



24-Feb-2011

ESPACIO: 411 cm2

PORCENTAJE: 38%

PERIODICIDAD: Diario

Nuevos ganchos

LA GASTRONOMÍA VALENCIANA VENDE

Forma parte de los atractivos de la Feria de Turismo de Valencia

B. Sánchez
Valencia

● El turismo de Valencia quiere promocionarse con nuevas etiquetas. A la de *sol y playa* y a la de *los grandes eventos* se une ahora la de la gastronomía. Certámenes como Valencia Cuina Oberta -que ha sido un éxito edición tras edición- demuestran que el arte culinario valenciano va más allá de la tradicional paella.

Ideas. La Federación de Hostelería ha lanzado menús de alta gama a 20,11 euros

Para acercar la cocina de gama media y alta, la Federación Empresarial de Hostelería de Valencia (FEHV) ha lanzado la campaña *El precio del año*, un nuevo producto en el que los restaurantes ofrecerán menús con productos de primera calidad a un precio cerrado y que hace referencia a este año. Costará 20,11 euros.

Cada restaurante diseñará su propio menú y decidirá si incluye la bebida o no, así como si lo restringe a determinados días de la semana. Los hosteleros recomiendan reservar el ticket con antelación en la web www.saboreacv.es/2011.

De momento, 125 establecimientos (84 de Valencia) ya se han unido a la iniciativa que, aunque comenzará a funcionar en abril, se dará a conocer



El cocinero del Restaurante Palace Fesol de Valencia prepara uno de los menús. EFE

Otros atractivos de la Feria

Estancias en hoteles de lujo al 50%

● Estar en un hotel de lujo a un precio 'lowcost'. Éste es el espíritu de la zona 'outlet' que se instalará en la Feria de Turismo este fin de semana. Este año, el club First Class Hotels, que integra hoteles de cinco estrellas en la Comunitat, ofrecerá descuentos del 50% en estancias de una semana y del 70% en tratamientos spa.

Deporte de aventura en mar y montaña

● Una cara menos conocida del turismo valenciano buscará hacerse un hueco. La Escola Valenciana Kiteboarding permitirá probar a los visitantes los simuladores de saltos kitesurf con cama elástica. Para la bicicleta de montaña, se recreará un centro BTT con un itinerario entre arena, plantas, troncos, piedras y otros obstáculos.

este fin de semana en la Feria Internacional de Turismo de la Comunidad Valenciana-TCV, que se celebra desde mañana hasta el domingo.

La feria no es un escenario casual, ya que distintos estudios confirman que la gastronomía es un gancho más para los turistas. La Encuesta de Calidad percibida del Instituto para la Calidad Turística Española asegura que el 76% de los viajeros le conceden mucha o muchísima importancia al papel de la gastronomía en la elección del destino.

amaranto Consultores: Lidera la "Red de Inteligencia e Innovación para el Sector Turístico"

amaranto Consultores, junto a un consorcio de organismos de investigación (la Universidad de Nebrija, Universidad de Castilla La Mancha, Universidad de Alcalá, Ezentis y Terysos) y empresas, ha sido adjudicatario de la convocatoria de ayudas correspondiente al subprograma INNPACTO del Ministerio de Ciencia e Innovación para la realización del proyecto de I+D+i, denominado "Red de Inteligencia e Innovación para el Sector Turístico" por importe superior a 5,2 M€ para los próximos 2 años y medio.

El objetivo de este proyecto es la creación de una red de inteligencia competitiva en el ámbito del turismo español que permita generar conocimientos a partir de la información procedente de diferentes agentes y sujetos del sistema turístico español. Esta red se implementará mediante un portal web que, a través de un conjunto de herramientas, permita la obtención de indicadores y la generación de informes que, gracias a su aplicación, potencien la competitividad de este sector basándose en la colaboración activa de los agentes.

La red de Inteligencia e Innovación para el sector turístico permitirá dar a conocer a las empresas hosteleras ligadas al sector turístico extranjeras cuál es el nivel de desarrollo del mercado del turismo español. Servirá como elemento incentivador de inversiones extranjeras en España dentro del sector turístico. Las empresas extranjeras podrán acceder a la participación en proyectos de innovación dentro del ámbito turístico español, ya que existirá un canal con datos sobre las líneas de investigación y proyectos en los que se encuentra inmerso el sector.

La Red de Inteligencia afianzará la posición española como líder en el sector turístico utilizando herramientas innovadoras, que mejoren la ventaja competitiva de la hostelería, hostelería, suministradores de este sector, sobre el mercado internacional. Se resolverán problemas de decisión, en cuanto a sucesos de diseño de negocios, alternativas financieras, combinaciones de inversión, selección de vectores de producción y ventas, actuaciones comerciales, control de costes, previsión de la demanda, política de contratación, etc. en el ámbito del sector de la hostelería.

A través del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, SEGITUR, (Sociedad Estatal de Gestión de la Información Turística y nexo de unión entre las nuevas tecnologías y el sector turístico) ha manifestado su interés en la red de inteligencia, así como diferentes agentes relacionados con el turismo como la FEHR, ANESTUR, ADESGAM, ICTE, ETC.



SOBRE AMARANTO

amaranto Consultores es una consultora de procesos y Tecnología orientada a ofrecer soluciones de valor a sus clientes: **creando, mejorando y rentabilizando sus procesos de negocio**, convirtiéndose en su socio de referencia mediante la aplicación de estrategias de innovación y haciendo las nuevas tecnologías usables y accesibles.

Hablamos de una compañía joven, que inicia su actividad en el año 2008, y que ha cerrado el año 2010 con una facturación anual de 2,5 M€ casi duplicando los ingresos con respecto al año anterior en el que su facturación anual fue de 1,4 M€. La previsión de ingresos para 2011 es de 4 M€, con una inversión en I+D+i superior al 20% de la cifra de ingresos.

Actualmente formada por un equipo multidisciplinar de más de 65 personas, cuenta con la colaboración de doctores y profesionales de Organismos Públicos de Investigación y Universidades. Destacando, la cátedra patrocinada por amaranto Consultores en la Universidad de Alcalá, en materia de "Internet del futuro y seguridad digital".

amaranto acaba de abrir nuevas oficinas en San Francisco y Hong Kong, que se suman a las que ya tiene abiertas en Madrid, Cuenca, Barcelona y Valencia; apostando de esta manera por la expansión internacional, al tiempo que continuará con su posicionamiento en

Castilla La Mancha y toda España.

Se prevé incrementar la red de puntos de la solución playthe.net por toda España, con un crecimiento para el año 2011 de 1000 puntos, que permitirá que más anunciantes puedan acceder a este nuevo modelo publicitario ofreciendo la publicidad de alto impacto a un coste muy bajo.

Todo este planteamiento hace que su plan estratégico contemple un crecimiento en plantilla de más de 30 personas para 2011.

