
INFORME SMART OBSERVATORY/ TEMPORADA DE INVIERNO DE 2022/23

Las perspectivas de ocupación en invierno superan cifras precovid, pero amenaza una posible recesión

Foto superior, momento de la presentación del Informe.

Factores favorables

Destacan la intención de viaje contenida, el sentimiento positivo e interés por viajar a España y la reactivación del turismo internacional



Evolución de los ingresos por habitación (RevPAR) y de la tarifa media diaria (ADR) en 2019, 2021 y 2022.

Redacción/ **HOSTELSUR**

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y PwC presentaron el pasado día uno de diciembre los datos de evolución del sector turístico durante 2022 y sus perspectivas para invierno de 2023 en una nueva edición del informe Smart Observatory, análisis que la consultora elabora en exclusiva para la patronal. El estudio apunta a que las perspectivas de ocupación hotelera en invierno de 2022/2023 superan las cifras registradas en 2019, a la sombra de una posible recesión el próximo año.

Atendiendo a los datos del informe, entre los meses de diciembre 2022 y febrero 2023 la industria espera alcanzar unos niveles de ocupación algo superiores a los registrados prepandemia. Sin embargo, la sombra de una posible recesión y sus efectos preocupan al sector en el medio plazo. Esta es la principal conclusión del informe Smart Observatory, correspondiente a la temporada de invierno de 2022/23, que analiza la evolución de la industria hotelera en España a partir de un índice general compuesto por cinco indicadores clave, que miden el contexto macroeconómico, los flujos turísticos, el sentimiento del turista, la intención de viaje y la demanda futura.

El estudio marca así un incremento de 0,06 puntos en las perspectivas de ocupación previstas para el Invierno 2022/23 con respecto a los datos registrados en 2019 por el índice Smart Observatory.

Este optimismo se sustenta en los siguientes grandes pilares: las ventas en cartera, la intención de viaje contenida, el sentimiento positivo del viajero, el interés por España y la consiguiente reactivación del turismo internacional.

Con respecto a las ventas en cartera, el informe revela que las previsiones para el periodo diciembre-febrero superan en cinco puntos al mismo periodo del año pasado y que las realizadas de forma directa casi duplican a las de la temporada de invierno de 2019. Este incremento de las reservas es generalizado en todas las comunidades autónomas.

Además, el sentimiento neto positivo del viajero hacia España (+1,4 puntos) se ha recuperado en el cuarto trimestre, después de que se resintiera desde principios de año como consecuencia del conflicto en Ucrania.

La recuperación del turismo internacional, sustentado por una intención de viaje contenida durante estos años, también es patente. A pesar de que los meses de diciembre a febrero son considerados como temporada baja en buena parte del mercado turístico del país, el interés por viajar a España se mantiene un 40% por encima de los niveles previos a la pandemia, observando la mayor tasa de crecimiento en el mercado emisor de los países nórdicos y a la espera, todavía, de los mercados de largo recorrido.

Todo ello se traduce en una mejora del sector aéreo, que ya registra 10,9 millones de pasajeros entre septiembre y octubre, unas cifras cercanas a 2019.

Coyuntura económica adversa

Los factores macroeconómicos son, sin embargo, los que según el Smart Observatory se sitúan al otro lado de la balanza y podrían ensombrecer las favorables expectativas de la industria hotelera para los próximos meses.

Los principales países emisores, como Reino Unido, Francia, Alemania e Italia, han recortado notablemente sus previsiones de crecimiento, que podrían tener un efecto negativo en el flujo de viajeros procedentes de estos destinos en el futuro.

Además, el actual contexto inflacionista afecta directamente al sector, que está sufriendo un incremento sustancial de los costes, especialmente de los relacionados con la energía y la alimentación. De momento, los hoteles han sido capaces de ajustar los precios de las habitaciones sin erosionar la demanda, pero permanece la incertidumbre sobre cuánto tiempo se podrá mantener esta situación si la inflación, como parece, permanece por encima del 4% en los próximos años.

En este contexto de precios como consecuencia de las subidas de los tipos de interés, el encarecimiento de las hipotecas se presenta como otro de los aspectos que está reduciendo la capacidad de compra de las familias y que también podría tener sus efectos en la evolución de la industria hotelera.

La devaluación del euro frente al dólar se muestra, por el contrario, como el único ingrediente macroeconómico que está jugando a favor del sector y que está fortaleciendo a Europa como destino turístico frente al resto del mundo.

El Smart Observatory incluye además una serie de indicadores retrospectivos que muestran cómo el sector hotelero va, poco a poco, fortaleciendo sus pilares fundamentales y recuperándose de las consecuencias de la pandemia tanto en los ingresos por habitación (RevPar) como en la tarifa media diaria (ADR) que, desde junio de este año, ya se sitúan por encima de los niveles de 2019.

En opinión de Jorge Marichal, presidente de CEHAT, "España es un destino muy querido por los viajeros con una amplia y atractiva oferta turística para acoger durante todo el año a cualquier persona que nos visite desde el extranjero o se desplace por nuestro país. Esto hace que las ganas de viajar a España o dentro de nuestro país que tuvieron que contenerse debido a las restricciones de la pandemia se reflejen hoy en las previsiones de ocupación y en los resultados obtenidos durante 2022. No obstante, hemos de tener presente que el escenario macroeconómico es muy complicado y que nos enfrentamos a una subida de costes que está afectando dramáticamente a sectores como el alojativo, muy dependiente tanto de la energía como de la oscilación de precios en alimentación y bebidas. Por tanto, aunque presentamos hoy resultados optimistas, estamos vigilantes ante la complicada situación que se vislumbra".

Para José Manuel Fernández Terán, socio responsable de Turismo, Transporte y Logística en PwC España, "el sentimiento y las ganas por viajar, en concreto, al destino español supera los niveles previos a la pandemia, y las perspectivas para el invierno 2022/23 son superiores en cuanto a demanda. La intención de viajes de los principales países emisores nos permite afirmar una positiva mejora en el corto plazo. No obstante, dichos mercados se enfrentan a una situación económica de gran incertidumbre, lo cual puede afectar a la evolución del sector en las temporadas 2023 y 2024".

Por su parte Ramón Estalella, secretario general de CEHAT, señala que "es muy positivo comprobar que las menciones a España en internet siguen siendo mayoritariamente positivas. Observamos que la seguridad y la naturaleza son lo más valorado de esas búsquedas, junto con la cultura, la gastronomía y el ocio. El turismo de sol y playa de Canarias para el invierno también es muy destacado".

TURISMO/ LA CONSEJERÍA CONTARÁ CON 512,78 MILLONES DE EUROS PARA EL AÑO 2023

El presupuesto de Turismo, Cultura y Deporte crece un 42% respecto a 2021

Partidas Bernal subrayó durante su comparecencia en comisión parlamentaria que, por competencias, Turismo dispondrá de casi 200 millones de euros, Cultura supera los 220 millones de euros y Deporte, 50 millones de euros

Redacción/ **HOSTELSUR**

La Consejería de Turismo, Cultura y Deporte contará con un presupuesto para 2023 de 512.774.099 euros, un 41,94% más respecto a las cuentas de 2021, según ha informado el consejero Arturo Bernal en la comisión parlamentaria de su departamento."Apostamos por fortalecer el modelo turístico de Andalucía, mejorar la protección, investigación y difusión de nuestro patrimonio e incrementar la práctica deportiva en todos los colectivos de población", ha asegurado Bernal durante su comparecencia en comisión parlamentaria, el pasado día 17 de noviembre.

Turismo, industria clave

Por competencias, Turismo dispondrá de casi 200 millones de euros (199.177.097 euros), 80 millones más que en 2021 "para apostar por una industria clave, que inició su proceso de recuperación durante 2022 y el próximo año será crucial para su mantenimiento, fortalecimiento y expansión", subrayo el consejero.

Esta partida se despliega para mejorar la gestión del turismo en un marco de desarrollo sostenible, apostar por un modelo competitivo, luchar contra la estacionalidad, promover la innovación y la digitalización, fomentar el turismo accesible y apostar por la cualificación.

El programa extraordinario de sostenibilidad turística en destinos contará con 80,2 millones de euros "para configurar en cada destino una respuesta ante los retos de la sostenibilidad turística, la transición verde y digital, y la competitividad".

Además, la consejería contará con dos grandes líneas destinadas a los Planes Turísticos de Grandes Ciudades, que tendrán 4,7 millones de euros de presupuesto, y las subvenciones a Municipios Turísticos de Andalucía, con 7,8 millones. Igualmente, se seguirá apostando por la investigación, formación y difusión del conocimiento a través de la Red de Cátedras de Turismo.

El consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, durante su comparecencia en comisión parlamentaria.

En lo que respecta a la Promoción Turística, la consejería trabaja ya en el Plan de Acción 2023 que va a incrementar su presupuesto en un 69,81%, hasta alcanzar los 41,8 millones.

Apuesta por la Cultura

El presupuesto de Cultura para 2023 supera los 220 millones de euros (220.997.918 euros). Se incrementa un 8,45% respecto al crédito inicial del proyecto de presupuesto para 2022 y un 12,49% más en relación al presupuesto aprobado para 2021 (subida de 24,5 millones de euros).

"Se trata de la competencia a la que destinamos más presupuesto para el próximo año (algo más de un 43%), lo que supone que casi uno de cada dos euros que invertimos en esta consejería estará dedicado a políticas culturales).

Bernal apuntaba que los objetivos primordiales de la política cultural de la Junta de Andalucía en estos presupuestos es el fomento del acceso y participación de la ciudadanía en la vida cultural andaluza y en el Patrimonio Histórico, y, por otra parte, el impulso al sector cultural contribuyendo al desarrollo económico y de generación de empleo gracias al talento, creatividad y los recursos patrimoniales.

Se recogen partidas para apoyar al sector editorial andaluz con la convocatoria, después de diez años, de una línea de apoyo al sector editorial. Para ello se destinarán 300.000 euros.

La consejería apostará por la digitalización del patrimonio documental, intervenciones en archivos y proyectos generales de investigación en yacimientos arqueológicos como los de la Alcazaba de Almería, Medina Azahara, Ategua, Los Millares, Villaricos, Orce, Cerro del Villar o El Carambolo, entre muchos otros.

El consejero destacaba también que es esencial la conservación y rehabilitación de inmuebles del Patrimonio Histórico andaluz para la promoción de la actividad económica y del empleo. Entre los proyectos y obras sobre los que desarrollarán actuaciones ha destacado la rehabilitación de la Posada del Mesón del Teatro Romano de Cádiz (1,7 millones de euros), conservación y puesta en valor de los baños árabes de San Pedro en Córdoba (442.082 euros), la protección de pavimentos del Salón Rico del conjunto Arqueológico de Medina Azahara (165.000), actuaciones de conservación y consolidación en el alcázar y la puerta del embarcadero del Castillo y la Muralla de Niebla (119.564 euros) o la consolidación integral de determinadas edificaciones del Enclave Monumental de San Isidoro del Campo en Santiponce (501.580).

80,2 MILLONES. Es la partida que se destinará al programa extraordinario de sostenibilidad turística en destinos

El año 2023 será un año importante para el flamenco con la aprobación de la ley andaluza en el Parlamento, así como la culminación de la obra del Museo del Flamenco en Andalucía y el Centro Andaluz de Documentación del Flamenco, proyectos a los que se destina 5 millones de euros. Además, nuestro arte universal contará con 2,7 millones para fomento y programación.

En relación al cine, para el próximo año está prevista la convocatoria de ayudas al sector por 2,2 millones de euros.

Dentro de este presupuesto se incluye el programa 31I de Memoria Democrática que contará en el 2023 con un presupuesto de 1.306.544 euros para asentar estas políticas entre la población andaluza.

En concreto se continuará con los trabajos de indagación, localización, exhumación y estudio antropológico de restos de víctimas de la Guerra Civil y la Posguerra y, en su caso, la identificación de las víctimas mediante el estudio genético de los restos óseos y de ADN de los posibles familiares de las víctimas.

Igualmente se seguirán desarrollando acciones para la consecución de este objetivo mediante la firma de convenios, la adjudicación de contratos administrativos y la concesión de subvenciones.

Deporte

Para Deporte, el presupuesto contempla una subida del 4,24% sobre 2022 y del 6% respecto al presupuesto de 2021. En total dispondrá de 50 millones de euros.

