



05-Mar-2011

ESPACIO: 80 cm2

PORCENTAJE: 6%

PERIODICIDAD: Diario

La Oficina de Turismo es ya el establecimiento 103 de la Región con 'Q' de calidad

ALHAMA DE MURCIA

■ ■ PACO ESPADAS

La Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Alhama ya tiene en su fachada el distintivo de 'Q' de calidad turística, que se le entregó de forma oficial la pasada edición de Fitur en Madrid, en un acto que se realizó en el palco de honor del estadio Santiago Bernabéu.

Marina García destacaba que en la Región existen un total de 103 establecimientos con la 'Q' de calidad, siendo la Comunidad Autónoma la quinta comunidad de España con más oficinas de turismo con este distintivo de calidad. Además puntualizo que con la llegada de Paramount, Alhama será el municipio de la Región más importante en el sector turístico.

Al acto de colocación del distintivo acudió también el director del Instituto de Calidad Turística, Manuel Varón, así como el alcalde, José Espadas y la edil de Turismo Elena Marín y los trabajadores de dicha oficina.



PUBLICACIONES

Turismo edita cinco guías de aloxamentos e servizos

S. C.

SANTIAGO

A Consellería de Cultura e Turismo, a través de Turgalicia, vén de editar os novos folletos turísticos para o ano 2011: *Aloxamentos senlleiros de Galicia*, *Guía de Turismo Rural de Galicia*, *Guía de Hoteis e Apartamentos Turísticos*, e *Guía de Cámpings e Calidade Turística*, que buscan basicamente promocionar estes aloxamentos e servizos turísticos entre o público xeral e axentes especializados. Turgalicia aposta pola divulgación dos *Aloxamentos Senlleiros de Galicia*, unha tipoloxía que inclúe aloxamentos hoteleiros e aloxamentos do Grupo A de Turismo Rural.

Cunha tirada de 65.000 exemplares, a edición de 2011 deste folleto publícase simultaneamente en sete idiomas: galego, castelán, inglés, francés, alemán, italiano e portugués. Doutra banda, a *Guía de Turismo Rural de Galicia 2011* inclúe todos os aloxamentos de Turismo Rural galegos clasificados por provincias e seguindo unha orde alfabética. Esta guía tamén inclúe un mapa

e listaxe de espazos naturais protexidos; información da nova plataforma de reservas de Turismo Rural a través da páxina web de Turgalicia; establecementos con restaurante; información sobre o produto Bono Iacobus; información sobre a Marca Q de Calidade Turística con mapa de localización das casas que a posúen; e mapas provinciais de localización dos establecementos. Desta guía editáronse 75.000 exemplares e publicouse simultaneamente en seis idiomas.

Cunha tirada de 50.000 exemplares publicados tamén en seis linguas, editase a *Guía de Hoteis e Apartamentos Turísticos 2011*. A *Guía de Cámpings de Galicia 2011* ten, pola súa banda, unha tirada de 50.000 exemplares publicados en seis idiomas: galego, castelán, inglés, francés, alemán, e portugués. Por último, en galego, castelán e inglés e cunha tirada de 5.000 exemplares, Turgalicia editou o folleto *Calidade Turística*, unha guía na que se inclúen os produtos e servizos turísticos certificados coa recoñecida Q de calidade turística.

PULSO
A LA
CRISIS**MIGUEL CABEZAS MORÓN** Grupo Cabezas Romero (Casa Pepe Judería)

ESTE EMPRESARIO Y SU MUJER, LOLA CARMONA, SE QUEDARON CON EL RESTAURANTE CASA PEPE, EN PLENA CRISIS DE LOS 90. LES FUE BIEN Y CRECIERON CON CASA RUBIO, EL HOTEL LOLA Y PUB LA TORRE

“La cocina tradicional es un filón”

A.J. GONZÁLEZ



► Miguel Cabezas, junto a su mujer, Lola Carmona, en el restaurante Casa Pepe de la Judería.