Para alcanzar el éxito en sus proyectos, amaranto se estructura en prácticas como:

- **Consultoría de negocio y tecnología:** desde esta área se realizan diferentes proyectos ayudando a implantar metodologías, tales como: Lean management, PMI, ITIL, etc. a clientes tales como Telefónica, CGAE...
- **Innovación y ayudas I+D:** Esta práctica está orientada a asesorar a las entidades en todo el proceso de gestión de la innovación; mejora su organización y sistematiza sus actividades de I+D+i para aprovechar su knowhow interno, haciéndolas más competitivas y sostenibles. Destaca el desarrollo y puesta en marcha del portal de I+D+i para la JCCM: Red Virtual de Investigación y Soluciones Tecnológicas Avanzadas <http://www.revista-jccm.es>
- **Gestión del talento:** desde este

área amaranto ofrece a sus clientes las mejores técnicas de selección de personal y los mejores candidatos para sus proyectos, así como formación para empresas y organismos públicos; participación en másters de escuelas de postgrados en áreas como gestión de proyectos, tecnología de la información, social media, etc.

- **Marketingmedia:** una propuesta de Marketing 360°, a través de la Publicidad | Diseño | Comunicación se ofrecen soluciones diferenciadoras, tales como: Acciones on line (Community manager, posicionamiento en buscadores, viralización de marca), Acciones off line (Eventos, Ferias, material publicitario multimedia, videos 3D, etc.). Entre los casos de éxito cuenta con esparkia, un parque de ocio infantil realizado sobre el leit motive de las energías renovables, proyecto para el que se ha desarrollado todo el marketing, desde el concept design, el naming, la identidad de marca, la web, el plan de comunicación, etc.
- **Integración y desarrollo:** desde esta práctica se optimiza el rendimiento de las organizaciones mediante la implantación de soluciones tecnológicas y sistemas de información avanzados, amaranto cuenta con una software Factory con más de 30 personas. La creación de simuladores so-

bre las energías renovables para el Ayuntamiento de Albalate de Zorita, el desarrollo de molinos pymes, son algunos de los recientes proyectos llevados a cabo.

- **Comunicaciones:** amaranto cuenta con la experiencia y el conocimiento en las tecnologías de acceso, tales como tecnología de acceso radio, comunicaciones unificadas o interconexión de redes. Actualmente está evolucionando hacia el Cloud, con acuerdos con CISCO, Palo Alto, Netgear, etc.

- **Soluciones propias:** Desde el departamento de I+D, formado por más de 15 ingenieros, se investiga y desarrolla soluciones dirigidas a nuevos modelos de negocio: Playthe.net, el nuevo canal publicitario, una plataforma de gestión de contenido que emite a través de tótems digitales y pantallas ubicados en lugares públicos, spot publicitarios de alto impacto y contenido de interés para los ciudadanos, en un formato accesible en cuanto a precio y usabilidad, favoreciendo que todos tengan acceso a poder anunciar sus negocios. www.playthe.net

MÁS INFORMACIÓN

www.amarantoconsultores.com
info@amarantoconsultores.com
Tel. 902 108 827



RECURSOS | MEDIO AMBIENTE



En Cervera de Pisuerga se celebraron la Junta Rectora del Parque Natural de Fuentes Carrionas, Fuente Cobre-Montaña Palentina y la Junta Consultiva de la Reserva Regional de Caza. / DP

La Junta invirtió 1,5 millones de euros en 'Fuentes Carrionas'

Ayer se celebraron en Cervera de Pisuerga la Junta Rectora del Parque Natural y la Junta Consultiva de la Reserva Regional de Caza. Durante ambos encuentros se realizó un balance de las actuaciones ejecutadas el año pasado

• Se aprobó la caza selectiva de 100 ejemplares de ciervo macho y otros 180 hembra. También se dio luz verde a los cupos y calendarios para rebeco, jabalí, lobo y perdiz roja.

DP / CERVERA DE PISUERGA
La Junta de Castilla y León financió en 2010 con más de 1,5 millones de euros proyectos de la Consejería de Medio Ambiente, de entidades locales y de particulares de la zona de influencia del Parque Natural de Fuentes Carrionas, Fuente Cobre-Montaña Palentina. Una cifra que se daba a conocer ayer durante la celebración en la Casa del Parque de Cervera de Pisuerga de la Junta Rectora del

Parque Natural de la Montaña Palentina, y que estuvo presidida por el delegado de la Junta, José María Hernández.

Encuentro durante el que se dio luz verde a la memoria anual del pasado ejercicio con una inversión de más de 1.520.632 de euros, destacando actuaciones contratadas por la Consejería de Medio Ambiente por valor de 289.672,80 euros; de la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León, por importe de 800.415 euros; subvenciones a particulares, por valor de 52.486 euros y ayudas a entidades locales por importe de 378.058 euros.

Entre esas actuaciones destacan algunas partidas como la del funcionamiento y mejora de la Casa del Parque -118.875 euros-, el proyecto de mejora de eficiencia

energética en núcleos de población del Parque Natural y su Zona de Influencia Socioeconómica -93.640 euros-, el mantenimiento de la patrulla osera -110.000 euros-, la construcción del Parque de Aventuras en los Árboles -300.000 euros-, o la restauración de elementos etnográficos singulares como *La Benina de Valcovo* -110.000 euros-.

Además, durante el balance realizado por los integrantes de la Junta Rectora se recordó que el Parque Natural de Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina renovó con buena nota la de la marca QCalidad Turística para los equipamientos de Uso Público -sendas, miradores, aparcamientos, Casa del Parque- y para los servicios de uso público que son las atenciones prestadas espe-

cíficamente a los visitantes, para facilitarles la realización de las actividades.

CAZA Y ACTUACIONES. Además de hacer balance de las actuaciones llevadas a cabo en el Parque Natural, se celebró la Junta Consultiva de la Reserva Regional de Caza. En ella se presentó el informe de la memoria de actividades y resultados cinegéticos y económicos de la temporada, que asciende a 134.669 euros.

También se dio a conocer la propuesta del plan técnico anual de la Reserva Regional de Caza *Fuentes Carrionas* para la próxima temporada cinegética. Así, se propuso la caza selectiva de 100 ejemplares de ciervo macho y 180 de ciervo hembra, y los cupos de ca-

za y calendarios para ciervo, rebeco, jabalí, lobo y perdiz roja. El total se concederán permisos para 16 ciervos trofeo, 61 ciervos no medallables, 4 rebecos trofeo macho, 16 rebecos no medallables macho, 9 rebecos hembra no medallables, 2 corzos trofeo, 46 jabalíes y 24 perdices roja.

En el informe se recogen, igualmente, las actuaciones de la Consejería de Medio Ambiente de la Institución Regional llevadas a cabo en la Zona de Influencia Socioeconómica de la Reserva Regional de Caza *Fuentes de Carrionas* durante 2010 con inversiones de 197.884 euros para diez proyectos.

Paralelamente se apoyaron otros ocho proyectos por valor de 158.307 euros cuyas obras tienen un plazo de ejecución hasta el mes de mayo de 2012.