"Vamos a impulsar el deporte en todos los colectivos de la población andaluza, promocionar el deporte femenino, fomentar los eventos y el patrocinio deportivo, así como mantener, aumentar y mejorar el parque de instalaciones deportivas de Andalucía", ha enumerado el consejero.

Entre otros proyectos, el presupuesto contempla la finalización y puesta en marcha del Centro especializado de Tecnificación adaptado a personas con discapacidad, ubicado en la Ciudad Deportiva Javier Imbroda, con una inversión de 2,02 millones de euros.

Se culminará, igualmente, la obra de la piscina cubierta de la Ciudad Deportiva de Huelva (2,2 millones de euros) y la modernización de las instalaciones de los Centros de Tecnificación Deportiva de Andalucía y actuaciones en el CEAR de Remo y Piragüismo, que alcanzará los casi 6,5 millones.

En cuanto a líneas de ayudas, habrá una nueva subvención para el fomento de la gestión, tecnificación y el rendimiento deportivo de las federaciones deportivas andaluzas (6,2 millones) y se convocará la primera línea de ayudas dirigida al fomento del deporte para personas con discapacidad dirigida a la adquisición de equipamiento y material deportivo (450.000).

En lo que respecta a la Promoción Deportiva, el Plan de Acción 2023 va a incrementar su presupuesto en un 369,82%, alcanzando los 19 millones de euros (19.240.445 de euros), pasando de los 4 millones de euros, a más de 19 millones de euros.

APERTURA/ CAMPAÑA ESTACIÓN INVERNAL

Sierra Nevada inaugura el telesilla Emile Allais en el primer día de la temporada 2022/23

Inversión de más de 20 millones Marifrán Carazo destaca el enorme esfuerzo en la apertura de esta nueva campaña, que activa la industria de la nieve en Granada

Redacción/ **HOSTELSUR**

Sierra Nevada puso el pasado día 3 de diciembre, en marcha el nuevo telesilla Emile Allais, una de las grandes novedades de la temporada, coincidiendo con la apertura de la campaña invernal 2022/23, en la que la estación granadina ha ejecutado una inversión de más 20 millones de euros en actuaciones dirigidas a mejorar las principales instalaciones y servicios del centro de esquí granadino.

La consejera de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda y presidenta de Cetursa Sierra Nevada, Marifrán Carazo, subrayó el "enorme esfuerzo" de la estación invernal para poner en marcha la campaña, gracias, entre otros factores, a una de las inversiones más destacadas de la temporada: "El sistema de nieve producida, que esta temporada ha incorporado 105 nuevos dispositivos, permite que se ponga en marcha la industria de la nieve en Granada, de la que dependen tantos empleos".

"Los inicios de temporada siempre son complicados, pero Cetursa y la Junta de Andalucía, con inversiones en tecnología sostenible de última generación, han hecho posible que hoy arranque la campaña. A partir de ahora, crecer en oferta esquiable es más fácil", ha añadido Marifrán Carazo.

Jesús Ibáñez y Marifrán Carazo.

La apertura de la temporada coincidió además con el estreno del nuevo Emile Allais, un telesilla desembragable de seis plazas que mejora al anterior en capacidad, rapidez, comodidad y eficiencia energética. El otro remonte que se estrenaría en unos días, el telesilla Alhambra, con características similares al Emile Allais -ambos cofinanciados con fondos React EU-, permitirán la reordenación del área de principiantes de Borreguiles a través de una mejor distribución de los usuarios y conexión con otros remontes de la estación.

"Se trata de la mayor inversión en una temporada en Sierra Nevada -más de 20 millones de euros- y una renovación en medios mecánicos que no tiene precedentes en la historia reciente de la estación", señaló la presidenta de Cetursa Sierra Nevada, quien, junto al consejero delegado Jesús Ibáñez, comprobó el funcionamiento del Emile Allais y deseó "una gran temporada" para trabajadores, empresarios y usuarios de la estación.

Posteriormente, Marifrán Carazo se trasladó a la nueva Oficina de Atención al Cliente (OAC), que sustituye a las antiguas taquillas generales, donde a partir de ahora convivirán las taquillas, dispensadores de forfait y el servicio de atención a los usuarios de Sierra Nevada.

El nuevo restaurante Quesos de Suiza, situado en pistas (estación inferior del telesilla Stadium) se inaugurará el fin de semana del 17 de diciembre.

Por lo demás, la estación arrancó la campaña con pistas abiertas en el área de iniciación de Borreguiles (con 1,9 kilómetros esquiables y un aforo de esquiadores de 800 personas para garantizar la seguridad y comodidad de los clientes que suban a pistas), con cinco medios mecánicos y actividades en nieve para no esquiadores en el complejo Mirlo Blanco. El sistema de nieve producida sigue operativo y concentra la producción en la pista de El Río para su eventual incorporación a la oferta esquiable en los próximos días.

Además del consejero delegado de Cetursa Sierra Nevada, Jesús Ibáñez, la consejera estuvo acompañada por el viceconsejero de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda, Mario Muñoz-Atanet; el delegado del Gobierno de la Junta en Granada, Antonio Granados; el Alcalde de Monachil, José Morales; el delegado territorial de Fomento, Antonio Ayllón, y el director del Parque Nacional de Sierra Nevada, Francisco Muñoz.

FYCMA/ DEL 6 AL 8 DE FEBRERO DE 2023, EN MÁLAGA

H&T 2023 cuenta ya con más del 90% de la zona de expoxición ocupada

Por primera vez La feria contará, para albergar toda la oferta, con tres pabellones principales interrelacionados que permitirán la sectorización de los espacios, lo que aportará una mayor visibilidad de las empresas expositoras

Redacción/ **HOSTELSUR**

La edición 2023 de H&T, Salón de Innovación en Hostelería, tendrá lugar del 6 al 8 de febrero con una convocatoria actualizada y conectada con las necesidades del sector para potenciar las oportunidades de negocio. Precisamente, la organización del salón ha adelantado que la zona expositiva ya está ocupada al 90 por ciento de su capacidad, con la presencia de firmas de referencia en el canal HORECA como son Makro, Mahou - San Miguel, La Contadina, Macrun, Cryma, Winterhalter, Tork, Apoza, Miele Profesional, García de Pou, Araven, Lumón, Leber Fornitures, Groupe GM Amenities, Rational, Carranza Hostelería, Retigo, Tactilware, Bartolomé Consultores, Mosaico, Arcecarne, Comercial Galera, Garda Import, Sabores Granada, Picking Málaga, Europastry, Frimarc, Discarpe o Innovachef, entre otras. Para albergar toda la oferta, por primera vez, H&T contará con tres pabellones principales interrelacionados que permitirán la sectorización de los espacios, lo que aportará una mayor visibilidad de las empresas expositoras.

Vista de la exposición de H&T en 2022.

Más de 19.000 metros

De esta manera, H&T prepara una de sus ediciones más destacadas hasta el momento que, a través de más de 19.000 metros cuadrados, presentará un plano innovador y una nueva estética en línea con la evolución de las industrias hostelera, hotelera y turística. Con una amplia presencia de fabricantes y distribuidores de equipamiento, la oferta gastronómica crece de manera natural en el salón con una propuesta de valor para estos sectores. En cuanto a la procedencia de las empresas que ya han confirmado su presencia, además de España, destacan otros países como Portugal, Italia, Francia y Alemania.

Así, el salón ofrecerá una excelente oportunidad a este ámbito especializado para entrar en contacto con un gran número de profesionales y empresas, así como gerentes, sumilleres, bartenders, jefes de cocina y compra, importadores y exportadores de alimentos, entre otros, que anualmente participan en la cita para la actualización de los negocios y establecimientos. En este sentido, H&T, que reunirá un catálogo amplio de productos, equipamiento y servicios, proporcionará a las empresas y profesionales participantes herramientas innovadoras y tecnológicas para impulsar el futuro, la competitividad y el desarrollo del sector.

Canal HORECA

Cabe destacar que H&T ofrece una propuesta global para las empresas y profesionales del canal HORECA y la industria turística, que en un único espacio encuentran negocio, novedades y oportunidades de crecimiento. Junto a la zona expositiva, el salón aumenta el contacto directo con clientes y proveedores, da a conocer las tendencias más novedosas y aporta herramientas para llevar la innovación y el conocimiento a la estrategia empresarial.

H&T está organizado por FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga). La Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía es Premium Partner. Tiene como promotores institucionales al Área de Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, así como al Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, Turismo y Planificación Costa del Sol, y la Diputación de Málaga a través de la marca promocional 'Sabor a Málaga'. Como promotores sectoriales participan la Asociación de Empresarios de Playas de la Provincia de Málaga - Costa del Sol (AEPLAYAS), la Asociación de Hosteleros de Málaga (MAHOS) y la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (AEHCOS).

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO/ ROSANA MORILLO SUSTITUIRÁ EN EL CARGO A FERNANDO VALDÉS

El secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés, dimite por motivos personales

Redacción/ **HOSTELSUR**

El Consejo de Ministros ha aprobado el pasado lunes, día 8 de diciembre, el cese de Fernando Valdés como secretario de Estado de Turismo, que ha renunciado al cargo a 'petición propia', por razones personales.

Por su parte, la ministra de Turismo, Reyes Maroto, ha agradecido a Valdés su "vocación de servicio público y excelente trabajo" al frente de la secretaría. Indicó además que al frente de la misma "ha tenido que afrontar los efectos negativos" de la pandemia en el sector turístico, desarrollando "nuevos instrumentos para proteger a las empresas y trabajadores que han resultado eficaces", y ha sido el responsable de poner en marcha el Plan de Competitividad y Modernización del sector turístico.

El anuncio de que la ministra de Industria, Turismo y Comercio, Reyes Maroto, había sido propuesta por Moncloa para ser la candidata del PSOE a la alcaldía de Madrid hace tres semanas, es lo que parece ser ha propiciado este cambio en el Ministerio del hasta ahora secretario de Estado de Turismo.

En la imagen, el ya exsecretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés.

Valdés asumió el cargo en julio de 2020, en plena crisis de Covid, en el momento en el que comenzaba la desescalada de la actividad tras meses de confinamiento y el turismo iniciaba su recuperación, aunque todavía con muchas restricciones.

Precisamente, durante aquel tiempo, se puso en marcha la reactivación de la movilidad internacional con el mapa de zonas de riesgo de la UE –en función del número de contagios– y después se permitiría viajar con el certificado de vacunación o, en su defecto, con pruebas PCR.

Nombramiento

Rosana Morillo, la actual directora de Turismo del Gobierno balear, será quien le sustituya en el cargo. El Ministerio destacó en una nota que Baleares "es uno de los destinos que mejor se ha recuperado de la crisis". Morillo "está implementando el plan de inversiones estratégicas de Baleares 2030 con programas de reconversión de las zonas turísticas maduras".

alsa
Hacemos tu viaje más fácil

Alquiler de autocares

Excursiones, bodas, asociaciones (vecinales, jubilados-pensionistas, religiosas, etc...), clubes y peñas deportivas, viajes turísticos, congresos, convenciones, transporte de empresa, centros educativos (colegios, institutos, etc...) y circuitos culturales.

Información y reservas:
alsa.es I +34 647 36 04 95 I emulero@alsa.es

EN PRIMERA PERSONA/ CARLOS PÉREZ-LANZAC, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE VIVIENDAS TURÍSTICAS DE ANDALUCÍA

"Prevemos haber generado en este año 1.800 millones de euros para Andalucía"

Impacto económico El representante del sector de la vivienda y el alojamiento turístico andaluz asegura además que son ya un tejido productivo muy importante para la región, del que dependen hasta 19.000 empleos directos

Redacción/ **E.R.V.**

Tras la recuperación de la actividad turística, una vez superada la crisis por la pandemia, vuelve a recuperarse también la actividad de las viviendas de uso turístico. Ello está llevando también a generar polémica sobre su adecuada regulación, una controversia que se manifiesta entre autoridades, propietarios y residentes. Desde la Asociación de Profesionales de Viviendas y Apartamentos Turísticos de Andalucía (AVVAPro) se trabaja en la calidad y profesionalización del sector a la vez que se lucha por la defensa de los derechos e intereses de las empresas, trabajadores y personas involucradas en el sector. Su presidente, Carlos Pérez-Lanzac, defiende que el sector representa un peso importante en la economía andaluza y opina que si hay que plantear limitaciones o restricciones, habría que hacerlo con unas métricas adecuadas. De todo esto nos habla, a continuación, en entrevista para HOSTELSUR.

