HOSTELSUR

Andalucía

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

Año 37 Nº 353 ENERO-FEBRERO 2023 Difusión por correo FRANQUEO CONCERTADO Nº 18/50 www.hostelsur.com

HOTEL BALI

MedPlaya invierte 4,5 millones de euros en la remodelación de uno de sus activos en la Costa del Sol, el Hotel Bali. P12-13

VITUR SUMMITSE

El mayor evento de Europa de alojamientos turísticos se celebrará en Málaga los días 10,11 y 12 de mayo. P16

EMPLEO TURÍSTICO

Según datos difundidos por Turespaña, el empleo turístico cerró 2022 con las mejores cifras de su historia. P18

NUEVO HOTEL

IHG abrirá un nuevo hotel en Granada que empezará a construirse antes del verano para aperturar en 2024 . P19

H&T 2023

Una convocatoria renovada, más especializada y conectada con las oportunidades del sector P2-3

Este año H&T se celebra del 6 al 8 de febrero en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA). Imagen de la zona expositora en 2022.

Entrevista

Gregorio García, presidente de la FEHT de Granada, afirma que en 2022 se cerró un buen año P6-07

El total de pernoctaciones en los hoteles andaluces ascendieron en diciembre a más de 2,2 millones

Incremento del 17,2% Respecto al mismo mes del 2021, cuando fueron de 1,8 millones. P5

Fitur reconoce a Andalucía con el premio 'Stand Sostenible'

El pabellón de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid ha sido galardonado con esta distinción que concede la organización del encuentro en colaboración con el Instituto de Turismo Responsable (ITR) en reconocimiento a la apuesta por la sostenibilidad realizada por la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte. P8-11

FYCMA / SALÓN DE INNOVACIÓN EN HOSTELERÍA, DEL DEL 6 AL 8 DE FEBRERO

H&T 2023 reúne creatividad y talento en muestras y ponencias

Gastronomía

Afianza su papel en el salón a la par que su influencia en las industrias hostelera y turística

Redacción/ HOSTELSUR

En la imagen, zona expositiva H&T 2022.

"El Aula MAKRO albergará sesiones formativas de la mano de cocineros de primer nivel y jóvenes promesas "

"La Sala de Catas celebra una nueva convocatoria con la presencia de sumilleres y expertos en enología"

"Además, H&T acogerá la tercera edición del Foro Nacional de Hostelería que contará con la participación del chef Ferrán Adrià"

La gastronomía refuerza su presencia en la edición 2023 de H&T, Salón de Innovación en Hostelería, con una amplia propuesta que va desde la oferta expositiva hasta la programación de contenidos. Precisamente, el apartado de actividades trae grandes novedades con la creatividad, el talento y las tendencias como protagonistas. Es el caso del espacio Kitchen Lab -patrocinado por Carranza Hostelería-, que renueva su formato y apuesta por el desarrollo de demostraciones y ponencias más prácticas para el aprendizaje de técnicas y métodos específicos.

Para ello, el salón, que se celebra del 6 al 8 de febrero en FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga), reunirá a nombres referentes de los fogones como Diego Gallegos, chef del Restaurante Sollo -1 estrella verde y 1 estrella Michelin-; Vicente Guimerà, Restaurante L'antic Molí -1 estrella verde y 1 estrella Michelín-; Kisko García, Restaurante El Choco -1 estrella Michelín-; Diego Rene, Restaurante Beluga -recomendado guía Michelín 2022/2023-; Andrea Tumbarello, Restaurante Don Giovanni -2 soles Repsol-; Paolo Brufani, campeón de España en pizza clásica en la edición 2017/2018, o Daniel García Peinado, el chef del A.O.V.E., entre otros. A través de sus demostraciones, abordarán técnicas recuperadas de la cocina tradicional, sobre el arroz, para el uso de la trufa o en torno al mundo de las especias soul spices.

Junto a este espacio, H&T acoge en el Aula MAKRO diferentes sesiones formativas y talleres para profesionales de la hostelería. Contará con expertos y destacados chefs del panorama nacional. Además, en el programa de actividades se desarrollarán ponencias especializadas como la impulsada por la Facultad de Turismo de la UMA (Universidad de Málaga) a través de Gastrocampus de innovación sobre la dimensión social de la hostelería.

Por otra parte, por tercer año consecutivo, el Foro Nacional de Hostelería se celebrará en el marco de H&T el martes 7 de febrero. El encuentro, organizado por la Federación de Hostelería de Andalucía y la Confederación Empresarial de Hostelería de España, citará a reconocidos expertos y chefs como Ferrán Adrià. Toda la información en www.foronacionaldehosteleria.es.

Vinos y técnicas de maridaje

De manera complementaria al programa gastronómico, la Sala de Catas se ha convertido en otro de los puntos fuertes del programa de H&T, destacando por la calidad de sus contenidos y participantes. En la nueva edición contará con expertos como Cristina Osuna, enóloga en bodegas Toro Albalá y presidenta de la Asociación de Sumilleres de Córdoba, que hablará de la capacidad de algunos vinos para permanecer en el tiempo; Juan Miguel López-Gil, beer sommelier del grupo Mahou-San Miguel, hará una introducción al beer pairing -maridaje con cerveza-; el sumiller Aurelio Molina; Ugo Moreno, considerado en la actualidad uno de los mayores especialistas españoles en vinos franceses, profundizará en uno de los vinos más venerados del mundo como es el Pinot Noir, o Luis Hurtado de Amézaga, director técnico y de producción de Bodegas de los Herederos del Marqués de Riscal en sus bodegas de Rueda (Valladolid) y El ciego (La Rioja), que indagará en los tintos de meditación, entre otros.

Asimismo, en el marco del encuentro se celebrará la quinta edición de los Premios H&T a los mejores vinos participantes, y cuyo panel de catas estará integrado por un plantel de renombrados expertos. Se trata de Silvia García, Head Sommelier del Hotel Mandarín Oriental Ritz de Madrid; David Camino, fundador de Anyway Wine Bar; Andrea Alonso, una de las mujeres más influyentes del panorama vitivinícola nacional y actual Head of Global Wine Managment de METRO AG; Custodio López, considerado el sumiller español de mayor influencia en la actualidad, y Juanmi Rubio, sumiller y experto en gastronomía.

Sobre H&T

H&T está organizado por FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga). La Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

NIVELES PREPANDEMIA

La actividad del Palacio de ferias y Congresos de Málaga genera en 2022 más de 183 millones

La actividad de FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) tuvo un impacto económico en 2022 superior a los 183 millones de euros, una cifra en línea con la facturación, que alcanza los 11 millones. Se trata de registros que constatan la total reactivación del calendario y lo sitúan en niveles prepandemia

Con un total de 176 encuentros celebrados, el contenido profesional y las grandes convocatorias internacionales han sido protagonistas en un ejercicio que supera a 2019 en indicadores clave como el número de empresas y entidades expositoras, que ascienden a 2.200

De cara a 2023, el recinto malagueño incorpora al menos cuatro nuevos certámenes a su programación ferial y será escenario de más de una decena de congresos médico-sanitarios, todos de carácter nacional e internacional.

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 Provincial 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). Makro es proveedor oficial. Carranza Hostelería es partner de equipamiento en el Kitchen Lab. Además, actúan como Silver Partners Cervezas San Miguel y Solán de Cabras. Por su parte, la Asociación Española de Directores y Directivos de Hotel y Restauración (AEDH), Gastrocampus de Innovación impulsado por la Universidad de Málaga a través de la Facultad de Turismo, y el Círculo Internacional de Directivos de Hotel son Bronze Partners.

Alberto Chicote participará en el programa de contenidos

La edición 2023 de H&T, Salón de Innovación en Hostelería, contará con la participación del chef y presentador de televisión Alberto Chicote durante su primera jornada, que será el próximo 6 de febrero. Chicote ofrecerá una ponencia especializada en la sostenibilidad en los restaurantes con el foco en los recursos al alcance de los profesionales para iniciar un camino hacia la excelencia. Así dará comienzo la programación de uno de los nuevos espacios de esta convocatoria de H&T, el Main Stage, una novedad que se incorpora este año para congregar las últimas novedades relacionadas con la innovación aplicada a los subsectores de las industrias hostelera, hotelera y turística.

Chicote, que lleva desde 2012 triunfando con el programa de entretenimiento 'Pesadilla en la Cocina', se ha convertido en uno de los chefs más populares de España. Actualmente compagina la grabación de la cuarta temporada de '¿Te lo vas a comer? con la emisión de la octava de Pesadilla. Fue uno de los pioneros en la cocina fusión de la gastronomía española, sus aprendizajes componen la esencia de su restaurante Omeraki, que tiene la sostenibilidad como eje. Ha recibido diversos reconocimientos, como el título a Mejor Cocinero otorgado por la Asociación Madrileña de Empresarios de Restaurantes y Cafeterías en 2006, entre otros.

El chef y presentador, Alberto Chicote.

Industria tecnológica y digital

Junto a Alberto Chicote, el Main Stage contará con la participación de expertos de diferentes ámbitos para profundizar en cómo la digitalización y los nuevos conceptos HORECA contribuyen a la competitividad de los negocios de las industrias hostelera, hotelera y turística. Así, se abordarán temas como la robótica aplicada a restaurantes más tradicionales, las tendencias sectoriales de los alojamientos, estrategias de digitalización, la gobernanza de los datos para la toma de decisiones, la innovación turística o las nuevas formas de comunicar en un entorno digital.

Para ello, estarán presentes profesionales como Eva Ballarín, experta en turismo e industria HORECA; Toni Mascaró, CEO de eMascaró; Donald Burns, fundador de The Restaurant Coach (EEUU); Jimmy Pons, Innovation Maker; Camilo Moreno, director creativo de Marketing Gastronómico (Colombia); Roberto Ruiz, consultor de Restaurante y La Nueva Hostelería; Rodrigo Varona y Guillermo Dávila, cofundadores de Brandelicious, o Marian Ruiz, CCO de Dataria-Revenue Management Software, entre otros.

'MAIN STAGE'. En este espacio es donde Chicote abordará la sostenibilidad en el restaurante hablando sobre recursos y oportunidades para conseguir la excelencia

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

Señales de recuperación definitiva

Apesar que el escenario que se presentó de manera abrupta en febrero de 2022 con el conflicto bélico en Europa tras la invasión de Rusia en Ucrania, impidió –como causa principal aunque la pandemia tampoco se había superado del todo– que la recuperación del turismo se produjera en su totalidad, sí que podemos asegurar que el 2022 ha dejado claras señales que la recuperación definitiva será en 2023.

Por un lado tenemos el informe sobre la Encuesta de Coyuntura Hotelera del Instituto Nacional de Estadística (INE) durante el mes de diciembre de 2022, en el que las pernoctaciones en establecimientos hoteleros superaron en España los 16,6 millones lo que supone un aumento del 25,6%. Igualmente sucedió en Andalucía aunque a un ritmo menor, el 17,2%, obteniendo más de 2,2 millones de pernoctaciones –sumando también los residentes en España y los residentes en el extranjero–, cuando en el 2021 las pernoctaciones en nuestra comunidad, en diciembre, fueron de algo más de 1,8 millones.

Otro indicador es el fuerte crecimiento del empleo, si cabe más importante aún que el referido en el párrafo anterior, y que es el termómetro de la intensa recuperación del sector en 2022. El empleo turístico cerró el pasado año con 2.458.032 afiliados a la Seguridad Social, el mejor dato de toda la serie histórica para este mes, superando en 63.002 el registro de afiliación del mismo mes de 2019. Precisamente Andalucía, en cifras absolutas, obtuvo el mayor incremento en materia de empleo generado por el turismo de toda España.

Y en cuanto a turismo internacional –el que todavía costaba recuperar a niveles del 2019– ya aparecen datos que reflejan que nos vamos aproximando. En 2022, España recibió más de 80 millones de pasajeros aéreos internacionales, el 85% de los que llegaron en 2019; y en diciembre, el último mes del que disponemos de datos, sumó 5,7 millones, cifra esta última que supone la recuperación del 95% de los pasajeros prepandemia.

Todo ello demuestra que el 2022 ha sido el año de la recuperación del turismo, un año que además marcará la transición definitiva hacia un modelo turístico de calidad.

Sin duda, y si nada nuevo se tuerce, hay señales para confiar en que la recuperación definitiva se acerca cada vez más, el sector así lo aprecia y se muestra esperanzador y optimista. Y no solo una recuperación a niveles prepandemia, los datos de 2022 anticipan un 2023 de récord. Que así sea.

AGENCIAS DE VIAJES

CEAV presenta un manifiesto contra el RD 933/2021 sobre obligaciones de registro documental

El sector de las agencias de viajes desea reiterar que considera totalmente improcedente que se nos haya atribuido la obligación de comunicación de datos de sus clientes, ya que en su calidad de intermediarias en las reservas, trasladan los datos de los viajeros a los establecimientos de alojamiento o a las empresas de alquiler de vehículos a motor a fin de que las reservas puedan perfeccionarse, motivo por el cual deberían ser estos, los únicos obligados a esta comunicación, y no las agencias de viajes.

Así lo establece la Ley Orgánica 4/2015, de la cual emana este Real Decreto, que solo se refiere a las empresas de hospedaje y de transporte, y es totalmente desproporcionado que el Gobierno español haya realizado una definición extensiva de estos sectores, incluyendo a las agencias de viajes, cuando estas no prestan ni el servicio de hospedaje ni el de alquiler de vehículos.