La caza en Fuentes Carrionas genera unos ingresos de 134.000 euros

La junta consultiva de la reserva propone la batida selectiva de 100 ciervos machos y 160 hembras

EL NORTE

PALENCIA. La actividad cinegética en la Reserva Regional de Caza Fuentes Carrionas reportó a la Junta de Castilla y León unos ingresos de 134.000 euros durante el pasado año. Así se recoge en la memoria de actividades de este espacio, dada a conocer ayer en la sesión de la junta consultiva de la reserva.

En la reunión, presidida por el delegado de la Junta, José María Hernández, también se dio a conocer el plan técnico anual para la temporada 2011-2012, en el que se propone la caza selectiva para 100 ejemplares de ciervo macho y 180 de ciervo hembra, así como los cupos de caza y calendarios para ciervo, rebeco, jabalí, lobo y perdiz roja.

Además se propone el reparto de permisos de caza de las diferentes especies cinegéticas en las distintas modalidades. El número de permisos que se propone es de 16 para ciervo trofeo, 61 para ciervo no medallable, cuatro para rebeco trofeo macho, 16 para rebeco no medallable macho, nueve para rebeco hembra no medallable, dos para corzo trofeo, 49 para jabalí y 24 para perdiz roja.

En cuanto al plan de aprovechamiento cinegético se propone los cupos de caza y los calendarios para las siguientes especies: ciervo, rebeco, jabalí, lobo y perdiz roja.

El periodo de caza para el ciervo será del 1 de mayo al 31 de julio de 2011; para el rebeco, del 1 de mayo



El delegado la Junta, en el centro, ayer, durante la junta rectora del parque natural. **EL NORTE**

al 15 de julio, y del 1 de octubre al 15 de noviembre. Para el ciervo trofeo, del 12 de septiembre al 31 de octubre; para el jabalí, lobo, perdiz roja y ciervo macho selectivo, se seguirá la Orden Anual de Caza. Para

el ciervo hembra de control poblacional, el periodo de caza será del 1 de noviembre de 2011 al 15 de febrero de 2012.

En el informe se recogen las actuaciones de la Consejería de Medio

Ambiente de la Junta llevadas a cabo en la zona de influencia socioeconómica, con inversiones en 2010 de 197.884 euros para diez proyectos desarrollados en otras tantas localidades.

También se han aprobado en la junta consultiva otros ocho proyectos para el mismo número de localidades por valor de 158.307 euros. Las obras tienen un plazo de ejecución hasta mayo de 2012.

La Junta invierte 1,5 millones en el área de influencia del parque natural

EL NORTE

PALENCIA La Junta invirtió el año pasado 1.520.632 euros en proyectos del área de influencia del Parque Natural Fuentes Carrionas Fuente Cobre-Montaña Palentina, según se informó ayer en la sesión de la junta rectora. En este capítulo el inversor destacan las actuaciones

contratadas por la Consejería de Medio Ambiente, por importe de 289.672 euros, y los gastos de la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León en el mantenimiento de la Casa del Parque y otros proyectos desarrollados por la entidad, por importe de 800.415 euros.

Las inversiones no incluyen las

actuaciones de otros organismos, como es el caso de la entidad financiera Caja de Burgos.

Durante 2010 se han certificado 16 actuaciones de las 20 concedidas en el ejercicio anterior de 2009. Los recursos destinados a realizar obras de adecuación del entorno rural a través de subvencio-

nes a particulares y asociaciones ascienden a 52.486 euros.

Por otro lado, en el parque natural se mejoró el resultado de la auditoría realizada en torno a la norma 'Q' de Calidad Turística otorgada por el Instituto de Calidad Turística Española. Se trata de una distinción pionera en su ámbito que establece los requisitos que debe cumplir un espacio natural protegido en cuanto a las instalaciones y equipamientos, así como en todos los procesos para la prestación de un servicio de calidad de uso público.

DATOS CINEGÉTICOS

Calendario de Caza

► **Corzo.** Del 1 de mayo al 31 de julio.

► **Rebeco.** Del 1 de mayo al 15 de julio y del 1 de octubre al 15 de noviembre.

► **Ciervo trofeo.** Del 12 de septiembre al 31 de octubre.

► **Ciervo hembra.** (Control poblacional), del 1 de noviembre al 15 de febrero del 2012.

► **Jabalí.** Según orden anual de caza, al igual que el lobo, la perdiz roja y el ciervo macho selectivo.

Control selectivo

► **Rebecos:** Los celadores de Medio Ambiente eliminaron 15 ejemplares.

► **Ciervos:** 37 ejemplares.

► **Hembras de ciervo:** 11.

► **Zorros:** 30.

La gastronomía se viste de reclamo turístico

125 restaurantes valencianos servirán menús a 20,11 euros

La oferta para degustar varios platos se podrá adquirir con bonos prepago, abarcará toda la Comunitat y durará de abril a diciembre

■ FERNANDO MIÑANA

VALENCIA. Los hosteleros valencianos intentan saltarse la crisis propulsados por el ingenio. Cuina Oberta dará paso, en abril, al Proyecto 20,11 (que en 2012 será 20,12 y, así, sucesivamente si cuaja la iniciativa), una oferta de menú degustación por 20,11 euros que se diferencia de Cuina Oberta por su ámbito, que abarca toda la Comunitat Valenciana, y su duración, pues se prolongará entre abril y diciembre.

También varía la forma de llegar a la mesa, mediante un bono prepago, a 20,11 euros, con el IVA incluido y la elección por parte del restaurante de si incluye o no la bebida. Los hosteleros, que cuentan con el respaldo de la conselleria de Turismo, pretenden que la comida se convierta en un cebo, o un incentivo, para los turistas.

Y han dado este paso impulsados por un estudio de la Cámara de Comercio de Valencia, que realizó un perfil de quienes nos visitan en el aeropuerto y concluyó que la gastronomía es uno de los factores que determinan la calidad turística de la ciudad. Además, este apartado fue el único que mejoró las expectativas que tenían antes de su viaje. Y Turismo Valencia da una vuelta de tuerca al apuntar que la oferta de restauración es 'buena' o 'excelente' en un 90,8 por ciento de los casos, por encima, incluso, del infalible sol y playa.



Algunos de los platos que ofrecerá Palace Fesol. ■ LP

Ya son 125 los restaurantes que se han adherido a este Proyecto 20,11: 27 de Castellón, 84 de Valencia y 14 de Alicante. La Federación Empresarial de Hostelería de Valencia y la conselleria de Turismo han filtrado la participación a través de unos requisitos y criterios de calidad, como el dominio de varios idiomas, la traducción de las cartas o el uso de las nuevas tecnologías. Aunque, en realidad, han entrado en el mismo saco referentes gastronómicos con restaurantes del montón.

Una comida, un regalo

La finalidad que persiguen los restauradores es convertir el 20,11 en un producto turístico. De hecho va dirigido principalmente a los operadores para su comercialización: agencia de viajes, congresos, eventos deportivos o páginas web. Es decir, que del mismo modo que se reserva con anticipación un vuelo o un hotel, se podrá comprar por adelantado una comida. O regalarla, como sucede ya con la comercialización de visitas a bodegas o similares, que se pueden comprar, empaquetadas, en unos grandes almacenes y hasta en librerías.