–A lo largo de este año desde la asociación que usted preside, han puesto en marcha una iniciativa que es la profesionalización del sector, ¿qué me puede decir al respecto?

–Correcto. Tenemos ahora dos objetivos principales que es la línea de trabajo que estamos llevando a cabo junto a la Junta de Andalucía que es la profesionalización y la calidad. Nosotros desde la asociación sí hemos dado algunos pasos en este sentido, primero porque al final vemos que esta modalidad de alojamiento no es solo la columna vertebral de muchos destinos turísticos de la comunidad autónoma sino que además son los cimientos, porque hablamos especialmente de destinos de costa y pequeñas zonas, donde hay una mayor capacidad de esta modalidad alojativa que es el turismo residencial. Por tanto, ahí hay un camino muy importante ya que, en un principio, esto empieza a raíz de la penetración de internet y de las plataformas que da comienzo a una actividad particular e individual pero que ya se está profesionalizando, puesto que, cada vez más, el turista que nos está visitando tiene unas exigencias de calidad y de servicios muchísimo más altas y es por eso que buscamos poner en valor esta modalidad alojativa, elevándolo a un sector profesionalizado y adaptarlo así a las necesidades actuales. Le diré que tenemos el ejemplo de Málaga donde se han llevado a cabo iniciativas de certificación de calidad del SICTED, promovidas por AVVAPro y la Federación Española Fevitur, que ha sido piloto en España y que se convierte así en la segunda ciudad europea y de España, tras Barcelona, en certificar las viviendas turísticas que favorecen la convivencia vecinal. En una campaña weRespect realizada en temporada alta, inmuebles de alquiler vacacional de la capital de la Costa del Sol han recibido este distintivo que constata la monitorización de los ruidos con la instalación de sonómetros que pretende certificar alojamientos sostenibles con buenas prácticas de convivencia vecinal. Y por último, este decálogo de buenas prácticas que firmamos con el Colegio de Administradores de Fincas para buscar servicios y formas de buen hacer, profesional y respetuoso con los vecinos, con los inquilinos y con todos los agentes involucrados en la actividad.

Carlos Pérez-Lanzac.

"Vamos a seguir defendiendo los derechos e intereses de las empresas y trabajadores involucrados en el sector"

"Si hay que plantear limitaciones o restricciones, habría que hacerlo con unas métricas razonables"

–Tenemos conocimiento que han introducido también una figura dentro de la asociación que es el conserje nocturno para evitar, precisamente, ruidos y molestias vecinales...

–Así es. Como le decía anteriormente, esta práctica está vinculada a la certificación weRespect, que respetamos, y que consiste en un sonómetro que es instalado en los apartamentos y un servicio de conserje que no solo tiene el control del mismo, puesto que para esto ya se está trabajando con la ventaja de la domótica y técnicas inteligentes 4.0, orientadas a automatizar la vivienda que integran la tecnología en los sistemas de seguridad, gestión energética, bienestar o comunicaciones. Este conserje está dando otros servicios como es proporcionar una almohada extra, un edredón, una toalla o cualquier otro servicio que el cliente pueda demandar. En definitiva el conserje responde a esa necesidad de ofrecer un mayor servicio y profesionalización.

–Desde hace tiempo y especialmente durante este mismo año, existe una controversia generalizada desde diferentes frentes que manifiestan su malestar por la falta de regulación del sector, ¿cúal es su opinión sobre esta cuestión?

–A nivel normativa europea están produciéndose cambios, a nivel nacional no porque son competencias delegadas en las distintas comunidades autónomas y, luego, a nivel municipal, sí existen algunas medidas reguladoras. A nivel nacional la única que tenemos en ese sentido, de las pocas que existen en Europa, y que parece se va a implementar es el famoso 179 que es un modelo fiscal donde las plataformas comercializadoras deben de compartir los datos de fecha de Check-in y de Check-out, igualmente el importe de la reserva debe ser compartido con Hacienda. De esta manera ya tenemos un sector cuya actividad está totalmente fiscalizada y, por tanto, es transparente, lo que nos permite medir de manera

clara y específica su aportación fiscal. Respecto a normativas específicas, no es que se hayan producido especiales sino que en muchas administraciones las han usado con unos fines políticos que desconocemos, pues han decidido no regular, excederse en sus competencias o plantear normativas injustificadas. Es decir, una norma tiene que cumplir tres requisitos: necesidad, justificación y proporcionalidad. Puedo decirle que en Sevilla, el caso más reciente que tenemos, nosotros hemos presentado una denuncia al ayuntamiento, hemos recurrido a la verificación del Plan General porque realmente no justifica la normativa aprobada, no cumpliendo ni en tiempo ni forma la consulta pública que se hizo, donde más del 70% de los consultados están en contra de la modificación del Plan General. Aún así el ayuntamiento decide seguir adelante, plantea además una norma que es de imposible cumplimiento, pues al final no deja de ser una moratoria encubierta y, además, solo aplicada a esta tipología de alojamiento. Entendemos que si realmente lo que quiere el ayuntamiento es solucionar un problema de falta de capacidad que le hace no poder atender el exceso de turismo que tiene la ciudad, debería entonces aplicar estas medidas y limitaciones a todos los agentes implicados en el sector del turismo y no solo a nuestros representados. Por tanto, en ese sentido sí vamos a seguir esta medida de defensa de los derechos e intereses de las empresas, trabajadores y personas involucradas en el sector.

–Actualmente, ¿qué peso en términos económicos representa el sector del alojamiento turístico en Andalucía?

–Hablamos ya de un tejido productivo muy importante para Andalucía. En 2022, cuando cierre el año, prevemos haber generado unos 1.800 millones de euros para Andalucía, lo que demuestra que el sector es clave para la economía de la región y no se puede poner en juego con normativas injustificadas, por un capricho o un mal enfoque de una norma. Nosotros no decimos con esto que no queremos que haya normativa, lo que estamos entendiendo es que Andalucía y ciertos terrritorios están haciendo ahora mismo una gestión del éxito; es decir, lo que hay que hacer es ser cautos. Y lo primero que tiene que hacer una Administración es ser responsable con sus decisiones, pues piense que son ya muchas las familias andaluzas y empleos que dependen de nuestro sector, 19.000 empleos directos y, estimamos, unos 10.000 indirectos adicionales, más todo el negocio vinculado a esta actividad que representa mucho trabajo para sectores como son la construcción. Hay que pensar que el 80% de las viviendas que se ofertan han sido rehabilitadas previamente, lo que se traduce en que Andalucía sea muy competitiva en calidad, y también en precios.

No hay que olvidar tampoco lo que representa el movimiento turístico que proporciona nuestro sector para otros como son los servicios de restauración, el alquiler de coches, el comercio de las ciudades, visitas de museos, por poner algunos ejemplos. Nuestro cliente tiene un gasto de 6 euros de cada 10 que se gasta en destino lo que se traduce en un importante impacto para nuestra economía.

–Entonces, teniendo en cuenta todo esto que me indica, ¿cómo cree que se debería regular el sector?

–Puesto que no debemos obviar el impacto económico que el sector ya genera en nuestra economía, pienso que si hay que plantear limitaciones o restricciones, habría que hacerlo con unas métricas –algo que no ha hecho el ayuntamiento de Sevilla–, tener en cuenta el número de viviendas que hay vacías y cuales no. Concretamente en Sevilla, de unas 320.000 viviendas, unas 20.000 o 22.000 viviendas estaban vacías, eso es el 7% en términos de porcentaje. Y le diré que las licencias son unas 4.000 de uso para todo el año; por tanto, estamos hablando que el peso de la vivienda turística es del 1,2%. Esto nos hace pensar, si acaso, ¿no tendrá Sevilla más un problema de vivienda vacía que de vivienda turística?... Nosotros no decimos que no haya una normativa, es por ello que me estoy extendiendo, porque se trata de un asunto complejo que habría que valorar adecuadamente, tratándolo con unas métricas, justificándolo, pensamos que se podría plantear una zonificación. Es el ejemplo de zonas de éxito, de Almería, donde había pueblos y alcaldes que estaban pidiendo a los poseedores de segundas residencias, por ejemplo, se sacaran licencias para tratar de esta manera atraer más turismo y con ello más riqueza. Por otro lado, está claro que en destinos maduros sí que habrá que establecer unos cupos.

–También la Agencia de la Competencia de la Junta de Andalucía se ha posicionado en contra de la nueva regulación de viviendas de uso turístico en Sevilla, recurriéndola ya que consideran una medida injustificable en relación con su proporcionalidad...

–Esto nos confirma que es una medida inconstitucional. Otro indicador de que esa norma nace con criterios discriminatorios en la medida que está distinguiendo a un ciudadano de otro, en función de si es propietario de un bajo o de un primero que sí puede obtener una licencia y, sin embargo, si se es poseedor de otro tipo de inmueble no podría hacer uso de su propiedad en los mismos términos. Es así que la Junta de Andalucía, a través de la Agencia de la Competencia, entiende que es una norma que rebasa y que no cumple criterios de igualdad y libre competencia.

–Quería preguntarle sobre el estado en el que se encuentra el decreto sobre viviendas y alojamientos turísticos de la Junta de Andalucía y las alegaciones presentadas por AVVApro.

–Efectivamente. Estamos trabajando con la Junta de Andalucía, pues a la nueva consejería no le han parecido adecuadas estas modificaciones que había en el documento anterior, por lo que actualmente estamos trabajando en la línea de poner en valor la profesión y la calidad. Esperamos por tanto que la regulación del sector pueda estar finalizada y ver la luz en unos tres o cuatro meses aproximadamente.

–Para finalizar, ¿qué perspectivas tienen sobre la ansiada recuperación del sector turístico y de las viviendas y alojamientos turísticos (VTyAT)?

–Para nosotros la pandemia fue durísima, sufrimos muchísimo, pero también es verdad que tuvimos la suerte que es una modalidad de alojamiento muy deseada por la sensación de privacidad que aporta y que a raíz de la pandemia se demandó aún más, convalidándose la tendencia que ya existía previa a la misma. De hecho sabemos que hay un 45% de visitantes, turistas, que si no existiera la posibilidad de este tipo de alojamiento, no vendrían a visitarnos. Mantenemos por tanto el optimismo cara al futuro, creemos que habrá una recesión pero también que será menos madura en destinos maduros, que en tiempos venideros habrá una recuperación del turismo de larga distancia, y no hablo solo del europeo sino también del extraeuropeo. Hay mucho deseo de viajar tras la experiencia de la pandemia, y destinos como es el de Andalucía, en mi opinión, va a tener un papel fundamental.

VITUR SUMMIT

'Gran apetito inversor muy interesado en este tipo de activos'

Vitur Summit, evento europeo de la industria de los apartamentos y viviendas turísticas, se celebró en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) los pasados días 6 y 7 de octubre; una cita que convirtió a la ciudad en referente europeo de este sector que generará 1.800 millones de euros en Andalucía este año. De hecho, los datos que maneja la organización sitúan a este segmento como un pilar fundamental del turismo y de la economía andaluza, pues más del 50% de todas las plazas de alojamientos de la comunidad autónoma son viviendas turísticas, actividad que sustenta en torno a unos 19.000 empleos directos, 10.000 indirectos y unos 8.400 autoempleos.

"Hemos recibido unas 650 personas, aunque esperábamos 500, esto demuestra que es un sector que está creciendo, que se está profesionalizando y, por tanto, este tipo de foros son importantes. Hemos tenido por primera vez un 'Foro España' donde se ha visto un gran apetito inversor muy interesado y atento a esta tipología de activos, ya que existe una clara preferencia y demanda por parte del viajero a decidirse por esta modalidad alojativa', afirma el presidente de Avvapro, Carlos Pérez Lanzac.

Casas típicas de la Alpujarra (Pampaneira).

Panorámica de Bubión y Capileira, con la vista de Sierra Nevada.

HECHIZO QUE INVITA A QUEDARSE/ VERTIENTE SUR DE SIERRA NEVADA

La Alpujarra, remanso de paz

Decenas de pequeños pueblos blancos conforman la mágica comarca granadina, detenida en el tiempo bajo las cimas de Sierra Nevada

REDACCIÓN

La Alpujarra ejerce sobre el visitante un hechizo que le invita a quedarse. La belleza de sus paisajes, el silencio de los valles y la riqueza de su cultura y tradiciones, de herencia musulmana, ha atrapado a lo largo de los años a miles de personas que llegaron para pasar unos días y, embriagados por la sensación de paz, decidieron establecerse y quedarse a vivir.