M.J. RAYA
CÓRDOBA

Hay que ser atrevido para asumir la dirección de un negocio de renombre en plena crisis, no la actual, sino la de los 90. Pero Miguel Cabezas y su mujer, Lola Carmona, tuvieron en 1994 el valor de quedarse con la gestión de Casa Pepe de la Judería. España salía entonces de una recesión que afectó mucho a Córdoba.

—¿Cómo pudo un joven de 26 años afrontar este reto?

—Quería quedarme en Córdoba. Trabajaba en un restaurante y me enteré que Casa Pepe estaba cerrado. Mi mujer y yo éramos novios. Fuimos a verlo y nos encantó la zona. De hecho, lo que más nos gustó es que el binomio tapas-restaurant se ajustaba a este local. El cliente aceptaba que hubiera tapas, medias raciones y raciones. Este restaurante nos permitía descubrir platos olvidados de la cocina tradicional, como la mazamorra (origen del salmorejo). En pleno despegue de la cocina de vanguardia, vimos un filón en la cocina de siempre, tendencia que se mantiene aún.

—José Jiménez Aroca compró Casa Pepe por 7.000 pesetas del año 1928. Se convirtió con el tiempo en un restaurante de éxito. ¿En 1994 hacerse con la gestión de este local tenía un precio razonable?

—Pudimos hacerlo con un préstamo de Crediaval y con el aval de mi ma-

dre, aval que le devolví un año después porque nos fue bien.

—En 1999 compran y abren el hotel Casa Lola.

—Se inauguró el 12 de octubre, para aprovechar el turismo y que era el santo de mi madre. Empezamos con 4 habitaciones y luego se amplió a 8. Después en el 2001 nos quedamos con Casa Rubio.

—Por la crisis, algunos negocios han perdido clientes. ¿Es su caso?

—No, en el hotel las perspectivas son buenas y los restaurantes están respondiendo mejor de lo que creíamos. En el 2010 sí se notó la crisis.

—¿Contáis con una clientela fiel?

—Disponemos de una clientela muy numerosa, que viene a la Judería y es fiel al plato elaborado y a la cocina de las abuelas. Llevamos años con guisos en nuestra carta y recuperando platos.

—¿Qué iniciativas habéis impulsado para captar nuevos clientes?

—Los fines de semana, en los dos restaurantes, veníamos vino de Bodegas Tejaejo y ofrecemos una de-

gustación de jamón ibérico de bellota de Ibasa. Todas las noches toca un grupo de música en directo. Estamos potenciando nuestra terraza al aire libre en la segunda planta. Abrimos la cocina de forma ininterrumpida, de 13.00 a 23.30 horas, porque hay clientes que de 16.00 a 18.00 horas no tienen dónde comer en la Judería. Esto permite además mantener la plantilla.

—Grupo Cabezas Romero siempre ha apostado por la formación.

—Con el premio Cervatillo quisimos potenciar una cantera de jóvenes restauradores. Nos importa mucho la calidad y organizamos cursos internos desde 1995. Queremos lograr la Q de Calidad, que concede el Instituto de Calidad Turística Español. Seguimos en las guías Repsol, Michelin y en las redes sociales.

—¿Qué nuevos proyectos tiene su grupo en marcha?

—Queremos abrir antes de Semana Santa una taberna temática en la calle Romero, 10, con terraza en la plaza del Cardenal Salazar. Un local

que fomentará la tapa cordobesa y el fino de Montilla-Moriles. El cliente podrá apreciar los caldos e incluso extraer el mismo el vino de la bota.

—¿Y cómo marcha el pub La Torre, que también regentan?

—En el local acogemos todo tipo de celebraciones y desde hace unas semanas disponemos de terraza, con cocina y música en directo, más espacios reservados para eventos con atracciones infantiles para que los niños se diviertan.

—¿Están firmando convenios con distintos sectores profesionales?

—Hemos rubricado dos, con la Asociación de la Prensa en Córdoba y nacional. También tenemos un convenio con la Universidad de Córdoba para incluir los valores nutricionales de nuestros platos y adaptarnos al cliente celiaco, hipertenso o que quiere cuidarse. Este año queremos celebrar con la UCO y Almazaras de Córdoba el tercer simposio de salmorejo. Además, cooperamos con Avintur, en la promoción del vino Montilla-Moriles.