CEAV considera que el Real decreto vulnera la normativa vigente de protección de datos, y por tanto, su entrada en vigor podría suponer un tratamiento masivo e ilícito de datos personales, según se desprende del informe la Comisión Europea, en el que se subraya que la medida era desproporcionada e innecesaria y, advierte de que la nueva norma podría infringir la Directiva relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior y la Directiva relativa a la protección de las personas físicas.

Adicionalmente, queremos remarcar que España es el único país de la Unión Europea que exige esta comunicación de datos a las agencias de viajes, con lo que se resta competitividad a nuestras empresas y a nuestro país como receptor de turistas extranjeros, y puede convertirse en un freno a la entrada de estos turistas, de congresos reuniones e incentivos y de viajeros de negocio: la plataforma es incompatible con el modelo MICE, ya que las reservas se hacen a nombre de una persona jurídica.

Además, las agencias de viajes carecen de medios suficientes para hacer frente a esta nueva obligación impuesta por el Real Decreto 933/2021, pues es importante recordar que la gran mayoría de agencias de viajes son pymes y micropymes, que se verán totalmente impedidas a realizar una integración tecnológica para la comunicación máquina a máquina de este gran volumen de datos que les exige la nueva normativa. Se verán abocadas a realizar una comunicación manual de estos datos, a través de la plataforma que el Ministerio del Interior. Esta comunicación manual de datos, que la normativa establece que debe realizarse en un plazo no superior a 24 horas, supondrá que las agencias de viajes tengan que afrontar importantes costes de personal en un momento en que estas empresas todavía están recuperándose de los graves daños económicos producidos por la pandemia, lo que conllevará una pérdida enorme de competitividad para las empresas.

Por todo ello, CEAV reitera su petición al Gobierno de excluir al sector de las agencias de viajes del ámbito de aplicación de este Real Decreto, así como seguirá estudiando todas las posibilidades legales que tenga para iniciar acciones legales en contra de esta normativa tan perjudicial para nuestro sector.

OBITUARIO

La hostelería de Almería llora el fallecimiento de Paco Ortíz, fundador de 'El Andaluz'

Hijo de hosteleros revolucionó el sector con tapas innovadoras y su impronta la trasladó a sus descendientes que continúan sus pasos en el sector de la hostelería

La hostelería de Almería se encuentra de luto. El pasado día 18 de enero ha fallecido Paco Ortíz, fundador del bar 'El Andaluz' y todo un precursor del sector. La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Almería (ASHAL) quiere trasladar sus condolencias a la familia y reconocer públicamente su figura ya que fue un innovador además de un referente para todo el sector.

Natural de Las Hortichuelas, Paco Ortíz llegó a Almería con apenas 12 años donde su padre Ramón y madre Eduvigis abrieron una tienda de aceites y vinagres en la que también despachaban chatos de vino a cincuenta céntimos de peseta con un huevo cocido o un cuarto de lechuga con aceite y sal... Esas fueron las primeras tapas después de los garbanzos tostados.

En 1964 sus padres abrieron el conocido 'Bar Andaluz' situado a la orilla de la carretera de Granada, donde mucha gente paraba a tomar chatos de vino o cañas de cerveza acompañadas de sus típicas tapas de tocineta, pimientos rebozados, pajarillos fritos, arroz o migas. Cuando Paco asumió el negocio lo amplió y colocó un horno de leña donde hacía pan todos los días además de magdalenas o tortas de chicharrones. Más tarde montó una barbacoa que hizo famosas las costillas a la brasa.

En 1978 amplía el bar con una bodega donde da un giro a la hostelería al ofrecer de forma pionera gambas rojas, cigalas, pulpo, chotos o cabritos. Posteriormente, en 1991, abre 'Bar Andaluz 2' junto a su hijo siendo en la actualidad un bar de referencia en Almería, junto con la Terraza El Andaluz (terraza de verano) que abrió cinco años mas tarde.

Toda una vida de entrega a la hostelería que el pasado día 18 de enero se apaga, si bien su legado sigue presente y da continuidad a toda una familia de hosteleros. Descanse en paz.

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

Andalucía, el destino principal de los viajeros residentes en España

Líder turismo nacional La comunicad cierra diciembre de 2022 con el 17,18% del total de las pernoctaciones. Le siguen Comunidad de Madrid y Cataluña con el 15,4% y 14,0% del total de pernoctaciones, respectivamente

Redacción/ **HOSTELSUR**

Según datos extraídos de la Encuesta de Coyuntura Hotelera del Instituto Nacional de Estadística (INE), publicados el pasado día 24 de enero, durante el mes de diciembre de 2022 las pernoctaciones en establecimientos hoteleros superaron en España los 16,6 millones, –sumando los residentes en España y los residentes en el extranjero–, lo que supone un aumento del 25,6% respecto al mismo mes de 2021, cuando hubo 13,2 millones. En Andalucía el total de pernoctaciones ascendieron en diciembre a más de 2,2 millones, con un incremento del 17,2%, si lo comparamos igualmente con diciembre de 2021, cuando las pernoctaciones fueron de algo más de 1,8 millones.

Atendiendo a la procedencia, las pernoctaciones de los viajeros residentes en España superaron los 7,1 millones en el total nacional, Andalucía (1,3 millones), lo que en España representa un 42,9% del total, en Andalucía el 57,2%. Por su parte, las de los no residentes se sitúan por encima de los 9,4 millones en el total nacional, mientras que en Andalucía sumaron un total de 948.285 las pernoctaciones de los viajeros extranjeros.

Por otro lado, la estancia media aumenta un 1,8% respecto a diciembre de 2021, situándose en 2,8 pernoctaciones por viajero.

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

	VIAJEROS 2022M12			PERNOCTACIONES 2022M12		
	Total	Residentes en España	Residentes en el Extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el Extranjero
• Almería	43.320	32.667	10.653	107.338	73.608	33.730
• Cádiz	107.823	81.591	26.232	226.561	161.082	65.479
• Córdoba	75.500	52.575	22.925	134.438	96.162	38.276
• Granada	190.193	132.837	57.356	359.530	244.395	115.135
• Huelva	22.704	19.238	3.466	52.772	43.806	8.966
• Jaén	36.737	33.340	3.397	66.177	59.627	6.550
• Málaga	281.166	147.039	134.127	781.725	324.377	457.348
• Sevilla	244.277	142.788	101.489	484.358	261.557	222.801
• Andalucía	**1.001.722**	**642.076**	**359.646**	**2.212.900**	**1.264.615**	**948.285**
• Total Nacional	**6.024.052**	**3.556.838**	**2.467.214**	**16.600.547**	**7.121.943**	**9.478.604**

Los hoteles andaluces registraron másl de 2,2 millones de pernoctaciones en diciembre.

Andalucía, destino favorito

Los destinos principales de los viajeros residentes en España en diciembre –dentro del Top 3– continúan siendo, y en primer lugar se consolida Andalucía como destino favorito con el 17,8% del porcentaje del total de las pernoctaciones de los residentes españoles; le siguen Comunidad de Madrid y Cataluña con el 15,4% y 14,0% del total de pernoctaciones, respectivamente.

Por su parte, el principal destino elegido por los no residentes es Canarias, con un 52,6% del total de pernoctaciones. Los siguientes destinos son Cataluña (15,1%), y Andalucía (10,0%).

En cuanto a la ocupación hotelera en diciembre se cubren el 47,3% de las plazas ofertadas, con un aumento anual del 18,1%. El grado de ocupación por plazas en fin de semana sube un 17,7% y se sitúa en el 51,9%.

Dentro del Top 5, en el mes de diciembre, Canarias presenta el mayor grado de ocupación por plazas durante diciembre (69,1%). Le sigue Comunidad de Madrid, con el 51,8%, Ceuta (69,1%), Cataluña (44,5%) y Comunidad Valenciana (44,5%); la media nacional en este parámetro queda en el 47,3%, y en Andalucía el grado de ocupación en diciembre fue del 39,0%, lo que representa un porcentaje por debajo de la media nacional.

Según el país de origen

En lo que respecta al país de origen, los viajeros procedentes de Reino Unido y Alemania concentraron el 23,9% y el 15,3%, respectivamente, del total de pernoctaciones de no residentes en establecimientos hoteleros en diciembre.

Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Italia y Estados Unidos (los siguientes mercados emisores) suponen el 7,5%, 4,7% y 4,2% del total, respectivamente.

Las pernoctaciones de los viajeros procedentes de Francia, Países Bajos y Estados Unidos(los siguientes mercados emisores) suponen el 8,7%, 4,4% y 4,1% del total, respectivamente.

Precios y rentabilidad

Po lo que respecta a la tasa anual del Índice de Precios Hoteleros (IPH), este se situó en el 7,8% en diciembre, lo que supone 12,9 puntos menos que la registrada en el mismo mes de 2021, y 1,0 puntos menos que la registrada el mes pasado.

Por comunidades autónomas, las mayores subidas de precios hoteleros respecto a diciembre de 2021 se dieron en Cataluña (12,5%) y Comunidad de Madrid (12,0%). Por su parte, la mayor bajada se registra en La Rioja, con una tasa del –2,7%.

Por categorías, el mayor incremento de precios se produce en los establecimientos de una estrella de plata (14,7%).

Y en cuanto a la facturación media diaria de los hoteles por cada habitación ocupada (ADR) fue de 99,2 euros en diciembre, lo que supone un aumento del 8,4% 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 53,1 euros, con una subida del 27,0%.

Por categorías, la facturación media es de 219,6 euros para los hoteles de cinco estrellas, de 104,6 euros para los de cuatro y de 76,1 euros para los de tres estrellas. Los ingresos por habitación disponible para estas mismas categorías son de 120,2, 63,1 y 42,6 euros, respectivamente.

El punto turístico con mayor ADR vuelve a ser Marbella, con una facturación media diaria por habitación ocupada de 219,9 euros. Adeje presenta el mayor RevPar, con unos ingresos por habitación disponible de 139,1 euros.

Provincias Andalucía

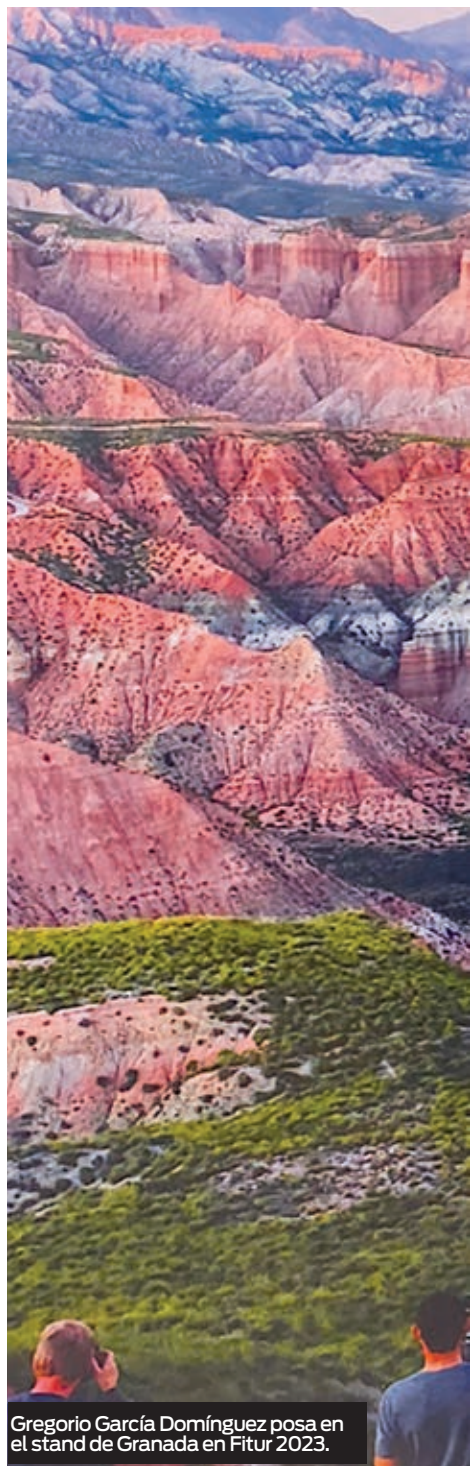
Todas las provincias andaluzas presentaron un aumento en el número de visitantes y estancias en hoteles durante el pasado mes frente a diciembre de 2021. En este orden, Cádiz y Sevilla con el 22,6% y el 21,8% registraron los mayores crecimientos en viajeros. Le siguieron por orden las provincias de Málaga (19,6%), Córdoba (16,8%), Granada (16,3%), Huelva (12,2%), Almería (8,2%), y Jaén (7,2%).

Y en cuanto al destino más demandado, en diciembre 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 diciembre con un total de 281.166 viajeros, de los que 134.127 eran extranjeros y 147.039 residentes españoles. Sevilla fue la segunda provincia más visitada con un total de 244.277 (101.489 extranjeros y 142.788 españoles); les siguieron, por orden de las más visitadas en el mes de diciembre, Granada, 190.193 (57.356 y 132.837); Cádiz con 107.823 (26.232 y 81.591); Córdoba, 75.500 (22.925 y 52.575); Almería, 43.320 (10.653 y 32.667); Jaén, 36.737 (3.397 y 33.340); y Huelva que fue visitada por 22.704 viajeros (3.466 y 19.238).

EN PRIMERA PERSONA/ GREGORIO GARCÍA, PRESIDENTE DE LA FEHT DE GRANADA

“El 2022 ha sido un año con sombras, en el que no hemos alcanzado los objetivos previstos”

Infraestructuras deficientes Para el máximo responsable de la patronal de hostelería de Granada la falta de frecuencias del AVE y la falta de recuperación de vuelos es el hecho más relevante por el que el pasado año no ha sido tan bueno como se esperaba


Gregorio García Domínguez posa en el stand de Granada en Fitur 2023.