Decenas de pequeños pueblos blancos, de empinadas y estrechas calles empedradas, conforman esta comarca privilegiada, que se esparce por la vertiente Sur de Sierra Nevada. Aislada durante siglos por las montañas, la Alpujarra ofrece al visitante tierras casi vírgenes por recorrer, la posibilidad de disfrutar de sus peculiares fiestas, conocer su complejo pasado, degustar su contundente gastronomía serrana y apreciar la hospitalidad de sus gentes sencillas. Habitada por fenicios y romanos, fueron los ocho siglos de dominación árabe los que le dieron su arquitectura, su sistema de regadíos, su cocina y hasta su nombre.

La villa de Lanjarón, famosa por su balneario y sus aguas, es la puerta a esta sorprendente tierra de agrestes paisajes y coloridos bosques. El barranco del río Poqueira es uno de los principales destinos turísticos de la Alpujarra. Lo componen los pueblos de Pampaneira, Bubión y Capileira, desde cuyas calles se puede contemplar, con sólo girar la cabeza a un lado y otro, las cimas nevadas de los picos más altos de la Península Ibérica y el azul del Mediterráneo en la cercana Costa Tropical. Estas localidades destacan por su singular arquitectura, que conserva la tradición alpujarreña de casas blancas de tejados planos cubiertos con launa –una arena arcillosa impermeable– y con chimeneas tocadas con graciosos sombrerillos. La casa alpujarreña está construida con materiales autóctonos y se integra de forma armónica en el paisaje. Su rasgo más característico es el tinao, una especie de soportal que cubre la calle y que une dos casas. Tenía y tiene una función de abrigo del mal tiempo y de lugar para descansar a la sombra.

> Su singular arquitectura conserva la tradición alpujarreña de casas blancas de tejados planos cubiertos con launa

Las fuentes de Pampaneira también merecen mención especial, algunas de ellas con aguas minero-medicinales, y otras, como la fuente de San Antonio, con ‘poderes’ casamenteros. Para los más golosos, la fábrica de chocolates Ili, muy cerca de la plaza de la Iglesia de Pampaneira, será una parada obligatoria y llena de sabor. Cerca está también la oficina de

Busquístar.

Interpretación del Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada, donde existen paneles explicativos de la zona y se puede recibir consejos para realizar rutas y paseos por la zona.

Dos Alpujarras

El río Guadalfeo parte longitudinalmente la Alpujarra en dos, dando lugar a la Alpujarra Alta y la Alpujarra Baja. La Alta cae en la parte meridional de Sierra Nevada donde se encuentran bellos pueblos como Órgiva, Bérchules, Busquístar, Juviles o Yegen. La Alpujarra Baja está constituida por La Contraviesa, con peculiares pueblos como Lújar, Sorvilán y Albondón entre otros.

Localidades que con su encanto han maravillado a propios y extraños. Pedro Antonio de Alarcón les dedicó el primer libro de viajes en lengua castellana y Gerald Brenan cantó sus excelencias en ‘Al sur de Granada’. Para Federico García Lorca fue “el país de ninguna parte”.

En la imagen, secadero de Jamones Antonio Álvarez (Trevélez).

El auge del turismo ha conllevado un renacer de la artesanía. En las aldeas proliferan los talleres de mantas y coloridas jarapas tejidas con lana, los alfareros y los restauradores de muebles antiguos.

A más de mil metros sobre el nivel del mar, en el pueblo más alto de España, se cura el afamado jamón serrano de Trevélez, reconocido con Indicación Geográfica Protegida. Este jamón es uno de los principales ingredientes que integran el contundente Plato Alpujarreño, especialidad principal de la gastronomía local, junto con el lomo, el chorizo, la morcilla, los huevos fritos y las patatas ‘a lo pobre’. Su acompañamiento ideal son los magníficos vinos –tintos, blancos e incluso espumosos– que se elaboran en la comarca.

Más información:
www.turgranada.es

Granada
mil y una

El Chorreón Fuente Agria (Pórtugos).

Artesanía típica alpujarreña de ‘Telares Mercedes’, en Pampaneira.

‘Una comarca formada por veintisiete municipios ’

Albondón, Almegíjar, Alpujarra de la Sierra, Bérchules, Bubión, Busquístar, Cádiar, Cáñar, Capileira, Carataunas, Cástaras, Juviles, La Tahá, Lanjarón, Lobras, Murtas, Nevada, Órgiva, Pampaneira, Pórtugos, Soportújar, Sorvilán, Torvizcón, Trevélez, Turón, Ugíjar y Válor. Son los municipios que forman la Alpujarra granadina. Pueblos que con su encanto han maravillado a propios y extraños.

La Alpujarra es una de las comarcas andaluzas más singulares de toda Europa. La belleza de sus increíbles paisajes entre almendros, viñedos y bancales y las leyendas en las que se ve envuelta han cautivado a innumerables artistas y escritores desde hace siglos.

Debido a su geografía, especialmente montañosa, los pueblos se han adaptado a los desniveles, motivo por el que sus casas están escalonadas y orientadas al sur, para aprovechar el buen clima mediterráneo. Las calles, empedradas y de trazado sinuoso, invitan al paseo, a respirar sosiego y tranquilidad. Realmente parece que el tiempo se ha detenido en La Alpujarra.

El entorno físico de La Alpujarra, Sierra Nevada, ha sido declarado Reserva de la Biosfera por la Unesco, Parque Natural y Parque Nacional, sobre todo por sus endemismos botánicos y su particular ecocultura.

FAHAT/ RENOVACIÓN DE LA PRESIDENCIA Y JUNTA DIRECTIVA

Juan Zapata seguirá al frente de la patronal del sector hostelero andaluz

Nombramientos Las Vicepresidencias Primera y Segunda, recaen en Manuel Cornax (Sevilla) y Trinitario Betoret (Granada. Así mismo también continúan al frente del cargo de Tesorero y Secretario General Manuel Fragero (Córdoba) y Rafael Barba García (Huelva) respectivamente

Redacción/ **HOSTELSUR**

En la Asamblea General de la FAHAT, celebrada en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), el pasado mes de octubre, se procedió a la elección del presidente y de los órganos de gobierno de la misma. Así, la única candidatura liderada por el vicepresidente primero de la Asociación Provincial de hoteles de Huelva, Juan Zapata, salió refrendada por unanimidad, otorgando así tres años más al presidente que venía ostentando el cargo desde el mes de agosto de 2020.

El trabajo realizado durante la pandemia y el desarrollo de multitud de cambios en las normas que incidían en el sector y que fueron de intenso tratamiento y dedicación junto con la Consejería de Turismo, han sido fundamentales para recibir el apoyo de la totalidad del sector, confiando en repetir dicha fórmula de trabajo con el nuevo equipo de dicha Consejería desde la premisa de la transparencia y la lealtad institucional.

Foto de familia de la nueva junta directiva de la FAHAT.

Nuevos cargos

Las novedades de esta nueva junta directiva recaen las dos vicepresidencias. Manuel Cornax, presidente de los hoteleros en Sevilla será el vicepresidente primero en Fahat y Trinitario Betoret, de la Federación de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada, será el vicepresidente segundo.

En el discurso posterior a su elección, Zapata destacó que es necesario cerrar etapas, proyectos y temas que aún han quedado abiertos de la anterior legislatura. También marcó cuál será la línea a seguir, donde la transparencia, la participación de todos y el necesario reparto de asuntos entre los miembros de la junta directiva, en función de los asuntos y temática a tratar, serán de nuevo lo más relevante del nuevo periodo de gestión.

Por otra parte, asumió el compromiso de defender el necesario equilibrio territorial y se exigirá a todas las administraciones esa misma sensibilidad, especialmente en lo que a promoción e inversión en los territorios que conforman la extensa geografía de nuestra Comunidad Autónoma se refiere.

Desde el nuevo equipo de gobierno, se quiere hacer un reconocimiento público a los vicepresidentes salientes, Stefaan de Clerck (Cádiz) y José Ayala (Jaén), por el trabajo realizado en apoyo de la presidencia, así como a las organizaciones que han venido colaborando con esta Federación, como son la Confederación de Empresarios de Andalucía y la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos, la cual cuenta en su Comité Ejecutivo con la representación más amplia de todas las comunidades autónomas, en este caso tres miembros.

¿Qué es FAHAT?

Es una Federación de Asociaciones constituida en marzo de 2012 miembro de pleno derecho de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA).Está conformada por las Asociaciones provinciales más representativas de cada una de las provincias andaluzas y aglutina a un total aproximado de 348.000 plazas de alojamientos turísticos de las disponibles en la Comunidad Autónoma (esto es casi un 75%) Por otra parte, el total de trabajadores vinculados a nuestra actividad alcanza los más de 70.000 en los momentos de máxima actividad del sector. Así mismo todas y cada una de ellas son firmantes legítimos de los distintos convenios colectivos provinciales. Por otra parte, en la actualidad 6 de las 8 asociaciones provinciales son miembros de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), siendo los únicos representantes de esta confederación nacional en cada una de las provincias.

BALANCE/ BUENAS EXPECTATIVAS DE CREAR NEGOCIOS CON LOS CONTACTOS DE LA FERIA LONDINENSE

Cuatro de cada diez visitantes a la World Travel Market pasaron por el pabellón de Andalucía

Redacción/ **HOSTELSUR**

El balance de la participación de Andalucía en la 43 edición del World Travel Market (WTM) de Londres y su incidencia en el desarrollo del turismo en nuestra comunidad se presenta positivo. Según una encuesta realizada por la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte, cuatro de cada diez visitantes a la WTM visitaron el pabellón de Andalucía.

De entre los profesionales y empresarios andaluces que han asistido a esta edición, la mayoría pertenece al sector privado, en el que destacan los que tienen su actividad en el sector del alojamiento (20%) seguido de organismos públicos (19%) y agencias de viaje y/o turoperadores (18%). En los tres días, los profesionales andaluces realizaron de media casi 18 contactos comerciales, siendo 10 nuevos contactos, y más de la mitad tienen buenas expectativas en cuanto a que se conviertan en negocio.

En la World Travel Market 2022, Andalucía ha dispuesto de 550 metros cuadrados en el recinto ferial.

En términos generales, los profesionales de nuestra comunidad se sienten notablemente satisfechos con la asistencia a esta edición de la WTM, siendo la calidad de los contactos el concepto mejor valorado (con un 8,6 sobre 10), seguido del fortalecimiento de los contactos existentes, el establecimiento de nuevos contactos y la rentabilidad en términos de negocio.

XXIV EDICIÓN / PREMIOS DUQUE SAN PEDRO DE GALATINO

La Federación de Hostelería de Granada entrega los Galatino 2022

Galardonados DeLuna Hoteles, El Maño y el Restaurante La Cruz de Granada han sido los premiados este año. Los hosteleros también distinguen a la Confederación Española de Agencias de Viajes y a la Delegación de Medio Ambiente y Protección Animal de la Diputación de Granada

Redacción

El presidente de la Federación de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada, Gregorio García, posó con el alcalde de Granada, Paco Cuenca, la heredera del duque Galatino –en el centro de la imagen–, los premiados, así como representantes institucionales invitados a la gala de esta nueva edición de los Premios Galatino.

Día grande para la hostelería granadina que el pasado 29 de noviembre acudía a una de sus citas más importantes del año: los Premios Galatino. Organizados por la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo, estos galardones celebraban su vigésima cuarta edición en una gala que tuvo lugar ese martes, 29 de noviembre, en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Granada.

Este año, los premiados han sido Grupo DeLuna Hoteles (Familia Luna), Grupo Hostelero El Maño (Familia Fresneda), y Restaurante La Cruz de Granada (Familia Salcedo Sánchez. Asimismo, recibieron distinciones la Confederación Española de Agencias de Viajes y la Delegación de Medio Ambiente y Protección Animal de la Diputación Provincial de Granada. Además, hubo una mención especial para Fernando Fernández Villalobos, jefe de Inspección de Turismo de la Junta de Andalucía, y el 'Galatino' de reconocimiento a Antonio Rafael Prieto Ruiz, como mejor expediente académico de acceso a la Universidad de Granada.

Bajo el eslogan #SentirGranada, los Premios Duque San Pedro de Galatino distinguen a empresas, instituciones, organismos y personalidades vinculadas al sector que hayan destacado por su labor y apoyo a la hostelería y el turismo, así como aquellas que contribuyan también a combatir el cambio climático trabajando por la sostenibilidad. A la gala estuvieron invitados empresarios y directivos del sector, empresas proveedoras y los principales responsables de las diferentes instituciones.