—En sus negocios promocionan los productos cordobeses.

—Presumimos de vender mucho fino, el aceite de todas las denominaciones de Córdoba, la carne de Los Pedroches, los quesos de la Subbética, el tomate de Alcolea...

—¿Realizan encuestas de satisfacción a sus clientes?

—Sí. Cada 10 o 15 días. =

Una unión
consolidada

El Grupo Cabezas Romero, formado por Miguel Cabezas Morón y Lola Carmona Morales es un matrimonio real y de trabajo. Miguel nació en Puente Genil hace 47 años. Con 18 años se marchó a Lloret de Mar, a formarse en la cocina de vanguardia catalana. Volvió a Córdoba con 26 años y le aguardaba el éxito en el sector de la restauración, no como electricista, que es lo que estudiaba mientras trabajaba de camarero. Miguel ha contado siempre con la colaboración de su mujer, que empezó en la recepción y luego se ha encargado de la decoración y reformas de todos los negocios del grupo, que está integrado por el restaurante Casa Pepe, la taberna Casa Rubio y el hotel Lola. A estos 3 locales se le sumará un cuarto también en la Judería, una taberna temática que abrirá para Semana Santa. Además, gestionan el pub La Torre (Brillante).

El turismo del buen comer

Existe más interés por comer en un sitio concreto. “La apuesta de conocer restaurantes es la excusa para ir a comer”, señala. “Hace años vestía más ir a Tailandia o Nueva York. Pero la dieta mediterránea es nuestra y la crisis ha servido para descubrir nuestro potencial gastronómico”, añade.



07-Mar-2011

ESPACIO: 376 cm2

PORCENTAJE: 34%

PERIODICIDAD: Semanal



Fernando Fraile, director general del ICTE, y Gonzaga Escauriaza, presidente de la RFEG.

Un campo con mucho atractivo

El Centro Nacional de Golf, certificado con la Q de Calidad Turística

La obtención de la Marca "Q" en campos de golf supone una mejora de la calidad de la gestión, una mayor atención al medioambiente y la fidelización de los clientes. Al cumplir los requisitos para la certificación "Q" Calidad Turística, se asegura al visitante una calidad de servicio que cumpla sus exigencias tanto en el campo de golf como en todas las instalaciones y servicios, considerando así los campos de golf como un reclamo turístico más de la zona donde se asienta,

El Centro Nacional de Golf ha obtenido la Q de Calidad Turística, uno de los primeros campos de golf que cuenta con esta certificación y el primero de la Comunidad de Madrid

además de un centro de ocio y deporte.

La Norma UNE de calidad para el sector de campos de golf establece los requisitos que deben cumplir los campos de golf en cuanto a los servicios prestados, los procesos de prestación de dichos servicios y sus instalaciones y equipamientos.

Esta norma se aplica con carácter voluntario a todos los campos de golf independiente de su modelo de explotación, tanto social como comercial o mixto.



07-Mar-2011

ESPACIO: 150 cm2

PORCENTAJE: 16%

PERIODICIDAD: Semanal

Paradores recibe la 'Q' de calidad turística y los certificados que avalan su buena gestión

Bureau Veritas ha sido la encargada de ejecutar la auditoría de calidad

La excelencia en la gestión, la atención al cliente y la preocupación por el medio ambiente no son solamente una máxima en la política de Paradores de Turismo

sino una realidad. Y es que la empresa hotelera ha recibido de manos de la compañía Bureau Veritas los certificados ISO y la 'Q' de Calidad Turística.

Los documentos reconocen que la firma hotelera cumple con las exigencias establecidas internacionalmente en materia de calidad y medio ambiente, y que realiza una labor sobresaliente en cuanto a calidad turística en cada uno de sus 93 establecimientos.