Redacción/ **J. P.**

Gregorio García Domínguez, retomó la presidencia de la Federación de Empresas de Hostelería y Turismo (FEHT) de Granada en el año 2019, cuando Granada había conseguido cifras récord de visitantes con más de tres millones, tras la crisis financiera que se iniciara en 2008. En el día de hoy, casi a punto de cumplir tres años desde la pandemia, aquella situación aún parece un sueño ante la pesadilla desatada por lo vivido, y, aunque el covid ya no es un problema inmanejable, nuestra economía y el sector se vieron nuevamente amenazados con el inicio del conflicto entre Rusia y Ucrania en febrero de 2022: de nuevo hubo que enfrentarse a un escenario de incertidumbre y altas tasas de inflación por la subida de la energía y los alimentos, principalmente. No obstante, los profesionales y hosteleros volvieron a demostrar su aguante y resiliencia, resurgiendo aún con más fuerza. Pero lo peor es que estos se sienten desprotegidos y, sobre todo, poco apoyados por las diferentes administraciones que hacen oídos sordos a sus demandas y reclamaciones. De todo ello hablamos con Gregorio García, empresario que conoce bien el sector después de 50 años de trabajo ininterrumpido.

–En primer lugar, nos gustaría que nos hiciera balance del pasado año.

–El año 2022 ha sido el de la recuperación. Hemos cerrado un buen año, pero con muchos altibajos e incertidumbres que ha provocado que el mismo haya tenido sombras. Todos sabemos de donde venimos, una pandemia nunca vista que provocó el cierre de los establecimientos. Cuando todos esperábamos una recuperación, apareció la invasión de Rusia a Ucrania, provocando otro escenario complejo para las empresas. Granada no ha recuperado ni el 25% de los clientes extranjeros que nos visitaban y eso es un porcentaje muy serio. Los clientes de larga distancia, fundamentalmente los del lejano oriente, se han perdido, no han vuelto, y eso tiene unas serias consecuencias en la planta hotelera y el destino en su conjunto. Es decir, hemos pasado de una pandemia a una posguerra que, como es sabido, son peores que las guerras. Los costes de la materia prima, los de producción, se han disparado a cifras nunca vistas, provocando una situación que pocos conocen: hemos trabajado y producido igual que en el 2019 y, sin embargo, las cuentas de explotación de las empresas son negativas. Si a ello sumamos que estamos pagando los ICOs de la pandemia que nos ayudaron a sobrevivir, la situación no es tan buena como algunos, de forma superficial, piensan. No por manido voy a dejar de decirlo hasta la saciedad, sin infraestructuras no podemos competir, no tenemos frecuencias del AVE, no hemos recuperado los vuelos con los destinos que teníamos antes de la pandemia y así es imposible. Este es el hecho mas relevante por el que el 2022 no ha sido todo lo bueno que esperábamos. La falta de infraestructuras nos penaliza, especialmente en el segmento MICE y corporate, y mira que llevamos lustros diciéndolo. La captación de este tipo de eventos nos permitiría mejorar sustancialmente tres parámetros que son los tres vectores más importantes para la Federación: minimizar la estacionalidad, aumento de rentabilidad y la generación de más empleo. Granada, con un excelente Palacio de Congresos en el centro de la ciudad, nos permite competir con los mejores en este importante mercado; pero seguimos discutiendo si son galgos o podencos. En consecuencia, como le decía al principio de la pregunta, el 2022 ha sido un año con sombras, en el que no hemos alcanzado los objetivos previstos.

–¿Cúal es la situación actual del turismo y la hostelería en Granada y provincia, qué datos arroja respecto al PIB?.

–El turismo y la hostelería tienen serios problemas estructurales que venimos denunciando desde hace tiempo. Tenemos problemas para la captación de personal, el mundo de la empresa en el sector es una permanente yincana donde los problemas son acuciantes día a día, una sobre oferta que provoca tensiones en el mercado, una presión fiscal de más del 35% que asfixia a las empresas, un mercado laboral demasiado rígido. Granada tiene que abandonar este monocultivo, porque al final nos perjudica a todos. A este paso y como ya nos dijo Ferran Adrià en el 2021, cuando la Federación le trajo a Granada, “dentro de poco no se podrá almorzar un domingo porque los restaurantes estarán cerrados por descanso del personal”. Desde la pandemia estamos en un proceso de ‘educación de nuestros clientes’, para que entiendan que la hostelería tiene unos horarios que tiene que cumplir, que en la hostelería trabajan personas y, en consecuencia, la conciliación es un asunto importante que tenemos que trabajar para hacer un sector competitivo en el que la gente desee trabajar. No podemos llegar a cualquier hora y comer, o hacer las sobremesas largas y sin rentabilidad para los establecimientos. Hemos conseguido que los clientes reserven antes de venir, asunto casi impensable y ahora se hace en un altísimo porcentaje, pues ahora debemos de cumplir los horarios para seguir ordenando el sector y corregir estos problemas. El turismo y la hostelería son tan bonitos como sacrificados, donde el factor humano es determinante. Para el empresario es igualmente complejo, es un sector donde la presencia del empresario es importante para el devenir del mismo. Respecto al PIB que usted nos dice, ya hace tiempo estábamos en más del 15%; pero ,desgraciadamente, en los últimos 15/20 años no ha habido hitos que nos hagan crecer. Dígame usted cúal ha sido el último hito de Granada como destino turístico que nos haya hecho crecer de forma exponencial, como, por ejemplo, cuando se inauguró el Palacio de Congresos. Ninguno, es lo que hay. Aún y así, Granada como destino turístico arroja unas cifras que muchos quisieran para sí.

–A su juicio, ¿cómo valora la actuación de las distintas administraciones, Gobierno, Junta de Andalucía, Ayuntamiento, etc?

–Mire usted, esta es una pregunta que deben de responder los responsables de estas instituciones. La Federación, desde su creación, hace ya mas de 42 años, ha mostrado siempre su perfil institucional, colaborando con las diferentes administraciones en la consecución de nuestros objetivos comunes. El sector ofrece unos datos de tal relevancia que son incontestables, ellos sabrán si contribuyen lo suficiente a que el sector ocupe los lugares que le corresponde. Lo decimos siempre: las empresas del sector de la hostelería y el turismo tienen un socio que no aporta capital, pero, sin embargo, muchas de sus decisiones afectan determinantemente a la empresas, estas son las administraciones en todos los niveles. El Turismo está todo transferido, pero las acciones de los gobiernos influyen, tengo que recordar cuando un ministro del Reino de España dijo que este sector había que reconvertirlo porque no aportaba valor añadido, dígame usted si esto afecta o no al sector. La presión fiscal y la rigidez del mercado son cuestiones que, cómo ya he dicho, nos afectan determinantemente. Respecto a la Junta de Andalucía tiene un asunto encima de la mesa que llevamos tiempo reclamando

"Granada no ha recuperado ni el 25% de los clientes extranjeros que nos visitaban, y eso es un porcentaje muy serio"

"Seguimos instalados en la incertidumbre. Sin duda, la pandemia trajo una nueva situación en el sector, esto es incuestionable."

y que son determinantes para el sector: la modificación del Decreto de VFT, la modificación del Decreto de Hospedaje y adecuarlo al mercado es un clamor. El Decreto 155 está orientado para zonas no residenciales y está generando serios problemas en los centros históricos de las ciudades, cuestión que se le planteó al consejero de la Presidencia, el señor Sanz Cabello, sin que nada sepamos sobre ello. Respecto a los ayuntamientos, seguimos esperando, desde hace más de cinco años, la firma de un convenio Ayuntamiento o Diputación con el Patronato de la Alhambra para la creación del bono pernocta. Aquí hay entradas del monumento para todo el mundo, pero al que pernocta no le damos el tratamiento que se merece y que, sin duda, favorecería al destino, y nadie hace nada. Se hace necesario la adecuación de las ordenanzas al Decreto 155 y una mayor coordinación entre las diferentes áreas de los ayuntamientos en esta materia. Cómo usted sabe, la Federación creó La Huella Verde, un movimiento para combatir el cambio climático desde el sector para todo el empresariado y, por ende, a toda la ciudadanía de Granada y su provincia. Recientemente hemos creado la Cátedra sobre Sostenibilidad de la Huella Verde con la UGR, y muchos más proyectos en curso que comunicaremos en su momento, porque somos más de hacer que de hablar. Es necesario una posición de apoyo inequívoca de las tres administraciones en torno a este proyecto. No podemos estar a medias tintas con este tipo de asuntos, este es un proyecto por y para Granada, que debe quedar fuera de colores y de partidos. Como verá usted, cada uno tiene que hacer su parte, la cogobernanza del sector es fundamental para llegar a puerto. Sí, las administraciones tienen un rol determinante para que este sector siga creciendo en calidad.

Año 2023: previsiones

–¿Será 2023 el año de la recuperación del sector, qué perspectivas tiene?

–Seguimos instalados en la incertidumbre, la pandemia trajo sin duda una nueva situación en el sector, esto es incuestionable. La guerra en Europa está generando importantes tensiones en los costes de explotación. Ahora aparece algún gurú y anuncia que la madre de todas las crisis está por llegar, motivado por la falta de liquidez en los mercados al seguir subiendo los tipos de interés. Lo que está claro es que la gestión de una empresa es un asunto cada vez más complejo que está provocando que cada vez haya menos vocaciones para ser empresario, y la riqueza de un territorio se mide por el número de empresarios y autónomos que tiene. Ya habrá visto en los periódicos locales que, por primera vez en mucho tiempo, perdemos autónomos. Algo está pasando y tenemos que tomar medidas. Granada necesita urgentemente corregir sus problemas que se suceden en el tiempo: infraestructuras, amarres, diversificación de su economía, mayor capacidad del aeropuerto, Granada debe de dejar de discutir y dar un paso hacia delante y dos hacia atrás, porque visto está no nos lleva a ningún sitio.

–Cuáles son los objetivos y retos de la Federación de Hostelería y Turismo para este año?

–Seguir trabajando por y para las empresas del sector. Es el objetivo diario que tiene la Federación: hacer suyos los problemas que las empresas tienen día a día e intentar contribuir a solucionarlos. Estamos en año electoral y la Federación con sus asociados prepara aquellas demandas a los candidatos municipales que consideramos necesarias para continuar compitiendo en el mercado. Mientras tanto continuaremos con nuestros proyectos anuales, proyectos y acciones tan importantes como: La Huella Verde, jornadas de análisis del sector, la próxima edición de Saborea Granada sin prisa, La Saeta de Oro, los Premios Galatino en su XXV edición, los Premios WeLoveGranada. Seguir trabajando para que el bono pernocta sea una realidad, para que el segmento MICE funcione, para que las infraestructuras mejoren, en resumen, conseguir un destino más competitivo. Entre tanto, ayudando a la empresa en el día a día, que ya le digo es trepidante.

–En cuanto a infraestructuras y conexiones, ¿cuáles son sus inquietudes y demandas?

–Este el tema capital para el sector y que le he hecho referencia en todas las respuestas a las preguntas de esta entrevista, pero se lo vuelvo a repetir como ya hemos hecho muchas veces: sin infraestructuras no somos competitivos, no podemos captar congresos, incentivos, y que los clientes tengan que venir a través de Málaga, porque para ello ya se quedan allí, no lo podemos decir más claro y más alto, este asunto nos penaliza y de que manera.

–¿Cree que el sector que representa está suficientemente reconocido por la sociedad en general?

–Lo que sí sé es que los empresarios del sector, a los que incluyo, obviamente, a los autónomos, trabajan todos los días, abren y cierran sus empresas. Aquí no hay horas para solucionar todos los problemas y asuntos que genera una empresa. Sí, lo sé, ser empresario es gestionar tu tiempo, pero el precio es cada vez más alto. Una parte de la sociedad nos ve como depredadores, ya le digo que esto no es verdad, el empresario se levanta todos los días del año a trabajar por y para su empresa, para crear riqueza y prosperidad, no creo que haya labor más bonita en la sociedad que nos ha tocado vivir. Busque a ver quién ofrece más. Con esto le queda la pregunta contestada.

Stand de Almería.

Stand de Cádiz.

Stand de Córdoba.

Stand de Granada.

FITUR 2023/ RECONOCIMIENTO A LA CONSEJERÍA DE TURISMO

El pabellón de Andalucía en Fitur recibe el premio 'Stand Sostenible'

Fin de Semana El expositor del destino en la feria se abrió el día 21 de enero al público final con actividades, propuestas interactivas y diversas experiencias

Redacción/ **HOSTELSUR**

El pabellón de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid ha sido galardonado con el premio 'Stand Sostenible' que concede la organización del encuentro en colaboración con el Instituto de Turismo Responsable (ITR), en reconocimiento a la apuesta por la sostenibilidad realizada por la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte.

Desde Fitur se premia así el esfuerzo realizado en el expositor de este año en consonancia con los 17 objetivos de la Agenda 2030 de la ONU, mediante el uso de iluminación LED, medidas para el acceso al agua potable, el uso de materiales reutilizables y orgánicos, el seguimiento de la huella de carbono como indicador y un plan de medidas de reducción de emisiones.

Además, se han utilizado materiales reciclados y biodegradables, se han contratado proveedores locales para reducir las emisiones por transporte, se han eliminado barreras para personas con diversidades funcionales y se han instalado soportes de información con tecnologías como la realidad aumentada o paneles táctiles sensitivos.

Entre las medidas aplicadas, se encuentra que la iluminación del conjunto del stand está compuesta al 100% por equipos LED y se facilita el acceso al agua potable de la red de suministro de Madrid, instalando una fuente y repartiendo 5.000 unidades de botellas de cristal.