Sector clave para Granada

Sin duda, se trata de un día muy especial para uno de los sectores más importantes de la provincia en la generación de riqueza y empleo y que en esta gala aprovecharon para reconocer el esfuerzo de un colectivo intrínsecamente ligado a Granada, en donde es clave.

Los premiados

Grupo DeLuna Hoteles (Familia Luna) por sus 102 años de historia empresarial, ahora en su tercera generación. Desde sus inicios el Grupo DeLuna se ha distinguido por la responsabilidad a todos los niveles y el esfuerzo continuo de todos sus miembros en beneficio de la empresa, convencidos de que desde esa posición de empresarios se puede mejorar nuestro día a día. Fruto de estos valores y altos estándares de calidad el Grupo DeLuna Hoteles crece en plazas como Cádiz, Motril y Granada. La compañía es el ejemplo del esfuerzo continuado en el tiempo y en las generaciones.

Grupo Hostelero el Maño (Familia Fresneda) es una empresa fundada por Antonio Fresneda y María Dolores del Olmo en 1974. En sus 48 años de existencia, ya en su segunda generación es parada obligada en Huéscar en la ruta Andalucía/Levante.

Hasta la apertura de la A-92 norte, cuando todos pensaban lo peor, como de ave fénix se tratase, 'El Maño', apodo de Antonio y de su empresa –de ahí su nombre–, surgió con fuerza manteniéndose como un lugar de encuentro para oscenses y gentes de la comarca, recibiendo a viajeros de la A-92 a su paso por Huéscar. Ha sido reconocido con el Galatino 2022 por su tesón a lo largo del tiempo y saber adaptarse a los cambios del mercado.

Restaurante La Cruz de Granada (Familia Salcedo Sánchez) en reconocimiento a sus 50 años de actividad ininterrumpida. Un homenaje a Crisóstomo Salcedo y Luisa Sánchez por su esfuerzo y dedicación en tiempos complejos. Por la capacidad de adaptación en los hermanos Salcedo Sánchez a los nuevos tiempos, manteniendo la esencia de sus creadores: dedicación y vocación por la hostelería, considerando al cliente el epicentro de la actividad diaria.

Distinciones

Confederación Española de Agencias de Viaje por ser la patronal aglutinadora de las agencias de viajes españolas, por su interlocución ante la administración y otras entidades, por la representación y defensa de sus asociados, promoviendo el desarrollo del sector y favoreciendo las relaciones entre los diferentes actores del sector turístico. Actualmente, aglutina a 28 asociaciones empresariales en las que están integradas más de 5.000 agencias de viajes que cuentan con cerca de 60.000 profesionales distribuidos en más de 7.000 puntos de venta.

Diputación provincial de Granada. Área de Medioambiente y Protección Animal por la implantación de la cultura de la sostenibilidad en todos los municipios de la provincia de Granada, muestra de ello es la creación de los Premios Granada sostenible en el año 2021, de esta forma la sostenibilidad pasa a formar parte de su visión estratégica, convirtiéndose en un pilar para la creación de valor en los municipios, en definitiva, en toda la sociedad.

Especiales 'Mención' y 'Galatino'

'Mención' especial recibió el jefe de Inspección de Turismo de la Junta de Andalucía, Fernando Fernández Villalobos, profesional de la Función Pública con mayúsculas y del Derecho. Ha sido y es un referente permanente en la Federación en los últimos 25 años, prestando un servicio permanente, directo, eficaz y ágil a las necesidades que le ha demandado la Federación. Por todo ello, Fernando Fernández Villalobos ha sido merecedor de la Distinción de la Federación por su enorme predisposición y contribución en aras a encontrar la mejor solución en los asuntos de las empresas en el ámbito turístico.

Y por último el 'Galatino Reconocimiento' le fue entregado a Antonio Rafael Prieto Ruiz, mejor nota de Acceso a la UGR 2021-2022, en reconocimiento al mérito demostrado en su formación con un expediente académico de 10 sobre 10. Por personificar el valor del esfuerzo y la dedicación a temprana edad en la búsqueda de un mundo mejor. Por representar los mejores valores de la sociedad en tiempos complejos.

DATOS OCUPACIÓN/ ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS HOTELEROS DE LA COSTA DEL SOL (AEHCOS)

Noviembre cierra al final con una con una ocupación hotelera del 64,8%, un punto por debajo de lo esperado

Turismo internacional De este porcentaje, destaca la recuperación del turismo internacional, que ha supuesto un 65% del total. Como se anunció, los destinos más visitados este mes han sido Málaga y Mijas

Terraza del hotel malagueño Riviera.

Redacción/ **E.R.V.**

Noviembre cierra un punto por debajo de las previsiones que realizó a mediados de mes la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos). Con un 64,80% de ocupación, la demanda permanece estancada de momento. "Noviembre ha cerrado con datos muy similares a los que alcanzó en 2019 (63,68%), pero nos sigue preocupando mucho la rentabilidad de los establecimientos, mermada por la subida de los tipos de interés, la inflación y las fluctuaciones en los precios de los suministros energéticos como la electricidad", apuntaba José Luque, presidente de la asociación.

Puente de diciembre

Mañana arranca el esperado puente de diciembre, para el que se prevé una ocupación media del 55% aproximadamente. Dada las fechas, se estima que los turistas se dividirán a su vez en dos puentes, uno que comprende del 2 al 6 de diciembre, y un segundo tramo que abarca del 7 al 11 de diciembre.

Para la primera parte del mismo se estimaba una ocupación del 56,74%, mientras que para la segunda parte (del 7 al 11 de diciembre) la estimación era del 52,25%. La asociación recuerdaba que aún había plazas disponibles en la provincia, ya que la demanda de última hora está muy influenciada por la climatología prevista.

"El comportamiento de la demanda en los puentes casi siempre depende de la última hora. Suelen ser viajes menos premeditados y en un destino como el nuestro, el tiempo, y en el caso del "macro-puente" de este año 2022, que comprende de nueve días siendo un tramo considerablemente extenso, se convierten en factores fundamentales en la decisión de viajar. De momento parece que la demanda está estancada, pero aún hay que esperar a potenciales reservas de última hora", comentaba el Comité Ejecutivo de Aehcos.

A la espera del comportamiento de los potenciales turistas en estos días, los hoteleros estiman que diciembre cerrará con un 48,73% de ocupación, manteniéndose la presencia internacional del 65%. Si las preferencias no cambian, Málaga y Mijas serán de nuevo los destinos más deseados a final de año.

ACTIVIDADES / EXPERIENCIAS DE ECOTURISMO

La Mancomunidad de la Subbética organiza un Fam Trip Internacional del máximo nivel asociado a actividades de ecoturismo

Redacción/ **HOSTELSUR**

Entre el 8 y 10 de noviembre, el Parque Natural de las Sierras Subbéticas contó con 9 Tour Operadores Internacionales del máximo nivel, procedentes de Reino Unido, Alemania, Bélgica y República Checa.Este Fam trip promovido por la Asociación de Ecoturismo de España y organizado por la Mancomunidad de la Subbética y el Geoparque de Granada con el apoyo de los Patronatos de Turismo y Turismo Andaluz ha sido una excelente oportunidad para dar a conocer experiencias de ecoturismo que se pueden realizar en la Subbética Cordobesa.

Tal ha sido el caso de catar los Aceites de Oliva Virgen Extra de la Subbética y visitar los Olivos Milenarios a través de la empresa Aceites Vizcántar de Priego de Córdoba, conocer la Ruta Geológica de Cabra Jurásica, Sumergirse en las profundidades de la tierra en la Cueva de los Murciélagos, conocer alojamientos sostenibles como los Apartamentos Los Castillarejos o EL Cortijo de Frías y recorrer la Vía Verde del Aceite con las bicicletas del Centro Cicloturista en Doña Mencía, todo empresas, que se encuentran en proceso de adhesión o renovación de la CETS, Carta Europea de Turismo Sostenible, requisito indispensable para pertenecer al Club de Ecoturismo y por tanto a la Asociación de Ecoturismo de España.

En las imágenes, izuierda y abajo, Centro Cicloturista Vía Verde y participantes en el Mirador del Río Bailón..

En el fam trip han participado los directores de las siguientes agencias de Tour Operación Internacionales: Cycle Breaks, Marmot Tours, Pura Aventura, Studiosus Reisen München GMBH, Baetica-Tours, Hauser Exkursionen GMBH, Radynacestu S.R.O, Advivos y Charminghotel Spanje.

A través de una agencia de viajes receptiva y colaboradora con la comarca, se comenzará con la confección de paquetes turísticos reales dirigidos a estos Tour Operadores, por indicar solo a modo de referencia Studios Reisen München cuenta con más de 500 agencias de viajes minoristas en Alemania, por lo que es fundamental confeccionar productos de máxima calidad para este mercado pero que sean 100% Subbéticos.

VISITANTES POTENCIALES / CENTRO Y NORTE DE EUROPA CON ALTO PODER ADQUISITIVO

El Gobierno andaluz promocionará Andalucía como destino de nómadas digitales y energéticos

Lanzamiento El Consejo de Gobierno acuerda iniciar una campaña con el objetivo de ampliar el segmento de visitantes de nuestra comunidad

La captación de estos visitantes permitiría incrementar la temporada de mayor actividad turística en el destino.

Redacción/ **HOSTELSUR**

La complementariedad del destino Andalucía es una de las mayores ventajas competitivas turísticas de nuestra comunidad. Las amplias posibilidades de combinar experiencias – litoral, cultura, golf, salud y bienestar, deporte e incluso nieve- unidas al excelente clima en invierno hacen especialmente interesante nuestra tierra para el público del centro y norte de Europa con alto poder adquisitivo.

Actualmente, debido al elevado coste de la energía, cada vez son más los visitantes potenciales de este perfil que se plantean buscar destinos cálidos este otoño e invierno para unas extensas vacaciones, lo que les permitiría ahorrar en sistemas de calefacción y, paralelamente, disfrutar de un destino turístico. Además, también se incorporan a esta demanda trabajadores y ejecutivos que pueden desarrollar su labor a distancia, de forma telemática o con estancias momentáneas en su lugar de trabajo. Lo que se conoce como 'nómadas digitales o energéticos'.

El coste energético, un aliciente

A esta modalidad, que ya se había detectado con antelación y aceleró su crecimiento por la pandemia, se suma el incremento del coste energético como un aliciente más para que estos posibles clientes sopesen las opciones para desplazarse a un nuevo entorno, ya sea de manera temporal durante unas semanas o meses, o de forma más permanente, con traslados puntuales a su origen.

La campaña ofrece una oportunidad para captar una demanda existente y que responde a un perfil de viajero de excepcional interés para la comunidad autónoma, personas con alta capacidad adquisitiva, que buscan estancias largas y que se decantan por un destino por su clima, la seguridad que ofrece también a su familia, las posibilidades de conexión y de trabajo a distancia y por la oferta turística que reúne.

La captación de estos visitantes permitiría incrementar la temporada de mayor actividad turística en el destino, especialmente en zonas muy ligadas al turismo estival y de sol y playa, lo que permitiría aumentar las fechas de apertura de establecimientos hoteleros fuera de los meses de verano; incentivaría además un turismo de calidad, de estancias largas y elevado gasto medio del viajero, lo que redundaría en el impacto económico del turismo en Andalucía y, por tanto, en sus beneficios en el territorio; y también impulsaría el empleo turístico, permitiendo extender contratos ligados a la temporalidad de la demanda y generando nuevos puestos de trabajo para atender a estos viajeros.

A ello se suma que los mercados del norte y el centro de Europa tienen a Andalucía como una de las principales opciones para sus vacaciones. En estos países, Andalucía es un destino tradicional, sobradamente conocido y con excelentes conexiones aéreas, que les aporta seguridad y garantía de calidad.

Federación Provincial Empresas HOSTELERIA TURISMO Granada

Cerca de todos. Al servicios de todos.

Gestión y Servicio

- Gestión ante la Administración local, provincial, autonómica y nacional
- Asesoramiento jurídico y laboral
- Control y asesoramiento en materia de higiene y manipulación de alimentos
- Tramitación de expedientes de apertura, baja, y modificaiones ante ayuntamientos y Junta de Andalucía
- Puntos de información turística
- Cursos de formación para nuestros asociados
- Representación en promociones y ferias, así como asistencia a congresos nacionales
- Solicitud y tramitación de subvenciones
- Emisión de circulares informativas
- Redacción y elaboración de documentos
- Convenios con empresas proveedoras de servicios y productos para nuestros asociados
- Servicios en diferentes campos de actuación derivados de pertencia a organizaciones empresariales supraprovinciales

¡Asóciate!