La firma Bureau Veritas ha sido la encargada de ejecutar la auditoría de calidad de todos los hoteles de la red antes de que el ICTE le entregue la valorada 'Q' de Calidad. Un

reconocimiento que aporta a la red pública hotelera prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigor. La disposición de sus hoteles (en reservas naturales o lugares de especial belleza) y su ubicación (en entornos monumentales como castillos, palacios, conventos, monasterios, etcétera), así como sus dimensiones permiten un trato personalizado y una mayor calidad en las prestaciones a los clientes.

En cuanto a los certificados ISO, Paradores cuenta a partir de ahora con la norma ISO 9001:2008 de Gestión de la Calidad que acredita su orientación al cliente, la participación de su personal, la apuesta por el liderazgo y la creencia en las relaciones beneficiosas con sus proveedores. La norma ISO 14001:2004 de Gestión del Medio Ambiente verifica y reconoce el trabajo que la firma realiza en cuanto al cuidado del entorno natural.



08-Mar-2011

ESPACIO: 250 cm2

PORCENTAJE: 23%

PERIODICIDAD: Diario

ENTREVISTA

Gonzalo de Castro Alberro

Director Comercial de TÜVRheinland Group en España



El sector del turismo apuesta por la certificación de la sostenibilidad

La influencia que ejerce el turismo en la economía y su impacto sobre el medio ambiente lo convierten en un sector que debe atender a las necesidades de sostenibilidad del mundo actual.

Según el Observatorio de Sostenibilidad de España, el turismo deberá adaptarse a las nuevas demandas y exigencias de la sociedad para asegurar el mantenimiento de la calidad ambiental con un uso racional y una gestión eficiente de los recursos naturales.

Así, la multinacional TÜVRheinland está apostando por la calidad certificada para la sostenibilidad turística. Su Director Comercial, Gonzalo de Castro Alberro, comparte con nosotros su visión de turismo sostenible.

Raquel Picornell: En función a la apuesta por la sostenibilidad como estrategia de base en la gestión y comercialización de productos y servicios ¿es posible la certificación de turismo sostenible?

Gonzalo de Castro Alberro: Sin lugar a dudas. Llevamos tiempo trabajando en diferentes referenciales que no están actualmente en el mercado como norma internacional y hemos desarrollado otros propios en cuanto a la sostenibilidad en el sector turístico. Aunque no es muy conocido en el sector, ya hemos alcanzado diversos acuerdos, por ejemplo con el Instituto de Turismo Responsable (ITR) con el cual hemos desarrollado una serie de referenciales. Me consta que desde el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) están trabajando en materia de sostenibilidad, a nivel ISO, que vendrán a España en el ámbito de hoteles, playas y espacios protegidos para

que entre todos intentemos abordar la sostenibilidad de una forma más concreta en el sector turístico.

R.P.: ¿Cuál es el rol de TÜVRheinland en esta certificación?

G.C.A.: Lo que hacemos es asegurar que la norma de carácter nacional, europeo o internacional cumple con los requisitos que se piden, con lo cual somos absolutamente independientes y objetivos para dar fe de que ese referencial cumple con las expectativas que exige la norma. A partir de ahí, TÜVRheinland emite un informe de auditoría y un certificado.

¿Cuál es el beneficio que reporta? El primero social, aunque la sostenibilidad también maneja otros dos ejes: económico y medio ambiental. Con estos certificados se está lanzando un mensaje al mercado de que se es responsable, y que una tercera parte (en este caso TÜVRheinland) ha certificado esta responsabilidad en materia de sostenibilidad.

R.P.: ¿Cuáles son sus expectativas en lo que concierne a certificación turística?

G.C.A.: Estamos muy ilusionados. Llevamos dos años trabajando con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), con el Instituto para la Calidad Turística, con la Confederación de Empresarios Hoteleros y con muchas asociaciones. Nuestra apuesta es ayudarles en estos tiempos de crisis a mejorar sus resultados gracias a nuestros servicios. Hemos desarrollado la certificación de eficiencia energética en base a la norma europea 16001. Nuestras expectativas son seguir creciendo como hemos hecho en los últimos años y estar muy cerca del tejido empresarial para ayudar a España y al sector turístico a salir de la crisis económica. ♦