Además, se toma la huella de carbono como indicador de sostenibilidad, para conocer el impacto que tiene sobre el medio ambiente e identificar aquellas fuentes más contaminantes sobre las que actuar. Además, se trabaja en un plan de medidas de reducción de emisiones, para dar soporte a la gestión, comunicación y difusión de las medidas de sostenibilidad del stand.

Para la construcción del expositor se han usado materiales sostenibles y el 75% de los mismos será vuelto a utilizar en futuros expositores. De igual modo, las lonas utilizadas serán desmontadas y donadas a una asociación sin ánimo de lucro para ser convertidas en artículos de uso doméstico.

También se prioriza el uso de materiales reciclados y biodegradables, como vasos generados con materias vegetales, se minimiza la generación de material no imprescindible y se ha contratado a proveedores locales para reducir los impactos negativos del transporte y embalaje.

De la misma manera, se han tenido en cuenta criterios de igualdad y de acceso universal a la información, eliminando barreras que limiten la integración de personas con diversidades funcionales, auditivas o de otra índole. Para ello se han colocado mostradores adaptados y folletos en braile y se han utilizado tecnologías como la realidad aumentada, paneles táctiles sensitivos o bucle magnético para las personas con discapacidad auditiva.

Finalmente, se ha implementado una estrategia de comunicación y difusión de buenas prácticas en sostenibilidad, a través de paneles informativos, un mostrador exclusivo y herramientas digitales para informar, atender, fomentar la participación y recopilar datos.

Acciones para el público final

El pabellón andaluz en Fitur se abrió el fin de semana, días finales de la feria, a los potenciales viajeros con motivo de las jornadas dirigidas al público final, para lo cual el expositor se transforma en un espacio que ofrece a los visitantes diversas experiencias, actividades y múltiples formas de consultar y acceder a la información sobre el destino.

De este modo, se contó con un área dedicada a la artesanía, en colaboración con la Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo. En este espacio se dispusieron varios puestos para artesanos provenientes de las ocho provincias de Andalucía, que mostraron las tradiciones artesanales de ámbitos como tejidos, alfarería, vidriera o forja, entre otros.

También se plantearon actividades por segmentos de público, con una zona para jóvenes que ofrecieron talleres de NFT, paseos en kayak virtuales o una pasarela de moda con trajes de flamenca de diseñadores; así como para seniors, con talleres de artesanía y cocina para promocionar los atractivos culturales y gastronómicos de Andalucía.

En el área infantil del pabellón se desarrolló una serie de talleres temáticos para niños relacionados con las ocho provincias de la comunidad, como baile, karaoke, decoración de macetas, abanicos, flores o conchas de mar y actividades con instrumentos musicales.

En el centro del pabellón se contó con el escenario 'Todo es de Color de Andalucía', donde actuaron artistas emergentes como Dj's Mëstiza, Bella Da Sousa o Macarena Ramírez. Además, en la jornada del día 21 actuaron la cantante malagueña María Peláe y durante el fin de semana se sucedieron espectáculos sorpresa, como los artistas noveles ganadores de un concurso organizado previamente en redes sociales.

Otros espacios son una sala de cine en la que, en colaboración con CanalSurMás, se mostraron contenidos con la gastronomía, la cultura, el flamenco y el turismo; una exposición de fotografías con las imágenes ganadoras del concurso celebrado en redes sociales y una gymkana familiar.

Visita del presidente Juanma Moreno y del consejero de Turismo, Arturo Vernal, al stand expuesto por los puertos deportivos de Andalucía.

Stand de Huelva.

Stand de Jaén.

Stand de Málaga, en su zona dedicada a la Costa del Sol.

Stand de Sevilla.

COMPROMISO CON EL COLECTIVO LGTBI

El presidente de la Junta recibe en Madrid el Premio FITUR LGTB+ .

Juanma Moreno: "Andalucía es referencia en igualdad de derechos"

El presidente de la Junta, Juanma Moreno, manifestó que Andalucía es, hoy en día, referencia en igualdad de derechos para el colectivo, a la vez que señaló que el Turismo LGTBIQ + es el aliado perfecto para el objetivo que esta comunidad tiene como es recuperar cuanto antes los niveles de 2019, que fue un año de absoluto récord.

Moreno recibió en Madrid el Premio FITUR LGTB + 2023 que distingue y reconoce la apuesta comprometida y sostenida que todo el Gobierno viene desarrollando para seguir siendo un destino de excelencia que cubra las necesidades de todos los segmentos y colectivos.

Allí, indicó que el Turismo LGTBIQ + es el segmento que más crece en los últimos años con subidas de hasta un 10% anuales, lo que lo convierte en un target absolutamente estratégico. Además, aseveró que ofrece dos características que lo hacen sumamente interesante como es una elevada capacidad de gasto, muy por encima de la media, y un poderoso aliado contra el principal problema del turismo, la desestacionalización.

"Este tipo de turismo se ha convertido, por tanto, en una apuesta clara para el Gobierno andaluz", afirmó.

De este modo, incidió que Andalucía tiene una trayectoria muy destacada en esta materia y recordó que en Torremolinos se abrió, en los años 60, el primer bar gay de España, el Tony's Bar, y, desde entonces, esta ciudad se ha convertido en todo un emblema del Turismo LGTBIQ + que se reinventa y actualiza permanentemente. "Y como Torremolinos, otras muchas ciudades a lo largo y ancho de Andalucía, con eventos sociales, culturales, deportivos y hasta congresos específicos. En suma, toda una industria que excede de lo meramente turístico y que representa una inyección económica muy considerable".

Así, el presidente andaluz se refirió a otro efecto sumamente positivo y que no tiene precio en el flujo y diversificación de este tipo de turismo como es su normalización en la sociedad andaluza, ya que ha aseverado que la sociedad andaluza es abierta, inclusiva, pero no es inmune a determinados comportamientos retrógrados que siguen proliferando. "Ante eso, el mejor antídoto es seguir trabajando desde todos los ámbitos, sobre todo la educación, para construir esa Andalucía inclusiva que queremos, en la que cualquiera pueda sentirse y amar libremente".

A este respecto, apuntó que uno de los logros del Gobierno andaluz ha sido potenciar sin complejo, sin cortapisa ideológica, y con total conocimiento de causa su compromiso con los derechos y libertades de las personas LGTBI + .

FITUR 2023/ BALANCE

El expositor andaluz registró más de 98.000 visitas de profesionales

Previsiones El consejero de Turismo, Cultura y Deporte afirma que los resultados obtenidos en la feria vaticinan un gran año 2023, incluso superiores a las de 2022, según se recoge de las expectativas de los profesionales del sector

Redacción/ **HOSTELSUR**

El consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, valoró el 22 de enero, último día que clausuró esta nueva edición de Fitur, el 'éxito' del pabellón de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid durante las tres primeras jornadas del encuentro, dedicadas al público profesional, en las que recibió la visita de más de 98.000 personas.

Bernal destacó además la contribución a la dinamización del turismo en la comunidad que supone la feria, ya que los profesionales andaluces presentes en el espacio del destino han mantenido más de 4.000 reuniones, que impulsarán la generación de negocio y la actividad de las empresas.

Así, consideró que los resultados obtenidos y las positivas opiniones mostradas sobre sus contactos comerciales por parte de profesionales andaluces y foráneos "demuestran que se ha realizado un buen trabajo en Fitur y vaticinan que vamos a tener un gran año 2023".

A través de herramientas de neuromarketing, que convierten este año al espacio andaluz en un pabellón inteligente, se ha detectado que la alegría es la emoción que más se ha despertado entre los visitantes al expositor, generándose más de 3 millones de emociones en estos días.

Por primera vez, se ha podido conocer en todo momento qué está sucediendo en cada parte del expositor, dónde hay mayor concentración de profesionales y público, características del visitante, citas profesionales que se están produciendo o información de las búsquedas de viajes a Andalucía que se estén realizando, datos que se enriquecerán durante el fin de semana para el público general.

El consejero también subrayó que, a partir de las encuestas realizadas durante las primeras jornadas de Fitur, se extrae que tres de cada cuatro profesionales andaluces presentes en la feria tienen buenas expectativas de firmar a corto plazo contratos tras las reuniones mantenidas.

El pabellón de Andalucía fue muy visitado durante las jornadas abiertas al público general.

En foto superior, zona dedicada a empresas .

Cada profesional andaluz mantuvo una media de 20 contactos, de modo que el 98% opina que la incidencia de Fitur es positiva para Andalucía y más del 96% considera que es rentable para sus negocios. Así, alrededor del 90% mantiene unas expectativas de negocio para 2023 superiores a las de 2022.

En lo que se refiere a los profesionales no andaluces que visitaron el expositor de la comunidad durante estas jornadas, un 41% procedían de otras comunidades españolas, más del 26% de países europeos y el 25% del resto del mundo. El 80% de estos agentes tiene mejores expectativas de negocio que el año pasado y más de la mitad de ellos prevé cerrar algún contrato fruto de las reuniones mantenidas,

En cuanto a la valoración del expositor, los profesionales andaluces otorgan al pabellón una calificación de 8,8 puntos sobre 10 y los foráneos de 9 puntos, siendo los aspectos mejor valorados la atención y el trato, la luminosidad, la representación del destino y la distribución de espacios.

Jornada para público general

Bernal recordó, además, que durante el fin de semana, dedicado al público general, el espacio de Andalucía en el encuentro turístico se transformó en un pabellón repleto de experiencias, actividades y promoción segmentada para captar a los clientes potenciales del mercado nacional.

Precisamente, indicó que los viajeros "buscan en Andalucía nuestra oferta de excelencia en múltiples segmentos y propuestas, pero vienen atraídos por nuestra esencia, en la búsqueda de emociones únicas", algo que también se refleja en la "altísima tasa de repetición" de los turistas en la comunidad.

El expositor andaluz, reconocido por la organización del certamen con el premio 'Stand Sostenible', cerró la feria con zonas dedicadas a la artesanía y actividades para jóvenes, público senior y niños, como realidad aumentada, talleres de cocina o decoración.

Los espectáculos musicales también tienen protagonismo en estas jornadas, con actuaciones en el escenario central 'Todo es de Color de Andalucía', por donde durante el fin de semana pasaron cantantes como María Peláe y artistas emergentes como Dj's Mëstiza, Bella Da Sousa o Macarena Ramírez.

Otros espacios son una sala de cine en la que, en colaboración con CanalSurMás, se mostraron contenidos relacionados con la gastronomía, la cultura, el flamenco y el turismo; una exposición fotográfica y una gymkana familiar.

Turismo, cultura y deporte

El consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, entre las diferentes presentaciones que llevó a cabo durante los días de Fitur, destacar la que protagonizó el día 19 de enero, en que expuso la oferta global de Andalucía como región del turismo, la cultura y el deporte, posicionándose como una opción preferente y una referencia en tres ámbitos que tienen una interrelación evidente.

Bernal subrayó que Andalucía "es la región del turismo, al recibir casi 31 millones de visitantes y generar más de 16.000 millones de ingresos; la región de la cultura, al contar con un patrimonio material e inmaterial excelso y promover el talento local; y la región del deporte al organizar con éxito y solvencia más de 140 eventos deportivos de gran nivel", tras un año en el que estas citas han sumado un impacto económico de más de 150 millones de euros.

Recordó que la conjunción de las tres materias en el mismo departamento "provoca sinergias y beneficios para cada una de ellas", en una comunidad "que cuenta con potencialidades, idiosincrasia y particularidades que dan un plus a cualquier actividad o evento".

Asimismo valoró "el entusiasmo" que en Andalucía

acompaña a todo lo relacionado con el turismo, la cultura y el deporte, "gracias a los profesionales y empresarios de estas tres industrias". Así, apuntó que en la región "el éxito se basa en la anticipación, en predecir los cambios de ciclo y las nuevas tendencias".

Para el presente año, incidió en el objetivo de "dar aún más peso a estas tres actividades, que juntas representan casi el 20% de nuestro PIB", para lo que se trabajará desde la base de cada una de ellas de la mano de los profesionales, a través de iniciativas "que serán fruto de esa coalición público-privada".

En el turismo, se podrá a disposición del sector herramientas de acceso inmediato a datos que faciliten la toma de decisiones y se realizarán modificaciones de la normativa para "adaptarse a lo que el sector demanda y a este nuevo ciclo turístico abierto tras la pandemia".

El consejero apuntó que también se planteará un Programa Integral de Conectividad Andaluz, para descentralizar las comunicaciones aéreas, atraer "más y mejores rutas" en todos los aeropuertos e impulsar la llegada de vuelos directos con mercados de larga distancia.

Presentación por Arturo Bernal de Andalucía como región del turismo, la cultura y el deporte.

CONJUNCIÓN. Bernal recordó que la unión del turismo, la cultura y el deporte en el mismo departamento "provoca sinergias y beneficios para cada una de ellas"

En cultura, desde la Consejería se colaborará y se tendrá presencia destacada en los principales eventos y efemérides de este año, como la conmemoración del cincuentenario de la muerte de Picasso, la gala de los Goya en Sevilla y la entrega de los premios Max en Cádiz, a los que se pueden sumar nuevos galardones.

De igual modo, se contribuirá a situar Andalucía como tierra de vanguardia cultural, con acciones dirigidas a las producciones audiovisuales, la creación contemporánea o el arte sacro, con un plan andaluz en esta última materia para su estudio, conservación y difusión fuera de la comunidad.

En cuanto al deporte, Bernal indicó que se pretenden sobrepasar los 150 eventos celebrados en la región de todo tipo de modalidades y formatos, con atención también al deporte adaptado, "del que queremos convertirnos en referente nacional y europeo".