#WeloveGranada

La Huella Verde
Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada

Asociación Provincial de Hospedaje. • Asociación Provincial de Restaurantes, Cafeterías y Bares. • Asociación Provincial de Campings. • Asociación Provincial de Agencias de Viaje. Asociación Provincial de Guías. • Asociación Provincial de Servicios Turísticos. • Asociación Provincial de Turismo Rural. • Asociación Provincial de Turismo Activo. Asociación Provincial de Discotecas y Salas de Fiesta. • Asociación Provincial de Pubs. • Asociación Comarcal de Hostelería y Turismo del Altiplano. • Asociación Comarcal de Hostelería de Motril.

C/ Rey Abu Said, 9 - Bajo. 18006 Granada +info 958 126 390 958 126 391 www.hosteleriadegranada.es federacion@hosteleriadegranada.es

PROCESO INTEGRADOR / LA ORGANIZACIÓN CONSIGUIÓ REUNIR A CASI TODAS LAS ASOCIACIONES ESPAÑOLAS DE AGENCIAS DE VIAJES

CEAV celebra su décimo aniversario

Acto conmemorativo La confederación organizó una cena de gala para celebrar que se cumplen diez años desde que se produjo la reestructuración de las asociaciones del sector. Durante la cena, además, se entregaron los 'Distintivos Turísticos Matilde Torres y Vicente Blasco' a Fernando Valdés, Joaquín Pérez Rey y a Marian Muro

Redacción

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) celebró el pasado día 24 de noviembre su décimo aniversario en una cena a la que asistieron el secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés, el secretario de Estado de Empleo, Joaquín Pérez Rey, y figuras representativas del sector turístico, además de las asociaciones y partners que, día a día, trabajan con CEAV.

En la gala, CEAV entregó además sus distintivos turísticos Matilde Torres y Vicente Blasco 2022. El X Distintivo Matilde Torres ha sido concedido a Marian Muro, por su dilatada y exitosa labor profesional y su amplia experiencia en el sector turístico.

Los secretarios de Estado de Turismo, Fernando Valdés, y de Empleo, Joaquín Pérez Rey, y Marian Muro, posaron con el presidente de CEAV, Carlos Garrido, tras recibir las distinciones con las que el colectivo les ha reconocido en esta ocasión.

La exdirectora de Turismo de Barcelona hizo un repaso por su amplia trayectoria, y quiso agradecer el premio por dos razones: "La primera es que yo empecé mi carrera profesional precisamente en el sector de las agencias de viajes. Y, en segundo lugar, para mí este galardón es muy especial porque es un reconocimiento en memoria de una persona que para mí ha sido un referente, Matilde Torres".

Por otro lado, la VI edición del Vicente Blasco ha recaído, de forma conjunta, en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y en el Ministerio de Trabajo y Economía Social por el apoyo que han ofrecido al sector durante la crisis, especialmente con la gestión de los ERTES y la inclusión de las agencias de viajes en el Mecanismo Red.

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, agradeció el reconocimiento a través de un vídeo: "El distintivo es fruto de la excelente colaboración público privada, que ha permitido afrontar desafíos tan complejos como la pandemia. Si hoy estamos aquí es por la capacidad que habéis tenido el conjunto de las agencias de viajes, con el apoyo de las administraciones, de sobreponeros a momentos tan complejos".

Por su parte, el secretario de Empleo, Joaquín Pérez Rey, recordó la pandemia como "un enorme, largo y durísimo viaje. Un camino que nadie sabía cómo iba a acabar". Pérez Rey hizo un recorrido por todos esos meses de incertidumbre, en los que "tres de cada cuatro trabajadores de las agencias estuvieron en ERTE" y en los que "para responder a la crisis, se buscaron diferentes fórmulas innovadoras desde el punto de vista laboral y empresarial". El secretario concluyó afirmando que la pandemia supuso "una oportunidad para tener claro que hay que salvar el tejido productivo que más aporta al país, el turismo".

10ª aniversario CEAV

En 2022 se han cumplido diez años desde que se produjo la reestructuración de las asociaciones del sector gracias a la labor realizada por el entonces presidente de CEAV, Rafael Gallego. En abril de 2012, lo que entonces era la Confederación Española de Agencias de Viajes y Touroperadores cambió su denominación por CEAV. Desde entonces, ha desarrollado una intensa labor en diversos ámbitos (institucional, formativo…) trabajando para lograr el desarrollo y la optimización del sector de las agencias de viajes y consolidándose como la organización de referencia.

El presidente de CEAV, Carlos Garrido, quiso hacer hincapié en la importancia de esta unidad y de la representatividad. "Hoy, al contrario de lo que pasaba hace 11 años, y gracias al nacimiento de CEAV, todas las personas y organismos que toman decisiones que nos afectan a las agencias de viajes al menos saben lo que nos preocupa y lo que necesitamos. Nos sentimos más escuchados y más respetados gracias a la unión del sector y a CEAV". Garrido hizo una mención especial al vicepresidente de CEAV, Rafa Gallego, que "nos ha enseñado a querer este sector y a creer en la unidad".

Para finalizar, el presidente quiso agradecer el patrocinio de Iberia, "que acompaña incondicionalmente a CEAV y que ha hecho posible este evento". Y a Iberia Cards, La Champagne y el Ayuntamiento de León, "que han puesto también su granito de arena".

AYUDAS / CONSEJERÍA DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTE

La Junta subvenciona con más de 320.000 euros la mejora de los Municipios Turísticos de Granada

El delegado de Turismo asegura que esta línea de ayudas busca ayudar a los municipios con gran afluencia de turismo

La Consejería de Turismo, Cultura y Deporte, a través de la Secretaría General para el Turismo, ha resuelto conceder a Almuñécar, Monachil, Lanjarón, Salobreña y Bubión sendas subvenciones en el marco de las ayudas previstas a los Municipios Turísticos de Andalucía. Así lo dio a conocer el delegado territorial en Granada, Fernando Egea, que señaló que la partida será de 323.980 euros en esta convocatoria de 2022.

La provincia de Granada cuenta actualmente con cinco los Municipios Turísticos, los cuales participaron en esta convocatoria, de concurrencia no competitiva, es decir, solo participan en ella los municipios declarados "municipios turísticos" por ostentar tal reconocimiento, a modo de "compensación" por los servicios adicionales que prestan a la población turística asistida.

La resolución otorga a Almuñécar 146.550 euros, que irán destinados a varios proyectos como son la reforma del punto de información del Paseo del Altillo, la restauración del lienzo de muralla de la Alfarería, e iluminación del Palacete de la Najarra.

Para el municipio de Monachil la subvención de 53.035 euros le permitirá impulsar la comercialización-dinamización online, entre otras actuaciones.

Interesante será el destino de la ayuda concedida a Lanjarón, de 35.561 euros, que se emplearán en la reconstrucción del antiguo lavadero público.

Por su parte, Salobreña destinará los 76.989 euros concedidos a mejoras de la señalización turística, mientras que Bubión, con 11.844 euros de subvención, llevará a cabo actuaciones de adecuación de la Casa Museo del Ayuntamiento.

Para Egea "estas ayudas son una muestra del compromiso y del esfuerzo del Gobierno andaluz con los Municipios Turísticos, "que tienen un sobreesfuerzo por la gran cantidad de turistas que reciben, cuenten con fondos suficientes y a la vez puedan seguir promocionando el turismo y recuperando el patrimonio".

GALA DEL DEPORTE BLANCO/ MARIFRÁN CARAZO DESTACA EL HISTÓRICO ESFUERZO INVERSOR ESTA TEMPORADA

Sierra Nevada premia al club Monachil por 'rescatar' a 45 esquiadores jóvenes de la Guerra de Ucrania

La consejera de Fomento y presidenta de Cetursa Sierra Nevada, Marifrán Carazo, durante su intervención.

Distinciones La Gala del Deporte Blanco reconoce igualmente a la esquiadora Ana Alonso, a dos snowboarders y a la cátedra del Derecho del Deporte de la UGR

Redacción

Sierra Nevada reconoció en la noche del pasado día 21 de noviembre, en la VI Gala del Deporte Blanco de Andalucía, al club esquí de Monachil por la acción solidaria que promovió la pasada temporada con el traslado a la estación de esquí granadina de 45 esquiadores adolescentes ucranianos que fueron sorprendidos en un centro de alto rendimiento deportivo por la invasión militar rusa de su país.

El club de esquí Monachil, uno de los más antiguos de Sierra Nevada, fletó dos autobuses para recoger a los jóvenes deportistas en la frontera de Ucrania con Hungría y, con la ayuda de Cetursa, la FADI y familias vinculadas a la estación invernal granadina, permitió la instalación de los esquiadores entre Sierra Nevada y Granada. Aunque la mayoría de aquel grupo ha vuelto ya a su país, seis de ellos aún permanecen en familias de acogida de Granada y están escolarizados en la ciudad, al tiempo que siguen con sus programas de entrenamiento en distintas instalaciones de la ciudad y Sierra Nevada.

La recogida del premio al Mejor Club fue uno de los momentos más emotivos de la Gala, en la que también fueron premiados como Mejores Deportistas de Invierno dos de las jóvenes promesas de los deportes de invierno de Sierra Nevada, los snowboarders Candela Fuentes y Lorenzo Jiménez, que, gracias los podios obtenidos la temporada pasada en la Copa y el Campeonato de España de Snowboard Cross, han sido integrados en los grupos de seguimiento de la RFEDI esta campaña y aspiran a participar en el circuito europeo.

La esquiadora de montaña Ana Alonso recibió el premio a la Mejor Deportista de Montaña de la temporada pasada en la que logró la victoria en los 5 campeonatos de España en todas las modalidades de esquí de montaña (individual, sprint, vertical, equipos y relevos), fue 4ª en los campeonatos de Europa de relevos y se subió al podio (2ª) en la Copa del Mundo de sprint.

El premio a la Mejor Institución de la temporada pasada recayó en la Cátedra del Derecho del Deporte de la Universidad de Granada por la elaboración del borrador de Ley de Estaciones de Esquí de Andalucía, que establece el futuro marco jurídico de la práctica y la seguridad de los deportes de invierno en Sierra Nevada y, eventualmente, en la estación recreativa de La Ragua.

En la VI Gala del Deporte Blanco de Andalucía, la presidenta de Cetursa Sierra Nevada y consejera de Fomento, Articulación del Territorio y Vivienda, Marifrán Carazo, destacó la transformación experimentada por la estación en las últimas temporadas con fuertes inversiones en busca de la modernización y la sostenibilidad de Sierra Nevada. "Nunca antes, desde mediados de los años 90 del siglo pasado, se había invertido tanto en Sierra Nevada. La estación ha sido sometida en estos últimos cuadro años a una profunda transformación para volver a situarla en el lugar que nunca tuvo que abandonar: la cumbre de las mejores estaciones europeas", señaló Marifrán Carazo, que subrayó que el compromiso del Gobierno andaluz no se quedará ahí y que en breve se presentarán las líneas estratégicas de actuación de la estación invernal granadina hasta 2030.

Novedades temporada 22/23

Por su parte, el consejero delegado de Cetursa Sierra Nevada, Jesús Ibáñez, desglosó las novedades de la temporada 22/23, entre la que destacan los dos nuevos telesillas instalados en el área de Borreguiles (Emile Allais y Alhambra) que, además de mejorar en capacidad, comodidad y velocidad de transporte, propiciarán la reordenación de flujos de esquí en las zonas de iniciación, y mejorarán las conexiones con otras zonas esquiables de la estación.

Destacó también la inversión en nieve producida, con la incorporación esta temporada de 105 nuevos dispositivos de última generación, que se suman a los 215 cañones adquiridos en las últimas campañas, con lo que sólo restarán una veintena de cañones para completar la renovación total de los viejos cañones por los nuevos, más eficaces y eficientes.

Las otras dos grandes novedades de la temporada serán la inauguración de la Oficina de Atención al Cliente, que sustituye a las antiguas taquillas con un centro de atención integral a los usuarios de la estación, y la apertura de un nuevo restaurante en pistas, Queso de Suiza, en la estación inferior del telesilla Stadium.