11-Mar-2011

ESPACIO: 912 cm2

PORCENTAJE: 105%

PERIODICIDAD: Diario

TOLEDO CONVENTION BUREAU Un 20 por ciento de los que han requerido asistencia técnica para 2011

El mercado internacional elige Toledo para sus congresos

El primero que acogerá el Palacio de Congresos será el de Anaporc, del 25 al 27 de octubre

El Consejo Consultivo de Toledo Convention Bureau celebraba ayer su asamblea anual

SUSANA JIMÉNEZ
TOLEDO

El 20% del total de congresos que han solicitado asistencia al Toledo Convention Bureau (TCB) proceden del mercado internacional. De los 20 que han pedido asistencia técnica a la Oficina de Congresos para este año, 7 son internacionales. Datos que hacen que Toledo "se diferencie" de otras ciudades del mismo tamaño y que "no tienen ese atractivo para los mercados internacionales".

Así lo ponía ayer de manifiesto el gerente de TCB, Javier Díaz, durante la rueda de prensa que ofrecían el presidente de la Cámara de Comercio de Toledo y del Toledo Convention Bureau, Fernando Jerez, y el general director del Museo del Ejército, Antonio Izquierdo, tras la celebración de la Asamblea anual.

Uno de los congresos de mayor volumen de participantes que acogerá la ciudad este año, y que a su vez será previsiblemente el primero que tenga como escenario el Palacio de Congresos, será el Simposium de la Asociación Nacional de Porcinocultura Científica. Un encuentro que reunirá a más de 300 profesionales y se celebrará del 25 al 27 de octubre.

Tras este congreso, el Palacio de Congresos de El Miradero recibirá en el mes de noviembre el Congreso de la Asociación Española de Greenkeepers, que también contará con un importante número de participantes.

Antes de estas citas, posiblemente en primavera, apuntaba Jerez, tendrá lugar un acto inaugural, "a nivel institucional", como anticipo a la celebración de los primeros congresos, previstos para el mes de octubre.

SE MANTIENEN EN NÚMERO

La Oficina de Congresos de Toledo no prevé un descenso significativo en el número de congresos que se celebren en 2011, al tratarse de encuentros que se celebran anual o bianualmente, y que aunque participen menos personas y el gasto sea algo menor, "se siguen celebrando", apuntaba Díaz.

En el caso de las convenciones y reuniones de empresa, por el contrario, sí se ha experimentado desde 2009 un descenso, "que previsiblemente continuará", precisaba el gerente de TCB, ya que este tipo de reuniones "son las



Fernando Jerez, el general Antonio Izquierdo y Alfonso Silva presidieron la asamblea anual del TCB celebrada ayer en el auditorio del Museo del Ejército.

—La incorporación se llevará a cabo en breve—



El Museo del Ejército se une al TCB

El Museo del Ejército de Toledo se incorporará en breve al Toledo Convention Bureau. Una institución cultural que, tal y como explicaba ayer su director, el general Antonio Izquierdo, pretende "convertirse también en un polo dinamizador de la zona", ofreciendo sus instalaciones para la celebración de reuniones profesionales. Un paso que ya ha dado, tal y como explicaba el gerente del TCB, Javier Díaz, el Consorcio de la Ciudad de Toledo, que pone a disposición de este tipo de eventos varias de las sedes que ha rehabilitado y que

actualmente gestiona. Se incorporan así espacios muy singulares, como baños árabes, conventos, antiguas mezquitas o las propias Cuevas de Hércules, que podrán ser utilizados para recepciones, conciertos o visitas privadas. Nuevas sedes patrimoniales poco conocidas, con "inegables atractivos" para la celebración de estas actividades. Díaz valoraba positivamente iniciativas como la del Convento de Carmelitas, cuyas inmensas instalaciones ofrecen multitud de posibilidades.

A LO LARGO DE ESTE AÑO
No se prevé una reducción del número de congresos, aunque sí de las convenciones

que primero se suelen sacrificar" con la crisis.

Toledo tiene ya en su agenda para este año importantes congresos, como el de la Sociedad Española de Rehabilitación y Medicina Física (Semerf), que se celebrará del 7 al 10 de junio y contará con 700 participantes.