Entre las citas programadas se encuentran el Mundial de MotoGP, la competición SailGP de vela, la final de la Copa Davis, la final de la Copa del Rey de fútbol, la Solheim Cup de golf femenino y, como novedad, el torneo que centrará en Andalucía el baloncesto de primer nivel.

Bernal manifestó que estos son los principales argumentos para que el destino en 2023 se consolide como la región de estas tres industrias, para que, "cuando alguien piense en un lugar en el mundo para el turismo, la cultura y el deporte, su primera imagen sea Andalucía".

El consejero compartió mesa redonda sobre el potencial de Andalucía en estos ámbitos con el consejero delegado de Dorna Sports, Carmelo Ezpeleta; la propietaria del grupo deLuna Hotels, Concha Luna; el director de eventos de BCD Sports, Pablo Bombarelli; y el chef almeriense José Álvarez, del restaurante La Costa de El Ejido, que cuenta con una estrella Michelín.

HOTELES/ APUESTA POR MANTENER LA CALIDAD Y LA EXCELENCIA

El Hotel Bali cuenta con un total de 436 habitaciones de gran confortabilidad. En imágenes superior y a la derecha, podemos apreciar diferentes ángulos de algunas de ellas, ya reformadas.

MedPlaya invierte 4,5 millones de euros en la remodelación del Hotel Bali, uno de sus activos en la Costa del Sol

Proyecto ejecutado por Intea La empresa especializada en equipamiento integral de instalaciones hoteleras trabaja para la compañía desde hace más de 20 años

Redacción/ **HOSTELSUR**

La cadena MedPlaya abrió el Hotel Bali en el año 1971, su primer hotel en la Costa del Sol, y en la actualidad suma tres hoteles más en la costa malagueña, el Hotel Riviera, el Pez Espada y el Balmoral. Como prueba de su apuesta por Andalucía y con el fin de continuar manteniendo la máxima calidad y la excelencia de su oferta hotelera, la compañía invertirá un total de 4,5 millones de euros –de los que ya ha invertido 3,5 millones– en una importante renovación y reforma del Hotel Bali, uno de sus activos en nuestra comunidad. El director de Proyectos de Medplaya, Daniel Colomer; el director comercial de Intea, José Antonio Guerrero; y la subdirectora del Hotel Bali, Carolina Rodríguez, en entrevista a HOSTELSUR, hablan de la transformación integral de las instalaciones del Hotel Bali, de los retos que ha tenido que asumir Intea como empresa ejecutora de este proyecto, así como de las buenas previsiones de ocupación para este año, tras las históricas obtenidas en 2022 que superaron las cifras de la prepandemia.

Daniel Colomer, Carolina Rodríguez y José Antonio Guerrero.

El Hotel Bali está formado por tres edificios independientes que serán totalmente remodelados cuando finalicen las tres fases del proyecto. "En una primera fase se ejecutó el Bali II que dispone de 164 habitaciones de las que 8 están adaptadas para personas con discapacidad. Este año hemos reformado el Bali I de 202 habitaciones y nos queda por ejecutar en tercera y última fase el Bali III que posee 60 habitaciones familiares además de una ampliación del comedor", afirma el director de Proyectos de Medplaya, Daniel Colomer.

El total de la inversión hasta ahora ha sido de unos 3,5 millones de euros que alcanzará los 4,5 millones una vez se ultime el proyecto. Para su ejecución, continúa explicando Daniel Colomer, "hemos vuelto a contar con Intea,

DANIEL COLOMER.
"Hemos vuelto a contar con Intea, empresa de nuestra confianza y de la que estamos muy satisfechos con su trabajo"

J. ANTONIO GUERRERO.
"En esta ocasión, por primera vez, nuestra empresa ha asumido el reto de ejecutar un proyecto llave en mano"

CAROLINA RODRÍGUEZ.
"Nuestro hotel ha conseguido unos datos económicos y de ocupación históricos. En 2022 facturó casi 11 millones de euros"

La decoración de las habitaciones aporta luminosidad, amplitud y calidez. Los colores elegidos son mediterráneos y neutros que proyectan una imagen moderna y minimalista.

empresa con la que llevamos trabajando más de 20 años, de plena confianza de nuestra cadena, y que ya nos hicieron la reforma del Hotel Pez Espada, del Riviera y del Balmoral, por lo que le puedo asegurar que estamos muy satisfechos con su trabajo´´.

Nueva imagen

La renovación del Hotel Bali ha sido total, un proyecto nuevo que proyecta una imagen moderna, minimalista, colores mediterráneos, neutros, en el que se han elegido materiales de calidad y "una apuesta que hace siempre la cadena es la sostenibilidad en la calidad todos los procesos", matiza el director de Proyectos de MedPlaya. De hecho se está trabajando actualmente en la tramitación para la obtención de diferentes certificaciones de calidad como es la BREEAM.

Por otra parte, para el director comercial de Intea, José Antonio Guerrero, la realización de este trabajo les ha supuesto un nuevo desafío, puesto que la compañía hotelera les planteó esta vez que asumieran la responsabilidad de la ejecución total de los trabajos del proyecto. "Intea normalmente solo ejecuta la instalación del equipamiento y mobiliario y, sin embargo, en esta ocasión, por primera vez, nuestra empresa ha asumido el reto de ejecutar un proyecto llave en mano". Es por ello que no descartan, tras la experiencia ganada, seguir trabajando en esta línea y ofrecer en el futuro estos servicios a sus clientes si así se lo demandaran.

Datos históricos

El Hotel Bali ha conseguido en 2022 unos registros económicos y de ocupación récord en su historia. Así lo confirma su subdirectora, Carolina Rodríguez, "nuestro hotel tiene 436 habitaciones, emplea a unas 156 personas y en 2022 se ha llegado a facturar unos 11 millones de euros. Este año las previsiones con las que contamos son muy buenas también y esperamos repetir e incluso superar las del ejercicio anterior, a pesar de que el turismo internacional aún no se recuperado del todo", asegura para finalizar, Carolina Rodríguez.

Detalle del baño de una de las habitaciones adaptadas para personas con discapacidad. En la imagen superior derecha, mobiliario de una habitación.

Vista de la cabecera de las camas donde se aprecia la agradable iluminación.

Práctico mueble-armario que queda a la vista para mayor comodidad.

CADENA HOTELERA VACACIONAL

Unas 5.000 habitaciones distribuidas en 21 hoteles

Con sede en Girona, la compañía hotelera MedPlaya fue fundada en el año 1967 y es una cadena hotelera de carácter vacacional. Actualmente cuenta con un total de 21 hoteles, de los que siete son en propiedad y en 14, opera, bajo el modelo de alquiler y gestión, además de trabajar con dos hostels en los que dirige la administración. Todo esto supone la gestión total de más de 5.000 habitaciones con una presencia destacada en Cataluña, Benidorm y la Costa del Sol.

En 2022 los resultados económicos de MedPlaya alcanzaron cifras históricas con una facturación de casi 100 millones de euros y una ebitda de 8,5 millones, cifras que en 2023 esperan superar. En total emplea hasta unos 2.500 trabajadores en los meses de verano.

MedPlaya está especializada en vacaciones en la costa, pues sus inicios se remontan al mismo tiempo que llegaban los primeros turistas a España y desde entonces la compañía se especializó en trabajar para ofrecer las mejores vacaciones a sus huéspedes: un servicio amable, buena gastronomía, habitaciones confortables y un ambiente agradable. Estas son las vacaciones en MedPlaya. El objetivo de la operadora es ofrecer unas vacaciones de calidad a unos precios competitivos.

Precisamente su misión se refleja en los valores que caracterizan la filosofía de MedPlaya y su actuación como empresa responsable: énfasis en las personas, sentido del negocio, responsabilidad medioambiental e innovación. La compañía se compromete con el medioambiente orientando su actividad empresarial a los principios del desarrollo sostenible, implantando progresivamente políticas de buenas prácticas ambientales en todos sus hoteles.

ZUHEROS / 23/24 FEBRERO 2023

Se celebra el Primer Congreso de Oleoturismo de la Subbética

'Cultura del Aove' Necesidad por saber más sobre nuestros aceites

Redacción/ **HOSTELSUR**

La Feria Internacional de Turismo FITUR ha sido el marco perfecto para presentar este I Congreso de Oleoturismo de la Subbética, que se realizará en Zuheros el 23 y 24 de febrero de 2023. El presidente de la Diputación de Córdoba, Antonio Ruiz, presentaba este I Congreso junto a José Manuel Bajo, secretario general de la Denominación de Origen Baena,

El alcalde de Zuheros, Juan Manuel Poyato, dejó claro que este I Congreso de Oleoturismo de la Subbética, nace de esa necesidad por aprender, por saber más sobre nuestros aceites, en resumen, por valorar la 'Cultura del Aove', "la cual nace de antaño, de nuestros mayores, de tradiciones ancestrales, de cuidar con mimo nuestra mina de oro líquido. Zuheros te adentra en este mundo del Oleoturismo, para que conozcas más allá, valorando la calidad y dando sentido al trabajo de nuestros agricultores. Zuheros de esta manera se convierte en la sede del oleoturismo en la Subbética, donde rodeados de un mar de olivos debemos llevar por timón nuestro Aove, nuestro preciado oro líquido, que este año por desgracia debería considerarse más preciado aún.14 municipios que reman en una misma dirección, el oleoturismo en la Subbética Cordobesa". Poyato aprovechó además para invitar a cuantos

Presentación del Congreso en la pasada edición de Fitur.

profesionales del sector oleícola o turístico lo deseen, a inscribirse en este I Congreso de Oleoturismo, desde la web: www.oleotourzuheros.com

El Programa incluirá diversas ponencias de reconocidos profesionales del sector además de contar con el reconocimiento al pueblo invitado de Martos, por su intenso trabajo, apoyo al olivar tradicional y su firma apuesta por la calidad en sus Aoves.

La Subbética no se entiende sin su turismo unido a la calidad. Y es que la calidad es más que importante en este congreso, por ello se contará con los Consejos Reguladores de Aove de la Subbética, encabezados por CRDO Baena, donde pertenece la Villa y Señorío de Zuheros, y con los vecinos CRDO Lucena y CRDO Priego de Córdoba.

La presentación la terminó Jonathan Rodríguez con la parte gastronómica, como conocedor y amante del Aoves de Zuheros. Jonathan es chef ejecutivo del Palacio de Viana, máximo responsable de las cocinas del Ministerio de Asuntos Exteriores, donde ha cambiado completamente el escenario gastronómico. Además, es embajador de la "Fundación Cook and Chef" en España, junto a 9 profesionales más de la alta cocina española como Pepe Rodríguez o Samantha Vallejo-Nágera.

NOMBRAMIENTO/ TURISMO ANDALUCÍA

Lisardo Morán, nuevo director gerente de la Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Redacción/ **HOSTELSUR**

El Consejo de Administración de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, dependiente de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte, designó el pasado día 11 de enero como nuevo director gerente a Lisardo Morán Urdiales, fruto de la convocatoria pública para la cobertura de este puesto directivo.

Morán, nacido en Málaga en 1978, es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Gales y hasta el momento desempeñaba el cargo de responsable de estrategia de marca de Giants Gaming, una de las mayores empresas de deportes electrónicos (esports) del país.

En esta organización, que tiene su sede en Málaga, ha dirigido el posicionamiento de la marca entre millones de seguidores de esta actividad, además de llevar a cabo la captación y el desarrollo de patrocinios de relevantes empresas nacionales e internacionales, como Nike, Vodafone o L'oreal.

Morán cuenta además con experiencia previa en el sector turístico, habiendo trabajado durante ocho años en Turismo y Deporte de Andalucía, como consultor en Andalucía Lab para la mejora de la presencia digi-

Lisardo Morán.

tal de las empresas turísticas andaluzas y como técnico de la Subdirección de Publicaciones y Relaciones Institucionales.

También fue durante cinco años director académico de la Universidad EADE y ha impartido clases de grado y másteres con diferentes instituciones educativas en España, principalmente sobre estrategia de marca, 'esports', publicidad, comunicación y patrocinio.

El consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, ha valorado el perfil "eminentemente innovador" del nuevo director gerente, quien "impulsará desde la empresa pública la estrategia de la Consejería para consolidar a Andalucía como destino turístico líder y referencia en el deporte".

CELEBRACIÓN / 25 AÑOS DE LA PRIMERA FERIA B2B DEL MUNDO

Vuelve CULTOURFAIR en su 10ª edición: Sevilla del 24 al 26 de septiembre

Redacción/ **HOSTELSUR**

MITM Events regresa a Sevilla de la mano de su ayuntamiento y de su alcalde, Antonio Muñoz, para celebrar los 25 años de la primera feria B2B del mundo celebrada en la ciudad en 1997 y lo hace con la 10ª edición de Cultourfair – Global Heritage Culture and Gastronomy Travel Market – la única feria internacional B2B de turismo cultural de alto standing del mundo.

Cultourfair tiene como objetivo posicionar el turismo cultural de alto standing y para ello selecciona hasta 50 compradores, todos ellos directores y ejecutivos con poder de decisión, especializados en: viajes de lujo, eventos (deportivos, musicales, enológicos, gourmet, etc.), MICE, city-breaks, patrimonio, gastronomía, folklore, religioso, etc…

El programa del evento ofrece una agenda de hasta 30 citas preestablecidas con

Cultourfair tiene como objetivo posicionar el turismo cultural de alto standing.

compradores rigurosamente seleccionados. Las jornadas se completarán con un programa de networking de alto standing, potenciando el contacto entre todos los participantes para fomentar alianzas empresariales que faciliten el retorno de la inversión.