Por su parte, el presidente de la FADI, Carlos Santandreu, destacó el nuevo proyecto deportivo de la federación andaluza para los cuatro próximos años, que arranca con más de 1.500 deportistas federados en 18 clubs de todas las modalidades de los deportes de invierno.

Andalucía, gracias a los programas de tecnificación y detección de talentos, ha logrado integrar a seis deportistas en las estructuras de los equipos nacionales para competiciones internacionales. Santandreu se refirió también a las carreras que, junto a la estación de Sierra Nevada, promueve la FADI. Así, de los 60 días de competición previstas para la temporada 2022/23, con campeonatos regionales y nacionales, Sierra Nevada acogerá, como plato fuerte del año invernal, dos pruebas de la Copa del Mundo Snowboard Cross, el 11 y 12 de marzo.

Foto de familia de los premiados y autoridades en la Gala Deporte Blanco de Andalucía.

GRANADA/ APERTURA NUEVO HOTEL EN PLENO CENTRO DE LA CAPITAL DE LA ALHAMBRA

La cadena deLuna Hotels inicia su andadura con la apertura del Boutique Hotel Luna Granada Centro

Concepto La hotelera desarrolla la filosofía "deLuna experience", basada en la máxima calidad, atención personalizada y experiencia del usuario

La decoración ha sido realizado por el estudio Requena & Plaza.

Redacción/ **HOSTELSUR**

El nuevo establecimiento está ubicado en el corazón de la capital granadina y ha sido construido con criterios de sostenibilidad medioambiental y eficiencia energética. El Hotel destaca tanto por su ubicación privilegiada, como su cuidado diseño, constando de 34 habitaciones en las que se ha mimado cada detalle.

El proyecto de interiorismo ha sido realizado por el prestigioso estudio Requena & Plaza, estando presentes elementos tradicionales y de artesanía local como la cerámica de Fafalauza, además de referencias ineludibles a la Alhambra. Este proyecto ha creado un ambiente de confort y relax absoluto en pleno centro, siendo el escenario perfecto para ofrecer los servicios que desarrollará un equipo de profesionales especialmente seleccionado y formado para ello.

La restauración tiene un protagonismo especial, contando el Hotel con el que probablemente sea el mejor desayuno buffet de su categoría, con una selección de productos saludables de km 0, variedad de quesos internacionales o platos calientes a la carta elaborados en el momento, por poner algún ejemplo. De igual modo, complementa su oferta con aguas minerales y cafés y tés premium cortesía del hotel 24 horas para sus clientes, carta de cócteles y, por supuesto, con una selección de platos para disfrutar de una cena diferente en un atractivo y acogedor ambiente.

El patio ajardinado, dotado de una fuente tradicional con su sugerente acompañamiento de fondo o la calidez que ofrece la chimenea en la recepción, se ven complementados de forma perfecta en la temporada estival con una piscina y solárium en la terraza, desde la cual se pueden disfrutar de unas maravillosas vistas de la ciudad de Granada.

Siendo uno de los pocos hoteles en esa ubicación con parking propio, se convierte en la elección perfecta igualmente para aquellos que se desplazan a la capital nazarí en coche propio.

Primer nuevo proyecto

Este es el primer nuevo proyecto hotelero que deLuna Hotels abre al público, el cual se suma al emblemático y conocido Gran Hotel Luna de Granada. Inicia así su andadura de nuevas aperturas que de forma progresiva, la nueva cadena hotelera irá poniendo en funcionamiento como los apartamentos turísticos Luna Suites también en Granada, el Gran Hotel Luna de Cádiz, hotel tipo "full service", cuya dimensión y características lo convertirán en un establecimiento de referencia en dicha ciudad o el Gran Hotel Luna de Motril, de modelo similar, que será el primer gran hotel urbano en el centro de la capital de la Costa Tropical.

No obstante, el Plan de Expansión de deLuna Hotels es aún más ambicioso; el departamento de expansión del Grupo tiene puesto el foco en la implantación de otras importantes capitales como Madrid, Sevilla, Málaga, o Córdoba por ejemplo. En palabras de Javier Tausía, CEO de la operadora granadina, "nuestro crecimiento se fundamenta en el cliente como epicentro de nuestra marca, nuestra solvencia y estricto sentido de cumplimiento, y nuestros valores de compañía con obsesión del cuidado de nuestros equipos, principal activo de nuestro Grupo". Se irá materializando de forma pausada y segura, pero siempre con la perspectiva de que cada nuevo hotel garantizará a sus clientes experiencias únicas y singulares a través del modelo "deLuna experience".

NOMBRAMIENTO/ CAMBIOS EN LA DIRECCIÓN DE PILSA

José Manuel Casinello, nuevo director general de Grupo Pilsa

Concepto El directivo se incorpora a la compañía granadina, líder en la fabricación y equipamiento para la hostelería, avalado por la experiencia en el mismo cargo, desde 2013, en Jalsosa

José Manuel Cassinello.

Redacción/ **E.R.V.**

Grupo Pilsa ha llevado a cabo una reorganización de su estructura directiva. La empresa granadina liderada por su CEO, Javier López, ha realizado el fichaje de José Manuel Cassinello que ocupará el cargo en la dirección general de la compañía, líder nacional en la fabricación, suministro e instalación de equipamiento para el sector hostelería.

Pilsa facturó en el ejercicio pasado 21,5 millones de euros, cuenta con 170 empleados y está reforzada internacionalmente con la presencia a través de su delegación y propias instalaciones en el Caribe, donde ya daba cobertura de servicios en su totalidad desde hace más de 18 años.

Será a partir del próximo mes de diciembre cuando José Manuel Cassinello Sola se incorpore de hecho a la dirección general de Pilsa, una vez finalice el traspaso de poderes en Jalsosa, empresa granadina fabricante de productos cosméticos, para la que ha venido desarrollando su responsabilidad en la dirección general desde 2013.

Trayectoria

Cassinello es licenciado en Derecho por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE E-1) y ha cursado programas de postgrado en el IE Business School (SMP) y en el Instituto San Telmo (ADEL). Inició la primera parte de su carrera profesional como abogado especializado en derecho mercantil y fiscal en despachos (Arthur Andersen, Bufete Páez…) y empresas, compatibilizando, parcialmente, dichas tareas con la docencia en materia jurídica en diversas instituciones (Escuela Internacional de Gerencia, Centro de Estudios Jurídicos, ESNA…). En 2.013 se incorporó como director general en Jalsosa, empresa fabricante de productos cosméticos. Desde el año 2.020 forma parte de la Junta Directiva de Andalucía del Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF). También es colaborador habitual, escribiendo artículos de opinión para GRANADA ECONÓMICA, Ideal y Granada Hoy, y en la revista Análisis Financiero (editada por el IEAF).

PLATAFORMA/ IMPULSADA POR ECODES Y COCA-COLA, DENTRO DE COMUNIDAD #PORELCLIMA

La hostelería y el turismo de Granada se unen a Hostelería #PorElClima

Sumar esfuerzos La Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada se adhiere a esta iniciativa con el objetivo de promover la sostenibilidad y dar visibilidad a la plataforma dentro del sector

Redacción/ J.P.

El pasado día 22 de noviembre se celebró, en la Cámara de Comercio de Granada, la presentación de la plataforma Hostelería #PorelClima, impulsada por Ecodes y Coca-Cola, dentro de la Comunidad #PorelClima. En el acto participaron Pablo Barrenechea, director de Comunidad #PorElClima de ECODES; Beatriz Cecilia, directora de Proyectos de Hostelería España; Antonio García, secretario General de la Federación de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada, Marichu García, presidenta de la Comisión de Sostenibilidad de la Cámara de Comercio de Granada, María Ángeles Orantes-Zurita, CEO del grupo La Cueva de 1900, y Alejandro García, jefe de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad en Región Sureste de España de Coca-Cola Europacific Partners. El evento estuvo moderado por Charo Rodríguez, redactora y presentadora de Canal Sur TV.

La plataforma Hostelería #PorElClima promueve la sostenibilidad y las acciones para la lucha contra el cambio climático dentro del sector de la hostelería. A través de ella, los hosteleros pueden obtener consejos, herramientas y buenas prácticas para ayudar a combatir el calentamiento global a través de acciones concretas que permiten ahorrar agua y energía, así como reducir los residuos y otros recursos. Además, da visibilidad a casos de éxito que pueden ser aprovechados por el conjunto del sector hostelero.

"Por responsabilidad, por impacto y por capacidad de acción, las compañías tenemos un papel esencial en la lucha contra el cambio climático. Con el impulso de esta plataforma, dirigida al sector hostelero, nuestro reto es conseguir sumar fuerzas en esta lucha a través de alianzas, como establece el Objetivo de Desarrollo Sostenible 17 de Naciones Unidas y que es fundamental en este proyecto", afirmó Alejandro García, jefe de Asuntos Públicos, Comunicación y Sostenibilidad de la Región Sureste de España de Coca-Cola Europacific Partners.

Pablo Barrenechea, adjunto a la Dirección de Ecodes, apuntó además que "el cambio climático es un problema global y solo tiene una solución global, que nos afecta a todos". Como país líder mundial en turismo, agregó, "también debemos serlo en la lucha frente al cambio climático, y cumplir además con el compromiso del Acuerdo de París.

Foto de familia de los intervinientes en la presentación de la plataforma Hostelería # .

En España existen alrededor de 315.000 empresas en el sector de la hostelería, que dan trabajo a 1,7 millones de personas y una aportación al PIB nacional del 6,4%. Cada gesto de cada una de las empresas y personas que forman parte de este sector es clave en la lucha contra el cambio climático.

Desde su lanzamiento, Hostelería #PorElClima ha logrado reunir a más de 3.600 establecimientos hosteleros comprometidos con el medio ambiente, que han puesto en marcha más de 52.000 acciones como, por ejemplo, evitar el goteo para ahorrar agua o cambiar las bombillas a LED, que consumen hasta un 90% menos de energía que las incandescentes. En la provincia de Granada se han adherido más de 200 establecimientos.

El sector granadino, comprometido

Durante la presentación, Antonio García, secretario General de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada, añadió que "El proyecto de Coca-Cola de hostelería por el clima, ha tenido una gran acogida entre las empresas del sector, la sostenibilidad es un concepto muy importante para las empresas y todos debemos de ser conscientes de la situación del cambio climático".

Marichu García, presidenta de la comisión de Sostenibilidad de la Cámara de Granada destacó: "La Cámara de Comercio de Granada como Corporación de Derecho Público, entre cuyas funciones están las de favorecer y hacer posible el desarrollo económico y social de la provincia, y cuya voluntad es la de defender el interés general, consideramos que es nuestra obligación promover nuevos paradigmas de actividad económica y desarrollo y nuevas formas de actuar en el tejido empresarial, más conscientes y comprometidas con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas y con sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Además de trabajar activamente contra el cambio climático y sus efectos".

Por su parte, Ángeles Orantes-Zurita, CEO de La Cueva 1900, cadena de restauración granadina con presencia en 4 ciudades y 14 locales de hostelería, destacó que su preocupación por la calidad de los productos les lleva directamente a la preocupación por el cuidado de la tierra, del territorio y del planeta. Por eso en 2022 se adhiriendo a Hostelería #PorElClima, el proyecto que ayuda a la descarbonización del sector hostelero en España.

La adhesión al proyecto les ha alineado con las directrices marcadas por el Acuerdo de París firmado en 2016 contra el cambio climático, con el propósito de seguir avanzando en las medidas necesarias para reducir las emisiones que derivan de su actividad minimizando, de esta manera, su impacto en la atmósfera. Hostelería por el clima les ha ayudado a realizar un diagnóstico de todos los locales y realizar un plan de acción para conseguir el objetivo marcado. Su voluntad, por tanto, es la de llegar a ser un grupo empresarial "cero emisiones" en el plazo fijado por el propio Acuerdo de París.

Por último, Jacobo Calvo, segundo teniente de Alcalde, concejal delegado de Medio Ambiente, Mantenimiento y Educación del Ayuntamiento de Granada, "agradeció todas las iniciativas amables con el medio ambiente que se llevan a cabo en nuestra ciudad. En torno al cambio climático, nuestros comportamientos son clave. Es por ello que nuestra apuesta es clara y decidida en aquellas acciones que prioricen por la economía circular, por reducir y compensar la huella de carbono y, elevando aún más la mirada, en cada uno de los 17 ODS de la Agenda 2030. Granada, su ayuntamiento y cada vez más activos de la ciudad demuestran su compromiso y una muestra de ello es el sector de la hostelería y comercio granadino, en este caso, además, de la mano de Coca-Cola. Las alianzas son determinantes y una muestra de ello es esta iniciativa.