La propuesta no estará formalmente en marcha hasta abril. Pero ya se ha puesto en circulación y el producto 20,11 será promocionado en la Feria Internacional de Turismo de la Comunitat Valenciana (de viernes a domingo en Feria Valencia), donde se sortearán los 50 primeros cupones gratuitos.

De esta forma se pretende reforzar la buena imagen de la gastronomía valenciana fuera de sus fronteras porque, como resalta una encuesta del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), el 76,27% de los viajeros conceden 'mucho' o 'muchísima' importancia al papel de la gastronomía en la elección de un destino. Y 125 restaurantes valencianos se ha propuesto demostrar que, además de grandes paellas, en sus fogones se cocinan platos tan variados como exquisitos.



►► La localidad tiene un sinfín de atractivos que complementan a sus playas.



►► Imagen virtual del stand de Orpesa en la feria.

Eventos de interés para el año 2011



→ Orpesa ha creado un red de eventos, festivales, actividades culturales y turísticas, fiestas que, realizados a lo largo de todo el año, se van a promocionar en TCV para constatar la alternativa a la actividad de sol y playa y que son una realidad. Entre los eventos destacan: Orfim (Festival Internacional de Música de Orpesa del Mar); Festival Internacional de Títeres; Festival Nits de Música; Cienestival '11 (Cine en las playas de Orpesa del Mar); Día del Turista (Concierto y castillo de fuegos artificiales acuático en la Playa del Concha).

→ A ellas hay que unir las fiestas de Sant Jaume (julio) y la Virgen de la Paciencia (octubre); San Juan y San Pedro; recorridos guiados por zonas de interés cultural; dinamización del casco antiguo; recorridos poéticos; actividades de animación infantil en playa cada día; actividades deportivas para adultos en las playas cada día; visitas guiadas al Castillo Torre del Rey; Ciudad de los Anticuarios (Museos del Naípe, Hierro y Naturhiscope).

Una oferta completa y variada

Orpesa, ejemplo de desarrollo global y destino de excelencia

Unas completas guías y las nuevas tecnologías sirven para mostrar el atractivo de la localidad

Noemí González

Orpesa participa con un stand propio en la feria para presentar una oferta que se ha convertido en una de las más completas.

En este espacio, los visitantes encontrarán un novedoso material gráfico que incluye las guías turísticas municipales, de playas y calas (novedad 2011), del casco antiguo, de la Vía Verde del Mar, de alojamientos y servicios, cartelera de playas, rutas de senderismo, plano turístico y actividades medioambientales, que consolidan a Orpesa como ejemplo de desarrollo global y de destino turístico de excelencia.

atractivos

El municipio aúna salud, gastronomía, deporte, calidad hotelera y playas

Asimismo, el stand contará con un nuevo servicio de descarga de información para móviles a través de tecnología bluetooth, un sistema que permitirá a cualquier visitante contar con la información más actualizada, y que se instalará pronto en las oficinas de turismo locales.

Además, la web municipal destaca por su apartado turístico con información general de alojamientos, restauración, guía de servicios, transporte y ocio, deporte y naturaleza, servicio meteorológico, alrededores y agenda de novedades.

ESPACIO FUNCIONAL

El stand, de 30 m2 y concebido para la participación empresarial, posibilita el contacto directo con visitantes y profesionales, y será atendido por funcionarios del Ayuntamiento. Asimismo, el alcalde, Rafael Albert, estará presente en para apoyar la promoción y asistir a diversas reuniones de trabajo.

Cabe señalar que el departamento de turismo apuesta en TCV 2011 por reforzar la importancia del municipio como destino de excelencia, impulsando propuestas alternativas y complementarias que ofrezcan un mayor atractivo, ampliando las actividades y eliminando las barreras arquitectónicas.

En este sentido, la oferta de alojamiento de Orpesa refuerza la imagen de la población gracias a sus hoteles de 5, 4, 3, 2 y 1 estrella, campings de primera y segunda categoría y apartamentos turísticos. A ello hay que unir una inigualable

oferta de restauración, con más de 160 establecimientos de gastronomía mediterránea combinada con la mejor cocina tradicional.

Del mismo modo, el turismo de salud se ha convertido en referente internacional dentro de la oferta del municipio con el Balneario Científico de Agua Marina Marina d'Or, con 40.000 m2 de instalaciones en las que el visitante se beneficia de las propiedades del agua marina, fuente de belleza, salud y bienestar.

El turismo deportivo también es clave, por el completo equipamiento del que dispone y que tiene como base el Puerto Deportivo con capacidad para más 700 amarres.

Finalmente, las playas son garantía de calidad y gestión medioambiental gracias a los galardones de Bandera Azul, la certificación ISO 14001, la Q de calidad y la Q de Qualitur que ondean en ellas. ■

Un original sorteo para promocionar la presencia de la localidad en Facebook

→ Orpesa colocará en una de las paredes de su stand en la feria de Valencia un botón de 'Me Gusta' gigante (réplica del botón de Facebook a un tamaño de 1,00 m x 30 cm), que los turistas que se acerquen a este espacio podrán pulsar. Junto al botón se ha replicado la barra de estado de Facebook. Los participantes deberán escribir una

original frase y hacerse una foto, que se subirá a la página web de Orpesa en Facebook para que voten los seguidores. Resultará ganadora aquella instantánea que más 'Me Gusta' reciba. El plazo para las votaciones 'online' finalizará el 11 de marzo y el ganador recibirá un Netbook de 10 pulgadas Packar Bell Dots con 160 GB de disco duro.



25-Feb-2011

ESPACIO: 480 cm2

PORCENTAJE: 42%

PERIODICIDAD: Diario

ENRIQUE P. ETCHEVERRÍA ■ Jefe de gestión de calidad de Turgalicia

“Estos distintivos dan credibilidad, sobre todo para el turista”

El responsable de Turgalicia anima a los establecimientos sanxenxinos a diferenciarse de los demás en época de crisis

T. MEDRANO ■ Sanxenxo

FICHA PERSONAL

■ Pérez Etcheverría es el máximo responsable del área de gestión de calidad de Turgalicia. Durante su intervención en la jornada técnica sobre la calidad del sector, celebrada ayer en Sanxenxo, defendió la marca Q como apuesta de futuro.

dana, todos los ámbitos que puedan impactar sobre el visitante, cerrando el círculo en torno a su percepción.

—¿Podemos decir entonces que Sanxenxo es un destino de calidad para las vacaciones?

—Sí lo es, y además es uno de los ayuntamientos que más han apostado por mantener vivo el sistema, al que se le va a dar continuidad porque tanto los empresarios como el concello creen en ello. Hay un convencimiento de que esto tiene que ir creciendo, pero en la medida de lo posible habría que incorporar a los ciudadanos porque es un modelo al que se tiene que in-

corporar todo el mundo.

—¿Qué perspectivas tiene para el sector de cara a un verano que parece estará marcado por la crisis económica y el descenso en el número de viajeros?