Cultourfair ha celebrado sus últimas dos ediciones en Madrid, calificada por todos sus participantes como un rotundo éxito, convirtiéndose en una cita imprescindible y en una de las ferias de referencia internacionales. La pasada edición contó con un selectivo grupo de compradores de 29 países llevándose a cabo más de 2.000 citas de negocio con un impacto económico estimado a medio y largo plazo de 200 millones de euros.

El evento se engloba dentro de la estrategia de Sevilla City Office para posicionar a la capital en el segmento de turismo premium y potenciar su oferta cultural, única y competitiva.

La cultura y la creatividad son dos rasgos que identifican a la ciudad, que ha diseñado y puesto en marcha productos turísticos culturales únicos que recuperan y potencian su patrimonio, música, cine y artesanía contemporánea. La cultura es un elemento transversal de las políticas urbanas de Sevilla, que ha impulsado el desarrollo y extensión de la actividad cultural en toda la ciudad con el objetivo de ampliar el espacio turístico actual, mejorar la calidad de vida y ser un destino más sostenible, pilares de su estrategia basada en la Economía del Visitante.

VUELOS/ APERTURA DE UNA NUEVA RUTA DIRECTA EN EL AEROPUERTO FEDERICO GARCÍA LORCA GRANADA - JAÉN

Binter conectará Granada con Canarias a partir de este verano, y ofrecerá dos enlaces directos a la semana

Promoción de lanzamiento La compañía anunció que se podrá viajar entre ambos destinos desde 84,45 euros por trayecto

Binter es una compañía aérea de origen canario.

Redacción/ **HOSTELSUR**

La aerolínea canaria Binter empezará a operar vuelos directos de Granada a Canarias el próximo verano. La compañía refuerza así su apuesta por Andalucía, comunidad con la que ya ofrece conexiones directas a Canarias desde el Aeropuerto de Jerez de la Frontera (XRY).

Binter lanzó una promoción que permitía adquirir, hasta el pasado 23 de enero, billetes a precios reducidos para volar entre el Aeropuerto Federico García Lorca Granada - Jaén y Canarias. A través de esta iniciativa se puede volar desde 84,45 € el trayecto, siempre que se compre ida y vuelta, para viajar entre el inicio de la ruta y el 15 de junio de 2023.

Asimismo, la compañía ofrece a los pasajeros de esta ruta, de forma gratuita, la conexión con sus vuelos a cualquiera de las otras islas de Canarias con el fin de facilitar los traslados a todo el Archipiélago.

Desde la aerolínea celebraron la apertura de esta nueva ruta directa, que junto a la anunciada el día 17 de nero con Ibiza (IBZ), consolida su liderazgo en oferta de rutas nacionales directas con Canarias, con 15 aeropuertos españoles fuera de las islas a través de 21 rutas y hasta 48 frecuencias semanales.

Los vuelos ya estaban disponibles a través de los distintos canales de venta de la compañía: www.bintercanarias.com, la app de Binter, el teléfono 922/928 32 77 00 y las agencias de viajes, donde podrán consultarse las condiciones.

Servicio a bordo de calidad

Los pasajeros de esta ruta disfrutarán de las ventajas diferenciales del producto que ofrece Binter, con un servicio a bordo de alta gama centrado en ofrecer la mejor experiencia al cliente, que incluye amplias prestaciones como un aperitivo gourmet de cortesía durante el trayecto.

Los vuelos se realizan con aviones reactores del fabricante Embraer. El E195- E2 es el reactor de pasillo único más silencioso, limpio y eficiente de su categoría, que brinda a los pasajeros una experiencia de gran comodidad, ya que la aeronave, con una configuración de 132 asientos, cuenta con una distancia de 31 pulgadas entre las filas para mejorar el confort de sus ocupantes.

El avión incorpora también importantes mejoras, que permiten la reducción del consumo de fuel. Está considerada la aeronave más ecológica de su clase y tiene los niveles más bajos de ruido y emisiones externas.

Sobre Binter: 33 años volando

Binter es una compañía aérea de origen canario creada en 1989 que empieza a operar en el archipiélago canario para ofrecer conexiones entre todas las islas con un claro enfoque de servicio.

En 2005, la aerolínea comienza a volar también fuera de Canarias con el objetivo de ofrecer conexiones directas a otros mercados, una programación que ha ido creciendo hasta conectar con 18 destinos internacionales. Además, en 2018 inicia la operación en el ámbito nacional, donde en la actualidad conecta con 15 aeropuertos.

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

MÁLAGA/ EL MAYOR EVENTO DE EUROPA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Vitur Summitse se celebrará en Andalucía el 10, 11 y 12 de mayo

Segmento consolidado El sector de los apartamentos y viviendas turísticas aportó el año pasado más de 3.700 millones de euros en la región, cuando el volumen de reservas previsto era de 1.800 millones de euros

Redacción/ **HOSTELSUR**

Vitur Summit, el mayor evento de Europa de la industria de los apartamentos y viviendas turísticas, volverá a celebrarse en Andalucía (Málaga) en 2023 el 10, 11 y 12 de mayo, convirtiendo una vez más a la región en el referente europeo de este sector que el año pasado generó más de 3.700 millones de euros en la comunidad andaluza (cuando el volumen de reservas previsto era de 1.800 millones de euros) y que es un pilar dinamizador clave y ya consolidado del turismo y de la economía de la región. La octava edición de este encuentro internacional se presentó en el stand de Andalucía en Fitur, el pasado día 20 de enero, con la presencia de la directora general de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo de la Junta de Andalucía, María Rueda, el presidente de la Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos (FEVITUR), Miguel Ángel Sotillos, y el presidente de la Asociación de Profesionales de Viviendas y Apartamentos Turísticos de Andalucía (AVVAPro) y fundador de Vitur Summit, Carlos Pérez-Lanzac.

Con un sector ya muy asentado y que presenta buenas perspectivas de crecimiento un año más (en 2022 las previsiones de generación de riqueza en Andalucía eran de 1.800 millones de euros y han acabado doblándose hasta los 3.768 millones de euros), Vitur Summit volverá a ser el punto de encuentro de los gestores profesionales, inversores, propietarios, empresas profesionales, startups, plataformas, instituciones, asociaciones y medios especializados en las viviendas y apartamentos turísticos. En la pasada edición participaron más de 70 ponentes y panelistas de alto nivel y más de 650 asistentes, con un contenido innovador y múltiples oportunidades de negocio y networking para empresas de más de 20 nacionalidades como Australia, Israel, Irán, Canadá, Francia, Portugal, Reino Unido y España, entre otros países.

"Es el evento más relevante a nivel internacional y pone siempre a Andalucía en el mapa al máximo nivel", ha asegurado Pérez-Lanzac en la presentación, añadiendo que el sector de los apartamentos y viviendas turísticas "se ha consolidado ya como un segmento de alojamiento estratégico fundamental para cualquier destino y modelo turístico". El fundador de Vitur Summit considera que en los últimos tiempos ha habido una evolución del sector a nivel profesional. "Hemos alcanzado un siguiente nivel, hay mayor concienciación por parte de las administraciones a nivel europeo de que la demanda turística va en este sentido y sin duda este tipo de alojamiento será definitorio de los modelos turísticos a nivel internacional en todos los destinos".

Carlos Pérez-Lanzac, María Rueda y Miguel Ángel Sotillos.

Vitur Forum España

En el marco de Vitur Summit el año pasado se celebró por primera vez Vitur Forum España, el encuentro nacional más importante sobre las viviendas y apartamentos turísticos y alojamiento flexible de nuestro país, en el que participaron más de 200 personas entre inversores, operadores y empresas más relevantes de este sector. En este 2023 volverá a celebrarse debido al gran éxito de la primera edición.

También podrá disfrutarse en esta ocasión, al igual que en las dos ediciones anteriores, de la vivienda del futuro, el 'Vitur Living Experience', pero en esta ocasión se va a incidir más en la sostenibilidad y los avances tecnológicos que permiten implementar esta cuestión en los alojamientos turísticos, ya que tras la pandemia se ha establecido como una prioridad para la demanda y para el propio sector. Ya en octubre pasado sirvió para presentar un sistema tecnológico dedicado especialmente al ahorro de energía y de la huella de carbono para que todos los apartamentos y viviendas turísticas reduzcan su factura energética hasta en un 50%. 'Vitur Living Experience' se trata de una construcción a escala real de un apartamento que integra todas las novedades sobre productos de tecnología inteligente y domótica.

En Vitur Summit también tendrán cabida los nuevos modelos que están surgiendo vinculados a este tipo de alojamientos y que están generando cada vez más demanda de media estancia y servicios residenciales: Teletrabajadores, turismo residencial, turismo de salud, 'Senior CoLiving, Cohousing', y 'Branded residences'.

Impacto positivo

El sector de los apartamentos y viviendas turísticas generó el año pasado más de 3.700 millones de euros en Andalucía y es un pilar dinamizador fundamental del turismo y de la economía de la región. De hecho, el 50 por ciento de todas las plazas de alojamientos de la comunidad autónoma son apartamentos y viviendas turísticas y casas rurales, que crean 15.100 empleos directos, 9.500 indirectos y 8.400 autoempleos.

Andalucía cuenta con 126.250 alojamientos turísticos y con 618.926 plazas y recibe en torno al 45 por ciento de todas las reservas de estas características en España. El 50 por ciento de todas las plazas de alojamientos de la región andaluza son apartamentos y viviendas turísticas y casas rurales, lo que da una idea de la enorme trascendencia de este sector para la economía de la región.

El mercado de la vivienda turística suele producir un cliente satisfecho y fiel, con gran volumen de demanda y con una repercusión muy favorable para la generación de empleo, emprendimiento, innovación y oportunidades en el entorno más cercano, pues está comprobado que su estancia supone un impacto positivo en el comercio de proximidad como la restauración, el alquiler de coche y otros servicios, ya que 6 de cada 10 euros (el 60 por ciento) que gastan los visitantes se realizan en compras, productos y servicios del comercio local. El gasto medio total de viaje por usuario de vivienda turística es de 2.051 euros.

SOBRE AVVAPRO

Colectivo dedicado a la gestión de viviendas turísticas en Andalucía

AVVAPro es una organización integrada por empresas, profesionales y propietarios dedicados a la gestión de viviendas turísticas en Andalucía, que dota de competitividad y garantías de calidad a este segmento de alojamiento, en beneficio de sus usuarios y comunidad relacionada.

La asociación ostenta la representación, a través de sus miembros, de 9.500 viviendas turísticas y cerca de 45.000 plazas de alojamiento repartidas en toda Andalucía. Además, AVVAPro ejerce la defensa y promoción de los intereses generales y específicos de las viviendas turísticas en la región, formando parte de organizaciones como la Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turístico (FEVITUR), la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), el Foro del Turismo de la Costa del Sol, el Plan8 de Sevilla y la Mesa de Turismo y Comercio del Ayuntamiento de Cádiz.

AVVAPro fomenta la contribución positiva de las viviendas turísticas a la economía en aspectos como la desconcentración del turismo en áreas saturadas, la desestacionalización y fidelización de visitantes, el fomento del turismo familiar, residencial y en áreas sin alojamientos, el incremento de la accesibilidad y comodidad de los usuarios, el uso eficiente del parque inmobiliario y de segundas residencias, y el impulso a la rehabilitación de edificios en los centros históricos.

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

DATOS DE TURESPAÑA / TERMÓMETRO DE LA INTENSA RECUPERACIÓN DEL SECTOR EN 2022

El empleo turístico cerró 2022 con los mejores datos de su historia

Comunidades Autónomas En cifras absolutas, en diciembre de 2022, los mayores incrementos se dieron en Andalucía, Cataluña, Canarias, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana

Redacción/ **HOSTELSUR**

El sector turístico cerró diciembre con 2.458.032 afiliados a la Seguridad Social, el mejor dato de toda la serie histórica para este mes, superando en 63.002 el registro de afiliación del mismo mes de 2019. En términos interanuales, el crecimiento es del 6,8% (lo que supone 157.167 empleados más) y se encadenan 19 meses consecutivos de ascensos, según los datos difundidos el pasado día 17 de enero por Turespaña.

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, considera "que estos excelentes datos de empleo son un termómetro de la intensa recuperación del turismo en 2022. Por primera vez acaba el año con el empleo por encima de los 2,4 millones de trabajadores afiliados al sector turístico, lo que demuestra la fortaleza del sector como generador de empleo y riqueza en nuestro país".

En los servicios de comida y bebida el número de empleados alcanzó los niveles prepandemia.

Respecto a la prepandemia

Los afiliados en actividades turísticas aumentaron en 63.002 trabajadores respecto a los datos prepandemia (y en 157.167 respecto al año pasado) y representan 12,2% del total en la economía nacional.

La variación fue positiva respecto a 2019 en casi todas las ramas turísticas, salvo en agencias de viaje. En alojamiento, el número de afiliados fue de 280.017, un 4,5% que el mismo mes del año 2019. En los servicios de comida y bebida el número de empleados alcanzó los niveles prepandemia, con 1.309.710 afiliados. En las agencias de viaje el número de trabajadores se encuentra todavía un 7,5% por debajo de diciembre de 2019, con 59.429 afiliados.

La cifra de asalariados en el sector, que representa el 80,1% del total de empleados, creció un 4,1% respecto al mismo mes de 2019, mientras que el empleo autónomo se incrementó en un 0,4% respecto a los niveles prepandemia.

Aumentos en todas las CCAA

En diciembre el empleo turístico aumentó en todas las Comunidades Autónomas. En cifras absolutas, los mayores incrementos se dieron en Andalucía, Cataluña, Canarias, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana. En términos relativos, destaca el aumento interanual de Canarias (9,9%).