SOBRE HOSTELERÍA #PORELCLIMA

Concienciación para luchar contra el cambio climático

Hostelería #PorElClima nació en el año 2017, tras el Acuerdo de París, en el marco de la Comunidad #PorElClima, integrada por empresas, instituciones y ciudadanos decididos a luchar contra el cambio climático. Impulsada por Ecodes y Coca-Cola, con el apoyo institucional de Hostelería de España, está dirigida a pequeños, medianos y grandes hosteleros, y tiene como objetivos fundamentales ayudar a los establecimientos implicados a ser más sostenibles mediante consejos y herramientas; dar visibilidad a quienes están desarrollando buenas prácticas; y crear concienciación para seguir poniendo medidas en la lucha contra el cambio climático.

Más información: https://porelclima.es/hosteleria-porelclima

'UNIÓN CON SABOR'/ INICIATIVA DE HOSTECOR Y ASHAL

Chefs cordobeses llevan a Almería los platos estrella de su cocina

Plato de salmorejo, foto superior izquierda; y a la derecha, participantes en el espacio del Mercado Central.

Espacio gastronómico La delegación participante en el evento almeriense sorprendió con uno de sus platos más típicos: el salmorejo

Redacción/ **HOSTELSUR**

Con un plato típico, como es el salmorejo, arrancó el pasado día 21 de noviembre la visita de una delegación de cocineros capitaneada por el presidente de la Asociación Cordobesa de Hostelería y Turismo (Hostecor), Francisco de la Torre, y el propio alcalde de aquella ciudad, José María Bellido. En el Espacio Gastronómico del Mercado Central, los cocineros almerienses que participan en la actividad 'Unión con Sabor' junto al presidente de ASHAL, Pedro Sánchez-Fortún, y otros miembros de la directiva pudieron conocer, al igual que cualquiera que ese día realizara sus compras a las 11 horas, como se elabora un buen salmorejo de la mano de Celia Giménez, chef de un restaurante con su nombre, que luego pudieron degustar.

La comitiva partió posteriormente hacia la Alcazaba, donde fue recibida por la alcaldesa de Almería, María del Mar Vázquez, a la vez que pudo conocer este conjunto monumental. Desde este enclave, Pedro Sánchez-Fortún dio la bienvenida al personal de los restaurantes Casa Pepe de la Judería, Asador Bucán, El Churrasco y La Casa de Manolete Bistró que pasarían a elaborar el menú degustación de esa noche en Espacio Gastronómico Tony García y los restaurantes La Jábega, El Terrao y La Encina.

Sánchez-Fortún destacó la importancia de la gastronomía en el turismo así como "el hermanamiento que hemos iniciado con Córdoba a través de la cocina que queremos tenga continuidad y poco a poco vaya creciendo con otras provincias andaluzas. En esta tierra hay muy buena materia prima y excelentes profesionales".

Todos los cocineros se encontraban, en ese momento, ya trabajando para la cena que ofrecerían esa noche a partir de las 21 horas, después de visitar los Refugios y mantener un aperitivo de hermandad.

Esta es la segunda actividad que realizan Hostecor y ASHAL para promocionar el turismo y la gastronomía tras el convenio firmado entre ambas patronales y los ayuntamientos de Almería y Córdoba el pasado año.

Visita de la delegación de chefs cordobeses a la Alcazaba de Almería.

VINOS ANDALUCES, por Nacho del Río
Director de la www.guiadevinoslowcost.es

Manzanilla La Goya

Tipo: Manzanilla. Palomino
Envejecimiento: Crianza biológica más de 7 años.
D.O: Manzanilla de Jerez
Bodega: Delgado Zuleta. Avda. Rocío Jurado, s/n 11540 · Sanlúcar de Barrameda (Cádiz)
PVP: 6,90-7-90 euros

Nota de cata:
Vista: De color amarillo dorado pálido, limpio y brillante.Nariz:Perfil fino e intenso, con matices propios de la crianza biológica. Destacan los aromas a almendra tostada, a cáscaras de cítricos y a camomila.Boca:Ligero, seco y muy suave al paladar. Sobresale por su persistencia y su untuosidad.

Salud
nachodelRio

NUEVA EDICIÓN/ GUÍA 2023

Veintiún restaurantes lucen ya estrella Michelín en Andalucía

3 nuevas estrellas Estrenan este año La Finca en Loja (Granada), Kaleja en Málaga y Código de Barra en Cádiz

Restaurante La Finca.

Kaleja.

Código de Barra.

Redacción/ HOSTELSUR

La Guía Michelín 2023 acaba de conceder tres nuevas estrellas a sendos restaurantes en Andalucía: La Finca en Loja (Granada), lo que hace que esta provincia cuente por primera vez con un restaurante con esta distinción; Código de Barra en Cádiz y Kaleja en Málaga. Suman así las nuevas estrellas un total de veintiún restaurantes que ya las lucen en Andalucía, uno de ellos, el Aponiente, situado en el Puerto de Santa María, obstenta un total de 3 estrellas; tres poseen 2 estrellas, Noor (Córdoba), Skina en Marbella (Málaga), y Bardal en Ronda (Málaga). Y el resto, diecisiete restaurantes, 1 estrella cada uno. En total 29 estrellas Michelín dan brillo a la restauración andaluza.

Las nuevas estrellas para restaurantes de España y Portugal se dieron a conocer el pasado día 22 de noviembre en una gala celebrada en el Palacio de Congresos de Toledo. En total, la Guía 2023 recoge 1.401 restaurantes de toda España, Portugal y el Principado de Andorra, entre los que se encuentran 13 con tres Estrellas, 41 con dos Estrellas, 235 una Estrella y 281 con Bib Gourmand.

Estrellas Andalucía

Salvo Huelva, ya las otras siete provincias de Andalucía albergan algún restaurante con estrella Michelín. En primer lugar, si consideramos el número de establecimientos y estrellas, destacar a Málaga que lidera con un total de ocho restaurantes que suman 10 estrellas, de los que dos tienen 2 estrellas y seis, 1 estrella Michelín cada uno: Kaleja en la capital que acaba de obtenerla este año; y José Carlos García, también situado en la capital con 1 estrella; y en Marbella cuatro restaurantes más, Skina –2 estrellas–, Nintai, Messina y El Lago –1 estrella–. Y por último, Sollo en la localidad malagueña de Fuengirola –1 estrella– y Bardal en Ronda –1 estrella–.

Y si nos referimos al único restaurante en Andalucía con 3 estrellas Michelín, hablaríamos de Cádiz por ser la provincia que lo acoge. Así son cinco restaurantes y suman 7 estrellas en total. Pues como decíamos, Aponiente en El Puerto de Santa María tiene en su haber nada más y nada menos que 3 estrellas. Este año se ha estrenado con su primera estrella Código de Barra (Cádiz); la tenían ya también Alevante en Novo Sancti Petri; y los restaurantes Mantúa y Lú Cocina y Alma, en Jerez de la Frontera.

Córdoba sigue en este ranking de estrellas, en tercer lugar, en el podio andaluz. Noor en la capital con 2 estrellas y Choco con 1 estrella, también en la capital cordobesa.

Sevilla, en cuarto lugar, con dos restaurantes, Cañabota y Abantal, los dos situados en la capital hispalense y poseedores de 1 estrella cada uno. Y con un restaurante con 1 estrella, cada una, las provincias de Almería con La Costa (Ejido); y Granada con La Finca (Loja).

Código de Barra (Cádiz)

Según la 'Opinión' de la Guía Michelín, este oasis gastronómico, en las concurridas calles peatonales del casco antiguo, seguro que no le deja indiferente, pues tiene mérito desvelar desde la perspectiva actual algunos de los códigos culinarios ocultos en la trimilenaria historia gaditana.

El local, definido por la convivencia de la piedra, el ladrillo y las paredes en tonos blancos, emana sosiego (incluso en la mesa que hay frente a la cocina), por lo que constituye el hábitat perfecto para que el chef Léon Griffioen (de origen holandés) y su mujer (Paqui Márquez, jefa de sala y sumiller) desarrollen su trabajo. ¿La propuesta? Dos menús degustación (Cotinusa y Gadir) que procuran narrar los sabores gaditanos desde la perspectiva actual, desgranando distintos momentos históricos en base a las mejores materias primas de la zona.

Código de Barra es por tanto el quinto restaurante de Cádiz que obtiene estrella Michelín.

Kaleja (Málaga)

Una Estrella Michelín: una cocina de gran nivel. ¡Compensa pararse!. Así define la 'Opinión' de la Guía Michelín al recién incorporado también a su Guía el nuevo resaurante malagueño. Hace honor a su nombre, pues Kaleja es una palabra sefardí que significa "callejón" y que nos habla sobre el peculiar emplazamiento del local, en la bella judería malagueña y a pocos metros del Museo Picasso.

Lo primero que llama la atención es el sutil olor a humo, un elemento esencial en la propuesta diferencial de esta casa, ya que el chef Dani Carnero plantea una cocina de las de antes desde la perspectiva actual, trabajando al calor de las brasas en largas cocciones (lo que llaman "cocina de candela") para rescatar los sabores de su infancia, en muchos casos asociados a recetas tradicionales andaluzas que está salvando del olvido. La propuesta ve la luz a través de dos menús degustación (Memoria y Gran Menú Memoria). ¡Todos los platos tienen potencia, sabor y una historia tras de sí!

La Finca, Loja (Granada)

Una de esas joyas que pueden pasar inadvertidas, pues es solo una de las opciones culinarias que engloban la oferta del lujoso hotel Royal Hideaway La Bobadilla, en pleno campo granadino y con la estética de un precioso cortijo andaluz.

La experiencia, centrada en dos menús degustación sorpresa de tinte creativo, se inicia en la antigua y espectacular capilla, donde nos ofrecen unos primeros aperitivos basados en pequeños guisos de potente sabor; a continuación, ya en el salón rústico-elegante del restaurante, continúa con unos platos que revisan la tradición local acudiendo al recetario malagueño y granadino, actualizado con un elevado nivel técnico por el joven chef Fernando Arjona, que estando tutelado por el chef Pablo González (Cabaña Buenavista), demuestra su propia personalidad.

Felicitaciones a Granada por su entrada en el Olimpo!

MICHELIN GUIDE ANDALUCÍA

Nº	RESTAURANTES	CIUDAD/ PROVINCIA	ESTRELLAS/ COCINA	
1	La Costa	El Ejido • Almería	✿	Actual
2	Código de Barra	Cádiz	✿	Moderna
3	Alevante	Novo Sancti Petri • Cádiz	✿	Creativa
4	Aponiente	Pto de Santa María • Cádiz	✿✿✿	Creativa
8	Mantúa	Jerez de la Frontera • Cádiz	✿	Moderna
6	Lú Cocina y Alma	Jerez de la Frontera • Cádiz	✿	Moderna
7	Noor	Córdoba	✿✿	Creativa
8	Choco	Córdoba	✿	Creativa
9	La Finca	Loja • Granada	✿	Actual
10	Dama Juana	Jaén	✿	Moderna
11	Bagá	Jaén	✿	Moderna
12	Kaleja	(Málaga)	✿	Actual
13	José Carlos García	(Málaga)	✿	Creativa
14	Skina	Marbella • Málaga	✿✿	Moderna
15	Nintai	Marbella • Málaga	✿	Japonesa
16	Messina	Marbella • Málaga	✿	Creativa
17	El Lago	Marbella • Málaga	✿	Actual
18	Bardal	Ronda• Málaga	✿✿	Creativa
19	Sollo	Fuengirola • Málaga	✿	Creativa
20	Cañabota	Sevilla	✿	Pescados y Mariscos
21	Abantal	Sevilla	✿	Creativa

HOSTELSUR Andalucía

El periódico mensual del Turismo y la Hostelería en Andalucía
DECANO DE LA PRENSA TÉCNICA ANDALUZA
FUNDADO EN 1986 • Año 36 • Nº 352 • NOVIEMBRE-DICIEMBRE 2022
www.hostelsur.com

Granada

GRANADA
Mil y una

Hay una Granada blanca
que te hace volar y tocar el cielo

Podrás venir una y mil veces
y siempre habrá una Granada
por descubrir

turgranada.es