—Lo cierto es que no son momentos fáciles, pero son los buenos para implantar este tipo de cuestiones de calidad, sobre todo por la tipología de las empresas, que al ser pequeñas y muy familiares se saturan con facilidad.

—¿Qué aconseja a los empresarios turísticos en este contexto, contando además con la fuerte competencia que existe en el municipio?

—Que se diferencien de los demás, ser buenos no porque lo digamos nosotros sino porque los demás lo vean y lo crean, y esto se hace con este tipo de distintivos, que te van a diferenciar en el mercado y te ayudan a sobrevivir.

—¿Es el distintivo SICTED el primer paso para obtener la Q de Calidad Turística?

—Estos reconocimientos no tienen que convertirse todas ne-



López Etcheverría ofreció ayer una conferencia Sanxenxo. // G. S.

cesariamente hacia la Q, porque muchas categorías no tienen una norma UNE (que rige la implantación de los sistemas de calidad), pero es un paso muy importante. Me gustaría que muchas sí se recondujesen, sobre todo las que llevan dos o más años y a las que las buenas prác-

ticas se les pueden haber quedado pequeñas. El primer paso ya lo tienen superado, la parte documental que es la más farragosa, a partir de ahí hay que mantener la constancia y los controles, que son más exigentes, como también lo son el control y el seguimiento del proceso.

Turgalicia estuvo ayer presente, de la mano de su responsable de calidad Enrique Pérez Etcheverría, en la jornada técnica del turismo que precedió a la entrega de los certificados SICTED, que acreditan la calidad de los establecimientos de la localidad. Durante su análisis del sector, el responsable de las evaluaciones, animó los empresarios a emprender el camino hacia el siguiente escalón, la Q de Calidad Turística, que lucen ya varios hoteles de alta categoría del concello que, según aseguró, “son los punteros, los que van a tirar del carro y a dinamizar el sector”.

—¿Qué supone para el concello la concesión de estos distintivos?

—Son muy importantes porque se trabaja con un modelo de gestión integral que da credibilidad sobre todo para el turista, ya que se asegura la satisfacción en el propio destino por su horizontalidad, que recoge desde los taxis a la seguridad ciuda-



25-Feb-2011

ESPACIO: 306 cm2

PORCENTAJE: 27%

PERIODICIDAD: Diario

La Xunta destaca los avances experimentados por el sector hostelero en materia de competitividad

Carmen Pardo ofrece apoyo para avanzar en la implantación del distintivo "Q" de Calidad Turística

M. MÉNDEZ ■ O Salnés

La secretaria xeral para o Turismo, Carmen Pardo, acudía ayer a O Salnés para hacer una nueva apuesta por la competitividad y la calidad, y para alabar el esfuerzo realizado ya por un sector como el hostelero, que representa uno de los principales motores económicos de la comarca.

Fue en Sanxenxo, donde Carmen Pardo clausuró una jornada técnica en la que, una vez más, animó a los restauradores y hosteleros a implantar la Calidad Turística mediante la consecución del distintivo Q, como el

que lucen ya desde hace muchos años establecimientos como el groense Bosque Mar, un hotel situado en Reboredo que, con Servando Garrido al frente, fue de los primeros en obtener ese distintivo.

Precisamente ayer se hablaba de esos certificados Q. Carmen Pardo aprovechó este foro para defender el papel del sistema SICTED, "que pretende alcanzar un nivel de calidad homogéneo en los servicios ofrecidos al turista dentro de un mismo destino".

Al tiempo que alabó el buen momento del sector, la secretaria xeral sentó las bases de la es-



Servando Garrido, gerente del Bosque Mar, y Carmen Pardo.

trategia futura, en la que está previsto incluir propuestas de estímulo a las iniciativas de certificación y acreditación de calidad.

Incluso abundó en la importancia de la discriminación positiva aplicada a los establecimientos y servicios que disponen de la Q de calidad o que quieren lograrla. Una discriminación positiva de aplicación por la Administración en las órdenes de ayudas económicas convocadas para el apoyo a los segmentos de turismo activo, aventura y actividades de ocio y tiempo libre, pero también para los campamentos de turismo, agencias de viaje, mejora de hoteles, restaurantes y balnearios.

Tal es así que en el momento de concederse una ayuda se valora que el solicitante disponga de la Q o de algún distintivo semejante que avale la calidad.



Oropesa del Mar muestra en su stand sus nuevas guías y una gran oferta turística

Esta localidad costera se lanza también a la red y permite descargar información en los móviles a través de bluetooth además de organizar un concurso a través de la popular red social de Facebook donde tan sólo hay que decir "Me gusta"

S. C.
Castellón

Oropesa del Mar participa de nuevo en la séptima edición de la Feria Internacional de Turismo Comunidad Valenciana con un stand propio de 50 metros cuadrados donde presenta su destacada oferta cultural y artística que se complementa con un novedoso material gráfico.

En este sentido, la novedad de este año es la guía de playas y calas que se ha editado. La página web también tiene una importante presencia en el stand. Destaca por su apartado turístico con información general de alojamientos, restauración, servicios, ocio y agenda, entre otros.

Y, por supuesto, la aplicación de las nuevas tecnologías a la promoción turística también tiene una presencia destacada. El stand cuenta con un nuevo servicio por el que, a través de bluetooth, se pueden descargar las guías turísticas municipales y la información turística. Una iniciativa que próximamente se instalará en las oficinas de turismo de Oropesa del Mar. Todo ello unido a una gran oferta de eventos y actividades culturales y turísticas.



La playa de la Concha es uno de los grandes atractivos turísticos de esta localidad que, además, organiza grandes eventos.

OROPESA DEL MAR... ME GUSTA

■ SORTEO EN FACEBOOK

Oropesa del Mar sorprende en su stand con un botón de "Me Gusta" gigante, réplica exacta del famoso botón de Facebook, que puede ser pulsado y un marcador contabiliza el número de fan que es cada persona. Además, los participantes deben escribir una original frase y hacerse una foto que será subida a la página de Oropesa del Mar en Facebook. Ganará la que más "Me Gusta" reciba. Las votaciones on-line son desde hoy al 11 de marzo y el ganador, que debe ser seguidor de la página de Facebook del municipio, ganará un Netbook de 10 pulgadas Packard Bell Dots con 160 GB.



Bello rincón de la costa.

LA CALIDAD SE ESCRIBE CON Q

Oropesa del Mar trabaja por la obtención de galardones y certificados unidos a la calidad que han mejorado los servicios de la localidad. Fruto de ese esfuerzo puede presumir de tener una larga lista de certificaciones que lo avalan:

- ✓ Bandera Azul en sus principales playas
- ✓ ISO 14001 en todas las playas
- ✓ Galardón Qualitur en todas sus playas
- ✓ Q de Calidad en la playa de la Concha
- ✓ Q de Calidad en Tourist Info Oropesa del Mar



26-Feb-2011

ESPACIO: 115 cm2

PORCENTAJE: 9%

PERIODICIDAD: Diario

Q de Calidad para La Tahona de Lerín



La Casa Rural La Tahona de Lerín ha obtenido la Q de Calidad, máximo distintivo de calidad que otorga el Instituto de Calidad Turística del Estado, que se suma al máximo distintivo que otorga el Gobierno de Navarra, la Tres Hojas, calificación que La Tahona logró ya para su inauguración, en abril de 2009. Impulsada por **Nieves Cruz** y **Alfredo Castillo**, La Tahona se erige en una antigua casa de la que conserva numerosos elementos.