AFILIACIÓN. "Los trabajadores afiliados a la Seguridad Social registraron un incremento interanual de un 6,8% (157.167 empleados más)"

MÁS DE 2,4 MILLONES. " El empleo turístico cierra 2022 superando los 2,4 millones de ocupados, el mejor dato de toda la serie histórica"

TURISMO INTERNACIONAL/ LOS DATOS DE 2022 ANTICIPAN UN 2023 DE RÉCORD

España recibió en 2022 más de 80 millones de pasajeros aéreos internacionales, el 85% de los que llegaron en 2019

Diciembre El último mes del año sumó 5,7 millones, lo que supone la recuperación del 95% de los pasajeros prepandemia

Redacción/ **HOSTELSUR**

España recibió en 2022 más de 80 millones de pasajeros aéreos internacionales (80,4 millones), recuperando el 85% de los viajeros que llegaron en 2019, según datos de Turespaña. En diciembre, los pasajeros procedentes de aeropuertos internacionales alcanzaron los 5,7 millones, por lo que se ha recuperado el 95% de los pasajeros prepandemia.

Para la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, estos datos demuestran que "2022 ha sido el año de la recuperación de nuestro turismo. Lo hemos visto con las excelentes cifras de empleo, con récord de afiliados en el sector turístico, y lo vemos también con la llegada de pasajeros internacionales, que garantizan la fortaleza del sector y anticipan un 2023 de récord, un año que además marcará la transición definitiva hacia un modelo turístico de calidad".

Aumento en todos los países

En el mes de diciembre aumentaron los pasajeros hacia España en todos los principales países. Los mercados que han registrado una mayor recuperación, respecto a cifras prepandémicas, son Irlanda, con 140.602 viajeros (un 14,2% por encima de 2019), seguido de Francia, con 492.101 viajeros (un 5,8% más) y Portugal, con 216.833 pasajeros (un 4,0% superior al mismo mes de 2019). En el total del año, y respectivamente, de Irlanda llegaron 2,2 millones de viajeros, de Francia 6,5 millones y de Portugal 2,6 millones.

En volumen, Reino Unido fue el primer emisor de pasajeros en diciembre (1.158.536), representando el 20,1% de la cuota total de llegadas, seguido de Alemania con 726.697 (12,6% de la cuota) e Italia, con 532.877 (9,3%).

Pasajero a la llegada de una terminal.

La llegada de pasajeros británicos (18,5 millones en el total del año) ha repercutido en todas las comunidades autónomas, pero especialmente en Canarias; esta comunidad también se ha beneficiado de la llegada de pasajeros alemanes (11,9 millones en 2022) mientras que la llegada de italianos (7,1 millones en todo el año pasado) benefició principalmente a Madrid y Cataluña.

Mayor crecimiento

Madrid fue la comunidad con más llegadas en diciembre (1,6 millones, el 29,1% de la cuota total) y también en 2022 (18,2 millones, lo que representa un 22,7% del total de CCAA), seguida de Canarias (1,3 millones en diciembre y 18,2 en 2022) y Cataluña (1,1 millones el último mes del año y 15,8 millones en el acumulado anual).

De las seis principales comunidades autónomas con más llegadas, Cataluña fue la que registró un mayor crecimiento interanual (57,8% en comparación con diciembre del 2021). Respecto a diciembre de 2019, es Canarias la única que muestra recuperación en llegadas en este mes de diciembre (6,9%).

INSTRUMENTO ADMINISTRATIVO / GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS MARCADOS POR LA NORMATIVA TURÍSTICA

La Junta aprueba el Plan de Inspección en materia de turismo para 2023

Doble vertiente La actuación se dirige al apoyo y asesoramiento al sector y a la protección de los derechos de empresas y usuarios

Desde el año 2016, el mayor volumen de actuaciones llevadas a cabo por la inspección de turismo se centra en las viviendas con fines turísticos.

Redacción/ **HOSTELSUR**

La Consejería de Turismo, Cultura y Deporte ha aprobado el Plan de Inspección Programada en materia de turismo para el presente año 2023, instrumento administrativo destinado a garantizar el cumplimiento de los objetivos marcados por la normativa turística.

La actuación inspectora viene regulada por el desarrollo reglamentario en su doble vertiente; por un lado de asesoramiento y apoyo al sector y, por otro, de disciplina administrativa, para la protección de los derechos tanto de las empresas prestadoras de los servicios turísticos como de las personas usuarias.

El plan se ordena conforme a los criterios de eficacia, eficiencia y oportunidad, con la finalidad de elevar el nivel cualitativo de la oferta turística de Andalucía, detectar servicios turísticos clandestinos, asesorar en el cumplimiento de la normativa vigente y unificar criterios ante circunstancias homogéneas de la actividad empresarial.

Para ello, se establecen programas ordinarios de verificación de los distintos servicios turísticos, tanto en forma de visitas como a través de la información alojada en internet. Además, se fijan los programas para la adaptación de los alojamientos turísticos a los cambios normativos, como los dedicados a la verificación y ordenación de los campamentos de turismo en su diversa tipología clasificatoria.

Entre estos programas también se encuentra el dirigido a la verificación de los establecimientos hoteleros para su adaptación a lo prevenido en el Decreto-ley 13/2020 de 18 de mayo, por el que se establecen medidas extraordinarias y urgentes relativas a estos alojamientos, coordinación de alertas, impulso de la telematización, reactivación del sector cultural y flexibilización en diversos ámbitos ante la situación generada por el Covid-19.

Como novedad, se incluye la comprobación de la ejecución de las actuaciones financiadas por la Consejería en el marco de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos, que se instrumenta en torno a programas de Planes de Sostenibilidad en los que participan la Administración General del Estado, la comunidad y entidades locales.

Viviendas con fines turísticos

Por otra parte, desde el año 2016, el mayor volumen de actuaciones llevadas a cabo por la inspección de turismo se centra en las viviendas con fines turísticos, cuyo número de declaraciones responsables de inicio de actividad ha aumentado considerablemente año tras año.

Se implementan de este modo fórmulas de actuación que permitan ser más eficientes en el control de este servicio turístico. Así, tras su inscripción en el Registro de Turismo de Andalucía, se les solicita en primer lugar a los titulares la documentación que puedan aportar por escrito, procediéndose a efectuar las visitas de comprobación una vez recibida y analizada dicha información.

En su conjunto, los programas que contempla el plan tendrán su ámbito de actuación en establecimientos de alojamiento turístico, viviendas turísticas de alojamiento rural, viviendas con fines turísticos, empresas organizadoras de actividades de turismo activo, agencias de viajes y campamentos.

También se actuará para evitar la prestación clandestina de servicios turísticos de alojamiento, del servicio de información turística a quienes realicen visitas a bienes que integran el patrimonio histórico andaluz, de actividades de turismo activo, de agencias de viajes y de oficinas de turismo sin haber presentado declaración responsable para su ejercicio o, en su caso, careciendo de la preceptiva habilitación por la normativa turística.

Finalmente, se verificarán denuncias interpuestas por personas usuarias de servicios turísticos relacionadas con deficiencias en su prestación y se prestará información y asesoramiento a responsables de empresas y servicios sobre la normativa turística de aplicación en su ámbito.

CADENA INTERNACIONAL/ SEGUNDO HOTEL VOCO EN ESPAÑA

IHG abrirá un nuevo Hotel en Granada

Fecha de apertura El proyecto hotelero comenzará a construirse antes del verano con fecha prevista para su apertura a finales del 2024

Redacción/ **HOSTELSUR**

La cadena internacional IHG ha alcanzado un acuerdo con el operador Meravo Management AS y con el Grupo Reycar para abanderar el proyecto Voco Granada que comenzará a construirse antes del verano con fecha prevista para su apertura a finales del 2024.

La operación ha sido gestionada por la consultora Iberalta. El futuro Voco Granada, diseñado por el estudio de arquitectura For Hotel Design, estará ubicado junto al Forum Granada y tiene como objetivo convertirse en un lifestyle de referencia en la ciudad de Granada. El establecimiento contará con 166 habitaciones, lobby jazz bar y salas de reuniones en planta baja, piscina y bar en los jardines, restaurante en la terraza rooftop, 65 plazas de parking y una zona deportiva con dos pistas de pádel y gimnasio. Con esta apertura, IHG suma ya 41 hoteles Voco en todo el mundo, casi 10.000 habitaciones y 34 hoteles en pipeline.

Hylko Versteeg, director de expansión en el sur de Europa en IHG, señala que “este es un momento emocionante para IHG Hotels & Resorts en Iberia y estamos encantados de haber firmado nuestro segundo Voco en España con el operador Meravo Management AS y Reycar Group. Tenemos grandes planes para Voco Granada con sus excelentes instalaciones y su estratégica ubicación”.

La ciudad de la Alhambra contará con un nuevo hotel.

Para Carlos Fernández, CEO del Grupo Empresarial Reycar, “es una apuesta muy importante para nuestro grupo y para la ciudad. La firma con IHG, como marca internacional y con mas de 6.000 hoteles en el mundo, va a aportar no solo prestigio, experiencia e internalización al proyecto sino también a la ciudad”.

Acerca de Reycar

Reycar es un grupo de empresas fundado en el 2004 y con experiencia en la construcción, urbanización, obra civil, consultoría técnica e ingeniería con una gran experiencia tanto en edificación como en obra civil.

ANÁLISIS ANUAL/ CHRISTIE & CO, CONSULTORA INTERNACIONAL ESPECIALIZADA EN EL SECTOR HOTELERO

La inversión hotelera elige a Málaga y Costa del Sol, en el ámbito urbano y vacacional, respectivamente, como una de sus principales apuestas

Hotel en la Costa del Sol.

Actividad 2022 Christie & Co, consultora internacional especializada en el sector hotelero, ha publicado recientemente su análisis anual de inversión en España correspondiente a 2022, que refleja la actividad clave del mercado, las tendencias y los desafíos de 2022, y pronostica lo que 2023 podría traer al sector inmobiliario hotelero

Redacción/ **HOSTELSUR**

En 2022 se ha registrado un volumen total de inversión en el sector hotelero de 3.230 millones de euros, convirtiéndolo en el tercer mejor ejercicio por detrás de 2017 (3.900 millones) y 2018 (4.860 millones), años que se vieron especialmente afectados por la venta de diversas carteras de gran tamaño. Las cerca de 20.000 habitaciones transaccionadas alcanzaron un precio medio récord de 170.000 euros, un 16% superior a 2021 y un 20% por encima de 2019.

El análisis del destino de la inversión indica, que a diferencia del año anterior, el volumen se concentró en mayor medida en el segmento vacacional, con un 56% del volumen total. Asimismo, la llegada de marcas internacionales y el reposicionamiento de hoteles reforzaron la apuesta por parte de los inversores hacia las categorías de 4 y 5 estrellas, que acumularon más del 80% del volumen total de inversión. Madrid, Barcelona y Málaga fueron las grandes protagonistas en el ámbito urbano, mientras que La Costa del Sol y, sobre todo, Baleares lo fueron en el segmento vacacional.

Protagonistas en 2022

En cuanto al perfil inversor, las gestoras y firmas de inversión volvieron a ser las principales protagonistas en 2022, con un 59% del volumen total invertido. Los grupos hoteleros también se mostraron especialmente activos, con un 25% frente al 16% de 2021. Por su parte, Family Offices e inversores particulares se mostraron algo más conservadores (5%), mientras que las Socimi (6%) se mantuvieron en línea con el año anterior.

La categoría de cuatro estrellas volvió a ser la favorita entre los activos transaccionados, con un 49% de la inversión total. En relación con el origen de la inversión, éste fue mayoritariamente internacional, suponiendo un 72% del total invertido en España en 2022, debido en gran medida a que las principales carteras y activos individuales de mayor volumen fueron adquiridas por inversores internacionales.

Nicolas Cousin, director general de Christie & Co en España y Portugal, apuntaba: "El 2022 empezó de manera convulsa debido a la variante Ómicron y ha estado marcado por una fuerte incertidumbre en el entorno inversor, pero también ha protagonizado una fuerte recuperación de la demanda turística y ha experimentado un récord en el precio por habitación transaccionada. Todo ello demuestra la solidez de nuestra industria y el liderazgo del sector hotelero español en Europa".

En cuanto a las perspectivas de cara al año que viene, Cousin, augura: "Esperamos una recuperación definitiva de todos los destinos en 2023, así como el inicio de una nueva senda de crecimiento generalizado. El volumen de inversión volverá a superar los 3.000 millones de euros y los contratos de HMA y franquicia crecerán a doble dígito".

ANIVERSARIO/ UNO DE LOS HOTELES MÁS ANTIGUOS DE ESPAÑA, INAUGURADO EL 1 DE ENERO DE 1910 POR EL REY ALFONSO XIII

El Hotel Alhambra Palace celebra 113 años de historia

Concepto Ubicado en la antesala de la monumental Alhambra –a solo 10 minutos andando– el emblemático 5 estrellas granadino abre una nueva página en su centenaria historia de dulces sueños palaciegos

Redacción/ **HOSTELSUR**

Ubicado en la antesala de la monumental Alhambra –a solo 10 minutos andando– el Hotel Alhambra Palace abre una nueva página en su centenaria historia de dulces sueños palaciegos. Los mismos que vivieron en su día las más relevantes personalidades de la realeza, la política, las artes, las ciencias o el espectáculo, incluidos los grandes mitos del dorado Hollywood. Y lo hace con una doble celebración: la bienvenida a un nuevo año, 2023… ¡y su 113 aniversario! Muy pocos hoteles en el mundo pueden presumir de haber sido inaugurados por un rey: Alfonso XIII, bisabuelo de nuestro actual monarca Felipe VI. Pero eso fue solo el principio de un sueño que aun perdura: el que pueden hacer realidad quienes se dejen tentar por este palacio de la hotelería para una escapada granadina inolvidable

Hotel Alhambra Palace.