Junto a este encuentro también destacan los de la Asociación Española de Enfermería en Neurociencias, a celebrar en el mes de mayo, o las III Jornadas Cardiovasculares de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria, que reunirá a más de 450 profesionales en el mes de mayo.

BALANCE Y ESTRATEGIAS

Durante la asamblea celebrada ayer en el Museo del Ejército, las empresas asociadas al TCB fueron informadas sobre las actividades llevadas a cabo durante el año 2010. Entre ellas, Jerez destacó la promoción del destino en

ACTUACIÓN

Reforzar el plan de visitas y consolidar la promoción a nivel europeo, entre los objetivos de 2011

el mercado nacional de reuniones, así como en determinados mercados europeos, como Bélgica, Italia, Alemania y Portugal. Asimismo se hizo referencia a la renovación de la 'Q' de Calidad Turística de la Oficina de Congresos de Toledo.

Por otra parte, los participantes recibieron también información sobre el plan de actuación previsto para este año, que tiene como principales líneas reforzar el plan anual de visitas comerciales, dirigido a sociedades médicas, laboratorios, grandes empresas, operadores y prescriptores locales, para la captación de congresos; así como la consolidación de actuaciones promocionales a nivel europeo, incluyendo nuevos países como Holanda, y continuando en los mercados ya abiertos; así como una actualización de las herramientas básicas de promoción, como son la web y el CD-card con información sobre los asociados.



McDonald's regresa a los años 50 para presentar su nueva hamburguesa '1955'

REDACCIÓN / MADRID

McDonald's España ha puesto en marcha este mes una campaña de publicidad para dar a conocer la nueva hamburguesa 1955. Este nuevo producto se incluye dentro de la plataforma *McNificas* (CBO, NYCrispy...) y con él la compañía rememora el año de su fundación.

La campaña detrás del nuevo producto hace un paralelismo de la década de los 50 y la

actualidad basada en el uso de la tecnología. El spot, con el título *Chat*, recrea una situación cotidiana entre los jóvenes de hoy en día como es el envío de mensajes de texto, con las dificultades e impedimentos de la incipiente "tecnología" de los años cincuenta. Los mismos personajes protagonizan la misma escena en las dos épocas, haciendo ver, de una manera cómica, cómo sería la vida de los jóvenes actuales en la década de los

50 si quisieran mantener sus vías de socialización actuales. El spot está disponible en diferentes formatos (10 y 20 segundos) y se completa con una cola publicitaria de 5" informando sobre la concesión de la Q de Calidad a todos los restaurantes de la cadena. Con un presupuesto total de 870.992 euros la campaña ha sido creada por la agencia TBWA para la División Sur de Europa y se emitirá en España, Francia, Italia, Suiza y Malta.



11-Mar-2011

ESPACIO: 494 cm2

PORCENTAJE: 54%

PERIODICIDAD: Diario

ELECCIONES MUNICIPALES

Javier Arenas y Manuel Andrés González, en el Teatro de Lepe abarrotado de público, en el acto de presentación de la candidatura.

PILAR CABANILLAS

El PP pide un cambio en la Constitución para incluir la cadena perpetua

Javier Arenas lo reclama en el acto de presentación de Manuel Andrés González como candidato a la Alcaldía • El regidor hizo un balance de los cuatro años

José Antonio Suárez/LEPE

El presidente del PP-A y vicesecretario de Política Autonómica y Local del PP, Javier Arenas, reclamó ayer un cambio en la Constitución Española para que esta incluya la cadena perpetua.

En la presentación de Manuel Andrés González como candidato a la Alcaldía de Lepe, Arenas abogó por implantar la cadena perpetua. "Soy un español y un andaluz sin complejos y quien hace atrocidades las tiene que pagar", manifestó ante los asistentes al Teatro Municipal de Lepe, entre los que se encontraba el padre de Marta del Castillo. "Sé que la Constitución no lo contempla", insistió en declaraciones recogidas por Efe, "pero está claro que hay personas que no se reinseran".