26-Feb-2011

ESPACIO: 314 cm2

PORCENTAJE: 25%

PERIODICIDAD: Diario

La oficina de turismo recibe la 'Q' de calidad

El municipio cuenta con otros dos distintivos a la calidad turística que se concedieron a las playas de Las Delicias y La Colonia

:: P. W. R.

ÁGUILAS. La oficina de turismo acaba de recibir la 'Q' de calidad por la excelencia y fiabilidad de sus servicios de atención al ciudadano. Ésta es la tercera distinción de estas características que recibe el municipio en los últimos meses, ya que cuenta con otras dos concedidas a las playas de Las Delicias y la de La Colonia.

El acto de entrega estuvo presidido por el alcalde, Juan Ramírez, que valoró de manera positiva el trabajo realizado por las funcionarias municipales de Turismo y destacó que Águilas cuenta actualmente con tres 'Q' de calidad, así como con ocho banderas azules.

En la entrega también estuvo la directora general de Turismo de la Comunidad Autónoma, Marina García, que halagó la larga trayectoria de la oficina, inaugurada en noviembre de 1980, y recordó que «en 2006 ya obtuvo el premio a la 'Mejor ofi-

cina de la Región' por la eficacia, la rapidez de respuesta y la profesionalidad de sus trabajadores».

Y añadió que «con ésta ya son siete las oficinas de Turismo de la Región certificadas con el distintivo». Además, concretó, «ésta concesión sitúa a Águilas con un total de tres entidades públicas reconocidas con la 'Q', siendo las dos restantes dos playas del municipio, las de Las Delicias, y la de La Colonia».

En la Región de Murcia 105 establecimientos gozan ya de la distinción 'Q' de calidad turística, entre empresas privadas y entidades públicas, habiéndose situado como un referente nacional por su compromiso en implantación de sistemas de gestión de calidad, según detalló el presidente regional para la Calidad Turística Española (Icte), Manuel Barón, que también acudió a la entrega del reconocimiento.

La concejal de Turismo, Clara Valverde, señaló que el distintivo ha sido posible gracias al trabajo de todos, y dijo que «debe ser una labor continua, ya que vivimos en un municipio eminentemente turístico y tenemos que seguir luchando para ofrecer un servicio excelente y fiable». Y animó a los empresarios a que también trabajen para conseguir el distintivo de calidad.



Clara Valverde, Juan Ramírez, Marina García y Manuel Barón. :: LV



27-Feb-2011

ESPACIO: 312 cm2

PORCENTAJE: 27%

PERIODICIDAD: Diario



► El stand de Oropesa ha recibido la visita de la consellera Belén Juste.

Oropesa capta nuevos turistas valencianos

► Más de 300 personas se hacen fan de la página de Oropesa en el primer día

D. G.
especiales@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

Oropesa del Mar ha dado por satisfecho el principal objetivo por el que ha participado en la Feria de Turismo que se celebra en Valencia hasta hoy: dar a conocer su oferta a nuevos visitantes valencianos y suscitar el interés de empresarios, y realiza un original sorteo para promocionar su presencia en facebook: el ganador se llevará un Netbook Packard Bell de regalo. En el primer día de Feria, más de 300 personas se han hecho fan de la página de Oropesa.

Desde el consistorio explicaron que el 20% de los turistas que se acercan cada año a la localidad proceden de la Comunitat Valenciana, por lo que se trata de un público muy importante. "En ocasiones, algunos municipios olvidan promocionar sus atractivos turísticos entre el público más cercano, sin embargo, el consistorio de Oropesa tiene muy claro que el de la

Comunitat Valenciana supone un alto porcentaje en el cómputo total de visitantes".

Así, los valencianos se acercan principalmente en escapadas de fin de semana o en Semana Santa por lo que "valoran especialmente la oferta cultural y de ocio". Hay que recordar que Oropesa del Mar, ha creado un red de eventos, festivales, actividades culturales y turísticas, y fiestas que configuran una completa alternativa a la actividad de sol y playa. Entre ellos destacan el Orfim (Festival Internacional de Música de Oropesa del Mar); el Festival Internacional de Títeres; el Festival Nits de Música; Cinestival'11 (Cine en las playas de Oropesa del Mar); el Día del Turista (Concierto y castillo de fuegos artificiales acuático en la Concha); y fiestas como la de la Virgen de la Paciencia o la de San Juan, entre otras.

Una oferta que protagonizan los hoteles de 5, 4, 3, 2 y 1 estrella con los que cuenta el municipio; campings de primera y segunda categoría; apartamentos turísticos; el puerto marítimo con capacidad para más de 700 amarres; más de 160 establecimientos de restauración; el Balneario de Marina d'Or; y playas galardonadas con banderas azules, la certificación ISO 14001, la Q de Calidad y la Q de Qualitur. ■



Noticias con de Calidad

Instituto para la Calidad Turística Española, ICTE

Marzo 2011

Firma del Plan anual de actuación 2011

El Gobierno y la Asociación Nacional de Balnearios firman un convenio para promocionar los balnearios con "Q de Calidad"

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio promocionará los balnearios certificados con la "Q de Calidad" en los principales mercados emisores de turismo hacia nuestro país de la mano de la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL) y la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR).

Las actuaciones se enfocarán hacia mercados emisores como Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Países Bajos, Portugal, Bélgica, Austria y Suiza.

Se realizará promoción de aquellos balnearios que ostentan la Q de calidad turística.

El secretario general de Turismo y Comercio Interior, Joan Mesquida, firmó el pasado 8 de Febrero, el Plan anual de actuación 2011 para la promoción internacional del producto turístico "Balnearios de España", junto con el presidente de ANBAL, Miguel Mirones y el presidente de SEGITTUR, Javier Bustamante.

La firma de este plan de actuación, que requerirá de una inversión máxima de 71.000 euros por parte de Turespaña, contri-

buirá a reforzar el posicionamiento del turismo de salud, a través de los balnearios certificados con la Marca "Q", en los mercados de interés prioritario para este producto: Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Países Bajos, Portugal, Bélgica, Austria y Suiza.

Esta promoción se realizará mediante viajes de familiarización dirigidos a agentes de viajes y turoperadores para dar a conocer estos balnearios en los mercados arriba señalados, así como a los medios de comunicación especializados.

Principales actuaciones:

—Presencia online de ANBAL a cargo de Turespaña a través de SEGITTUR, en la página web www.spain.info.

—Material impreso y audiovisual: Turespaña editará un folleto promocional impreso y digital que distribuirá a los balnearios y la red de Oficinas de Turismo en el Exterior.

—Participación en ferias: ANBAL participará en el stand de Turespaña.

—Viajes de prensa: Turespaña atraerá a periodistas para dar a conocer este producto.