Que poco podía imaginar el visionario empresario Julio Quesada-Cañaveral y Piédrola, Duque de San Pedro de Galatino, que aquel sueño suyo hecho realidad el 1 de enero de 1910 se mantendría vivo y reluciente más de un siglo después, sin perder un ápice de sus señas de identidad. El Hotel Alhambra Palace –primer edificio con estructura de hierro de Andalucía– era un auténtico palacio de la hotelería destinado a liderar y potenciar el turismo en Granada a nivel nacional e internacional. Y lo logró con el potente embrujo de su esencia palaciega y andalusí. Esa que atrajo hasta él a las más grandes personalidades del siglo XX: De Eduardo VIII de Inglaterra al Aga Kan; de Charles de Gaulle a Gorbachov; de Marie Curie al Dalai Lama… sin olvidar a los más grandes mitos del dorado Hollywood, como Vivien Leigh, Lauren Bacall, Rock Hudson o Tyrone Power. Todos ellos dejaron huella en un hotel especial, único…

Sus 108 habitaciones, todas ellas exteriores; sus salones y espacios de exquisita decoración, por los que pasear y soñar como en un cuento de las 'Mil y una noches'; su gastronomía de arraigo andalusí, de la mano de su reconocido chef Esaú Hita; o esa terraza panorámica desde la que admirar Granada a nuestros pies, siguen siendo una tentación para cualquier viajero deseoso de vivir una experiencia inolvidable.

RED DE TURISMO/ LA JUNTA DE ANDALUCÍA DISPONE DE UN TOTAL DE 17 OFICINAS CON PRESENCIA EN LAS OCHO PROVINCIAS ANDALUZAS

Las oficinas de turismo atendieron más de 1,2 millones de consultas

Países de origen Españoles, franceses, británicos, alemanes e italianos, los viajeros que más información demandaron en la red, la mayor parte de manera presencial, mientras que solo 13.783 lo hicieron por escrito

Redacción/ **HOSTELSUR**

Las oficinas de turismo de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte en la comunidad atendieron durante el pasado año 2022 más de 1,2 millones de consultas, la mayor parte de ellas realizadas presencialmente por viajeros (1.200.299), mientras que las que se llevaron a cabo por escrito fueron 13.783.

La red, compuesta por un total de 17 oficinas con presencia en las ocho provincias andaluzas, realizó más de 644.000 atenciones a turistas del mercado nacional y cerca de 570.000 a visitantes de emisores internacionales.

En el caso de los españoles, destacan los propios andaluces, con 165.944 consultas, seguidos de los viajeros procedentes de la Comunidad de Madrid (120.491), los de Cataluña (63.859), los de la Comunidad Valenciana (57.431) y los del País Vasco (40.808).

En cuanto a los foráneos, el primer mercado en consultas fue Francia, con 147.874; seguido de Alemania, con 73.333; el Reino Unido, con 72.150; e Italia, con 46.002. Además, sobresale Estados Unidos como quinto emisor internacional y primero no europeo, con 39.105 atenciones.

Entre los mercados lejanos, 43.795 de las demandas fueron de viajeros del resto de América, mientras que 7.446 fueron de turistas procedentes de Asia, principalmente de Japón; 4.987 de Oceanía y 3.656 de África.

Oficina de Turismo de la Junta de Andalucía en Córdoba.

La de mayor actividad

La oficina que registró una mayor actividad fue la de Sevilla, con 205.062 consultas recibidas. Tras ésta se situaron las ubicadas en la localidad malagueña de Ronda (145.484), Córdoba (140.898), Granada (129.583), Cádiz (115.351), Sevilla Santa Justa (116.136) y Málaga (82.571).

La red, que mantiene para algunas de las oficinas convenios de colaboración con otras entidades e instituciones, cuenta con instalaciones en Almería, Cádiz, La Línea de la Concepción, Algeciras, Córdoba, Granada, Guadix, Huelva, Jaén, Úbeda, Baeza, Málaga, Ronda, Sevilla, la estación Santa Justa de la capital hispalense y los aeropuertos de Málaga y Sevilla, así como con un servicio de información en Madrid.

PUNTOS DE INTERÉS

Incremento de la demanda de rutas de senderismo y turismo rural

Las principales demandas de los visitantes se centran en sugerencias sobre los principales enclaves para visitar en cada ciudad y su entorno, visitas guiadas en la zona, propuestas de restaurantes y ubicación de alojamientos y otros puntos de interés para el viajero.

Junto a información del conjunto de la comunidad, que solicitan especialmente turistas extranjeros, se ha detectado en este último año un incremento importante de la demanda de rutas de senderismo y turismo rural, en la línea con el crecimiento de este segmento, así como una tendencia creciente a acudir a las oficinas para confirmar y contrastar datos y opiniones que consultan en internet sobre servicios y enclaves turísticos.

INICIATIVA/ POSICIONAR DIGITALMENTE AL CHIVO DE CANILLAS DE ACEITUNO Y A LA MORCILLA CANILLERA COMO PRODUCTOS GOURMET

Representantes institucionales en el almuerzo de Gastronomía de Canillas.

Los cocineros Álvaro Saura y Camilo Rojas.

Canillas de Aceituno refuerza su plan de turismo gastronómico

Posicionamiento digital El portal www.gastronomiadecanillas.es consigue más de 13.000 visitas en sus primeros meses e incorpora a su hoja de ruta para 2023 al Gran Hotel Miramar, Eme de Mariano, Verum y Savor

Redacción

Con el desarrollo de una nueva estrategia digital que reforzará la que se ha realizado durante 2022, y con la incorporación de nuevos cocineros al proyecto Gastronomía de Canillas, una iniciativa que tiene como objetivo posicionar digitalmente al chivo de Canillas de Aceituno y a la morcilla canillera como productos gourmet de referencia, el Ayuntamiento inicia su hoja de ruta 2023 en lo referente a su estrategia de turismo gastronómico, que fue presentada dentro del marco de la pasada edición de Fitur.

La Concejalía de Turismo de Canillas de Aceituno lanzó durante 2022 el portal gastronómico www.gastronomiadecanillas.es, donde seis cocineros de reconocido prestigio y asentados en Málaga elaboraron distintas recetas con el chivo de Canillas de Aceituno y la morcilla como protagonistas para que estos productos fuesen más conocidos y valorados fuera de la provincia.

Según explicó el concejal de Turismo, Álvaro Hurtado, todo este contenido fue reforzado con una campaña de posicionamiento digital que propició más de 13.000 visitas al portal en sus primeros meses de vida. Ahora, este trabajo continúa con la colaboración de otros cocineros también asentados en la provincia de Málaga como Diego Nicás, chef ejecutivo del Gran Hotel Miramar, Jorge Berzosa, propietario y jefe de cocina en Verum, Mariano Rodríguez, propietario y jefe de cocina de Eme de Mariano y Pablo Castillo, propietario y jefe de cocina de Savor. Todos ellos vendrán a complementar el trabajo realizado hasta el momento para dar visibilidad al chivo de Canillas de Aceituno por parte de cocineros como José Carlos García, de JCG Restaurante (1 estrella Michelín), Dani Carnero, Kaleja (1 estrella Michelín), Matteo Manzato, de Venetiis; Álvaro Saura, de Liceo Playa; Camilo Rojas, de Los Patios de Beatas, y Juan Muñoz, de Uppery Club. “Son profesionales muy reconocidos dentro y fuera de Málaga que trabajan el chivo malagueño en sus restaurantes con recetas tradicionales e innovadoras y que con su profesionalidad sacan todo el partido a un producto de alta calidad”, destacó Vicente Campos, alcalde de Canillas de Aceituno.

www.gastronomiadecanillas.es

El portal wwww.gastronomiadecanillas.es nació para posicionar al chivo de Canillas como producto gourmet de referencia, al Día de la Morcilla como fiesta gastronómica singular de la provincia de Málaga y a los recursos turísticos del municipio como un referente en el turismo de interior y naturaleza, con El Saltillo como gran exponente de turismo activo de interior.

Para dar a conocer todo esto y ponerlo en valor de cara a la captación de nuevos nichos interesados en este segmento turístico, el Ayuntamiento activó una campaña de posicionamiento digital de tres meses de duración con alcance nacional dirigida a mujeres y hombres residentes en España de entre 30 y 65 años con un estilo de vida activo y asiduos a utilizar internet para buscar información relacionada con la gastronomía, los productos de calidad y las experiencias gastronómicas para compartir con familia o amigos.

Para la campaña digital se usaron los perfiles sociales del Ayuntamiento de Canillas y la red de Display de Google, generando un impacto de 6,3 millones de visualizaciones y 13.371 visitas al portal gastronómico. Las ciudades desde las que más se visitaron la web fueron Madrid, Barcelona, Málaga, Valencia, Sevilla, Bilbao y Valladolid.

Según explicó el concejal de Turismo, la campaña de 2022 obtuvo unos resultados que superaron las expectativas iniciales. “Prácticamente se triplicaron los objetivos que nos propusimos. Nuestra intención ahora es hacer crecer este proyecto con nuevas acciones que incrementarán las visitas en, al menos, un 15% y la incorporación de estos cocineros y de algunos más que trabajen con los productos de nuestra localidad”.

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

Tinto Ulienses Roble

Tipo: Tinto. Syrah, Tempranillo y Tintilla de Rota
Envejecimiento: 6 meses en barrica
D.O: IGP Vinos de Córdoba
Bodega: Bodega San Acacio. Carretera Córdoba-Málaga, Km. 37
14530 Montemayor·Córdoba
PVP: 6.50-7.50 euros

Nota de cata:
Cereza cubierto, limpio y brillante. Aroma expresivo, fruta negra, tostados (mineral, cacao). Violetas. En boca sabroso, carnoso, fruta negra madura, taninos del roble finos.

--
Salud
nachodelRio

TURISMO GASTRONÓMICO/ RESTAURANTES DE LA VEGA DE GRANADA OFRECEN PLATOS Y PRODUCTOS TÍPICOS DE LA COMARCA

La Olla de San Antón: el plato que combate los fríos días de invierno

Iniciativa El Ayuntamiento de Monachil y la asociación empresarial Regamám organizan, durante los meses de enero y febrero de cada año, la celebración de la 'Ruta Gastronómica de la Olla de San Antón'

Redacción

La Olla de San Antón tiene su origen en el municipio de Monachil, cuando sus habitantes recurrían a este plato de ingredientes calóricos para combatir los meses de enero y febrero, los más fríos del año. Así lo reivindica el ayuntamiento de esta localidad del Área Metropolitana de Granada. Se trata de un plato gastronómico, autóctono y de origen popular. Se hizo famoso posteriormente, en las fiestas locales de San Antón, que se celebran, cada año el 17 de enero, en el casco antiguo del municipio, formando parte del programa de fiestas. Como una tradición, desde hace décadas, Monachil ofrece este plato a sus vecinos en el Parque de los Aragones, dentro de la celebración de sus tradicionales fiestas de San Antón.

El presidente de Regamám, Rafael Márquez, en foto de familia, con representantes institucionales, colaboradores y empresarios, durante la presentación del inicio del evento culinario.

En la foto superior, izquierda, productos de la típica gastronomía de la comarca de la Vega de Granada. A la derecha cartel anunciador de la 'Olla de San Antón'.

Ruta gastronómica

El antiguo restaurante "Bienvenido" fue el primero en ofertar dicho plato en su cocina; y, posteriormente, el resto de los restaurantes incorporaron esta oferta durante los meses de enero y febrero como parte de un atractivo de turismo gastronómico, puesto que los amantes de la cocina popular de muchos rincones geográficos se desplazan hasta Monachil para degustar el auténtico plato de la Olla de San Antón.

Este año, durante todo el mes de enero y primeras semanas de febrero, la Asociación Empresarial, Gastronómica y Artesanal de la Mancomunidad Río Monachil (REGAMAM), presidida por Rafael Márquez, volverá, como ya hiciera en el año 2022, con el apoyo de la concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Monachil, a promocionar en los establecimientos turísticos y hosteleros de sus asociados 'La Olla de San Antón' y aprovechará, además, la llegada de visitantes de toda la provincia granadina, también foráneos, que vengan motivados a degustar este plato en este tour gastronómico, para ofrecerles la oportunidad de conocer otras delicias culinarias de la zona. Entre ellos, alguno de los productos locales de la marca 'Monachil Excelencias' que ofrece la mancomunidad; tales como sus ricos y artesanos quesos, aceites, chacinas, vinos, cervezas, pacharán, jamones y dulces. La jornada de ocio y deleite está servida.

Presentación

El pasado 12 de enero, Regamám junto a la concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Monachil, colaboradores y representantes institucionales, hicieron la presentación en el Complejo Hotel-Restaurante Los Cerezos de Monachil. Era el pistoletazo de salida para animar a degustar tan típico plato en los restaurantes asociados a Regamám, entre los que se encuentran, Hotel-Restaurante Los Cerezos, El Capricho, Huerta del Laurel, La Guardilla, Ruta del Purche, Monte Vélez, Los Pinos, El Guerra, La Estrella, El Lucero y Mario's Guerra. Asimismo se puede degustar en otros establecimientos de la zona.

HOSTELSUR Andalucía

El periódico mensual del Turismo y la Hostelería en Andalucía
DECANO DE LA PRENSA TÉCNICA ANDALUZA
FUNDADO EN 1986 • Año 37 • Nº 353 • ENERO-FEBRERO 2023
www.hostelsur.com