—Viaje de familiarización de turoperadores y agentes de viajes. Se celebrará un *famtrip* procedente del mercado alemán.

—Marketing directo: Turespaña se compromete a realizar acciones de *marketing* directo de los balnearios certificados.

En España existen un total de 36 balnearios con la Q de calidad turística. En 2010, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio realizó acciones de promoción del producto turístico balneario para 2.709 agentes de viajes, llegando a un total de 117.119 consumidores finales.

Apuesta por la diversificación y desestacionalización de la oferta

A través de la Secretaría General de Turismo, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio viene apoyando la promoción del turismo de salud desde el año 2006, cuando se firmó el primero de los acuerdos de cooperación para el desarrollo y promoción turística de los balnearios de España.

Cada año se firma un plan de actuaciones de la promoción de un producto referente de la calidad turística española. La promo-



Miguel Mirones, Joan Mesquida y Javier Bustamante, en la firma del convenio.

ción del turismo de salud contribuye a diversificar y desestacionalizar nuestra oferta y cuenta además con un elevado potencial de crecimiento en los mercados internacionales, según señaló el Secretario General de Turismo y Comercio Interior, Joan Mesquida.

El presidente de ANBAL indicó que la firma de este conve-

nio significa "un paso más en la apertura de los Balnearios Españoles hacia Europa". "Se trata de un mercado, que aunque hoy en día no significa un porcentaje importante en nuestro volumen de negocio, desde el sector consideramos que tiene un potencial de crecimiento muy importante", señaló.

La Marca "Q" cada vez más conocida según la encuesta sobre calidad percibida

Cerca de un 40% de los viajeros identifican el valor de la "Q"

El valor de la Marca "Q" cada vez es más reconocido por los viajeros, así lo demuestra la encuesta sobre calidad percibida que realiza el Instituto para la Calidad Turística Española anualmente en dos oleadas, donde se aprecia el incremento y la notoriedad de la Marca, que sube casi 10 puntos en dos años.

Este importante crecimiento ha sido debido, en parte, a la promoción que desde distintas administraciones, nacionales y autonómicas principalmente, así como empresas certificadas, hacen a favor de la "Q" y lo que representa para el usuario final.

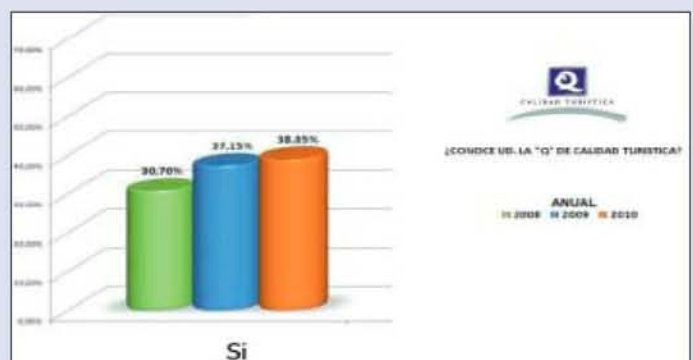
Los viajeros reconocen en el distintivo una garantía de calidad en los servicios de los distintos sectores que cuentan con normas turísticas. Los hoteles, restaurantes, casas rurales y playas, por este orden, son los sectores más reconocidos por los usuarios.

La encuesta sobre calidad percibida, es uno de los ejes fundamentales de actuación del Plan de Turismo Español Hori-

zonte 2020. Este programa, que fue aprobado en la anterior legislatura, cuenta con el apoyo tanto de la administración central, como de las Comunidades Autónomas y el sector empresarial.

Por un acuerdo establecido entre el ICTE y la Secretaría General de Turismo, es el instituto quien realiza la encuesta entre los viajeros españoles que disfrutan de destinos nacionales, y la SGT, a través del Instituto de Estudios Turísticos, quien se encarga de realizar la encuesta entre los turistas extranjeros que visitan nuestro país.

Las encuestas, realizadas a 6.000 personas, de 2008 a 2010, da como resultado cerca de 50.000 gráficos diferentes, mostrando entre otros aspectos, el comportamiento del viajero sobre los diferentes productos y servicios turísticos, así como sus costumbres de viaje, la forma en que han elegido su destino, cómo han contratado sus vacaciones o elegido su lugar de descanso.



El análisis de estos datos ofrece a los diferentes agentes orientar su política turística, o sus acciones de promoción, ya que permiten

conocer mucho mejor la visión de los clientes sobre nuestro producto turístico, sus hábitos o lo que echan en falta en los diferentes destinos.



Semana del 28 de Febrero al 6 de Marzo de 2011

NEXOTUR / 17

APPLUS+ y el Instituto para la Calidad Turística Española firman un convenio para auditar la Marca "Q"

En adelante, la multinacional española realizará auditorías para la concesión del certificado con la marca "Q" Calidad Turística, que ya distingue a más de 2.300 establecimientos.

Applus+, la multinacional española líder en ensayo, inspección, certificación y servicios tecnológicos y una de las diez primeras del sector a nivel mundial, y el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) han suscrito un convenio en virtud del cual la compañía con sede en Barcelona realizará auditorías para la concesión, renovación y seguimiento de la Marca "Q" Calidad Turística, uno de los distintivos más prestigiosos de servicios y productos turísticos en nuestro país.

Más de 2.300 establecimientos turísticos en España cuentan ya con la acreditación "Q" que, desde su implantación en el año 2000, aporta prestigio, fiabilidad y rigor a los establecimientos y actividades certificadas, además de orientar la elección de compra del consumidor y ser un elemento diferenciador de la competencia. En palabras de Jorge Lluch, Senior Vicepresidente de Applus+, el acuerdo permite a la multinacional "dar un paso importante en la ampliación de servicios ofertados al sector turístico, uno de los más relevantes en términos económicos en nuestro país, así como dar una respuesta aún más integral a las necesidades de muchos de nuestros clientes".

Para el Director General del ICTE, Fernando Fraile, "la firma de este acuerdo con una empresa del prestigio y profesionalidad de Applus+, su-



Firma del Convenio.

pondrá un crecimiento importante en certificaciones de calidad turística que consolidarán aún más nuestro propio sistema". El ICTE amplía así el campo de la auditoría con empresas independientes, las únicas acreditadas por el Instituto para desarrollar los trabajos de auditoría de todas las normas de calidad turística avaladas por la Marca "Q" Calidad Turística.

Por su parte, el sector turístico ha acogido positivamente la suscripción de este acuerdo. En este sentido, Víctor Bañares, Director General de Marketing y Comunicación de Orizonia, uno de los mayores grupos turísticos de nuestro país, ha considerado una excelente noticia "la mayor implantación de la marca "Q" Calidad Turística que derivará sin duda del convenio entre el ICTE y Applus+, puesto que esta certificación supone un elemento clave para la mejora en términos de calidad y profesionalización del sector turístico en España".

Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña los destinos preferidos por los turistas españoles

Descienden entre los españoles los viajes al extranjero

Nuestra forma preferida para viajar es en pareja

Últimos datos de la encuesta sobre calidad percibida

Los destinos preferidos de los españoles durante 2010 siguen siendo un año más las comunidades de Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña, según los datos de la última encuesta sobre calidad percibida que elabora anualmente el Instituto para la Calidad Turística Española en dos oleadas, que sitúa a estas comunidades con un 17,5%, 11,5% y 8,5% respectivamente, en los primeros lugares elegidos para viajar.

El efecto del Xacobeo posiciona a Galicia en cuarto lugar, con un 7,65%, mientras que Madrid continúa creciendo hasta un 4,75% frente a un 3,65% y 3% de años anteriores.

Baleares, Canarias y Cantabria incrementan sus porcentajes hasta alcanzar cerca de un 4%, frente al 2,6% obtenido en 2008 y 2009.

En general aumentan todas las Comunidades Autónomas, excepto Aragón, Extremadura y Murcia.

Los viajes al extranjero descienden 9 puntos y se sitúan en el registro más bajo de los últimos tres años, con un 15,15%.

Las costas españolas continúan siendo el destino preferido

Las costas españolas siguen siendo el destino preferido por los españoles, pese a haber descendido 3 puntos respecto al año ante-



rior, sin embargo aumentan los que prefieren motivos culturales o ciudades, al igual que las opciones de descanso y salud que crecen sensiblemente. Por el contrario la elección de las islas y el turismo rural siguen disminuyendo.

La forma preferida de viajar para los españoles es en pareja, aumentando esta opción cada año, mientras que viajar solo sigue decreciendo.

Los viajes de familia se estabilizan, siendo el grupo de 4 personas lo más habitual, con un 34,41%, seguido del de 3 personas con un 29,17%, mientras que los grupos muy numerosos sufren un ligero aumento respecto a años anteriores.

La modalidad preferida para nuestro descanso son los viajes de 8 a 15 días, fines de semana y

puentes, aunque continúan descendiendo. Por otro lado asciende a un 26,75% los viajes de "una semana", aumentando 2 puntos frente al año anterior.

Disminuye el gasto turístico

El gasto por persona y día en el destino turístico disminuye levemente para los que gastan de 0 a 100 euros, de 69,65% en 2009 a 68,61% en 2010, continuando como la cifra más común en el gasto.

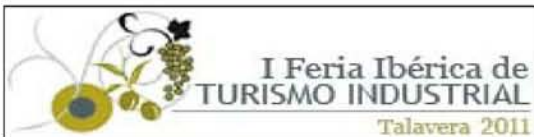
Por el contrario el 26,13% gasta de 101 a 300 euros/ persona y día, creciendo 1,13% respecto al año anterior.

La relación calidad-precio del destino turístico continúa teniendo una buena valoración, cerca del 80% lo reconocen como excelente y notable, con cifras muy similares al año anterior.

El ICTE presenta las iniciativas internacionales en la I Feria ibérica de turismo industrial en Talavera de la Reina

El pasado viernes 11 de febrero, el Instituto para la Calidad Turística Española participó junto a otras instituciones, profesores universitarios, operadores turísticos y otros expertos nacionales y europeos, invitados por la Cámara de Industria y Comercio de Toledo, en la presentación de la nueva actividad y panorama internacional respecto a ISO, a raíz de la decisión nacional del comité AEN/CTN 302 cuya secretaría gestiona el Instituto.

El ICTE anunció que los trabajos de normalización sobre la futura norma nacional UNE para el Turismo industrial, cuya marca de referencia será la Q de Calidad, finalizará este año y se empezarán posteriormente



los trabajos de redacción de la futura norma ISO cuya secretaría también la desempeñará el ICTE. La participación del sector empresarial dentro del comité ha sido fundamental así como de las diferentes figuras de la administración tanto nacional, autonómica o local e instituciones como la propia Cámara de Toledo, el Consejo superior de Cámaras, entre otras o las propias universidades como la

Universidad de Sevilla, que coordina el grupo de trabajo encargado de la redacción del futuro texto.

El Instituto para la Calidad Turística Española, como representante sectorial en materia de Calidad, ha dotado de todos los medios técnicos al alcance junto con AENOR para que los trabajos de redacción se trasladen también al ámbito ISO, cuyo comité madre es el ISO TC 228.

El Director General del ICTE participó en la Jornada de Calidad Turística celebrada en Córdoba

La jornada, que tuvo lugar el pasado 9 de febrero en el Alcázar de los Reyes Cristianos de Córdoba, contó con la participación del Director General del ICTE, Fernando Fraile García, que acercó de primera mano a los empresarios y público general allí reunidos, el Sistema de Calidad Turística Español y la Marca "Q de Calidad Turística".

En la jornada, que fue inaugurada por el Alcalde y Presidente del Consorcio de Turismo de Córdoba, Andrés Ocaña, también intervinieron la Directora General de Calidad, Innovación y Prospectiva Turística de la Junta de Andalucía María Sandra García Martín, la Jefa del área de



Fernando Fraile García, en la Jornada.

Calidad y Desarrollo Tecnológico de Turespaña, Susana Mayo Rodríguez y el Secretario General de la FEHR, Emilio Gallego Zuazo, entre otros.

Nuevo curso de formación para Consultores

Los pasados 21, 22 y 23 de Febrero tuvo lugar en la sede del ICTE un nuevo curso de formación dirigido a consultores turísticos cuyo objetivo fue el de formar a los expertos en asesoría de calidad sobre cómo implantar la Norma UNE 182001:2008 en los Hoteles y Apartamentos Turísticos, a través de un estudio detallado de su contenido, la documentación del sistema de calidad y la legislación aplicable.

La creación de estos cursos surge por la demanda del sector de

contar con expertos que aporten un valor añadido a su trabajo mediante un conocimiento detallado de las normas y los procesos de auditoría y certificación, conocimiento que obtienen desde el ICTE como referente nacional en materia de Calidad Turística.

Si está interesado en recibir la formación en los próximos cursos, deberá contactar con el departamento de formación, a través del mail: formacion@icte.es o en el teléfono del ICTE: 91 533 10 00.

El ICTE estuvo presente en TCV 2011

La Feria Internacional de Turismo de la Comunidad Valenciana, tuvo lugar los pasados 25, 26 y 27 de Febrero en Valencia.

El Instituto, con la colaboración de TCV, participó durante los días de la feria informando a profesionales y público general sobre el Sistema de Calidad Turística Española y la Marca "Q" de Calidad Turística.

El certamen apostó por un nuevo posicionamiento con la tecnología y la distribución turística como temáticas clave.



Audiencia: 50.000

Difusión: 12.500

Valor Pub: 72,2 €

Sección: Turismo

Pág.: 14



28-Feb-2011

ESPACIO: 34 cm2

PORCENTAJE: 3%

PERIODICIDAD: Semanal

El 40% de los viajeros reconoce el valor de la 'Q'

En torno al 40% de los viajeros reconocen el valor de la marca 'Q' de Calidad Turística, según la última encuesta realizada por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). De este modo, la identificación de la marca ha subido casi 10 puntos porcentuales en los dos últimos años, gracias a la promoción de las Administraciones y a las empresas certificadas.