En clave local, el presidente del

PP andaluz se comprometió a construir los accesos al Centro Hospitalario de Alta Resolución si llega a la Presidencia de la Junta. Hizo así un guiño a Manuel Andrés González, quien aspira de nuevo a renovar su puesto al frente de la Corporación municipal.

González hizo balance de sus ocho años de alcaldía. El edil recordó la lista, larga, de actividades y realizaciones con la que se presenta a la reelección. Una reelección que se presenta no muy complicada habida cuenta de la amplia mayoría con la que cuenta en la actualidad y la fragmentación que presentan las fuerzas opositoras.

El alcalde de Lepe dijo que en "en estos 4 años, a pesar de la situación que estamos atravesando hemos recuperado una importantísima parte de nuestro patrimonio histórico y cultural" y destacó

actuaciones como la rehabilitación de la Capilla de San Cristóbal, el paseo de La Arboleda, la Plaza de San Diego, o la escultura erigida en recuerdo de Fray José.

En su balance de estos cuatros años resaltó las actuaciones en la mejora de las infraestructuras eléctricas del pueblo como el recinto romero, la urbanización Traslana, las Moreras y la urbanización Virgen Bella. Según el candidato del PP, se han volcado desde el Consistorio en mantener en magníficas condiciones medioambientales y de mantenimiento, y servicios en las playas de La Antilla, Islantilla y Nueva Umbría, obteniendo por ello los galardones de la Q de calidad y la bandera verde.

En el plano social destacó el trabajo realizado en los talleres en las alcaldías de barrio, la puesta en marcha de la escuela municipal de

música y la escuela de danza. "Derrochando mucha imaginación en nuestras navidades, las nevadas de Lepe se han convertido ya en motivo para la celebración de acontecimientos importantes como lo fueron la consecución por nuestro club deportivo San Roque de Lepe de la Copa Federación y para la celebración de la copa del mundo de la selección española de fútbol", dijo González.

Entre las obras llevadas a cabo durante su mandato se han destacado la construcción del nuevo pabellón de deportes, la nueva guardería municipal en La Antilla, la escuela municipal hípica, la rehabilitación de los colegios Alonso Barba, Oria Castañeda y César Barrios, el nuevo centro de día para personas mayores de la Lonja, la avenida de Castilla de La Antilla y el nuevo campo de fútbol.



11-Mar-2011

ESPACIO: 121 cm2

PORCENTAJE: 10%

PERIODICIDAD: Diario



La "Q" en el turismo, una garantía.

Con la garantía de la "Q" de Calidad Turística

EÑE

La "Q" de Calidad Turística es la marca que representa la calidad en el sector turístico español. La "Q" aporta a los establecimientos turísticos que la ostentan: prestigio, diferenciación, fiabilidad, rigurosidad y promoción por parte de la Secretaría de Estado de Turismo y de las Comunidades Autónomas.

Los establecimientos avalados por la "Q de Calidad" han pasado unas estrictas auditorías que aseguran que su prestación de servicio es garantía de calidad, seguridad y profesionalidad. Todo ello para asegurar a los clientes la mejor experiencia turística posible.

El encargado de otorgar esta distinción es el Instituto para la Calidad Turística Española. El ICTE es una entidad de certificación de sistemas de calidad especialmente creados para empresas turísticas, formado por las asociaciones turísticas nacionales más importantes de este país, la SET, las CCAA y la FEMP.

Es un Organismo español, privado, independiente, sin ánimo de lucro y reconocido en todo el ámbito nacional. Es el encargado de certificar, administrar y velar por el correcto uso de la Marca "Q".

Audiencia: 235.000

Difusión: 36.874

Valor Pub: 120,5 €

LA VERDAD MURCIA
FUNDADO EN 1903. www.laverdad.es

Sección: Sociedad

Pág.: 53



11-Mar-2011

ESPACIO: 45 cm2

PORCENTAJE: 3%

PERIODICIDAD: Diario

Golf con 'Q' de Calidad Turística

NACIONAL

:: **M.J.P.** El Centro Nacional de Golf ha obtenido la Q de Calidad Turística; es así uno de los primeros campos de golf que cuentan con esta certificación y el primero en Madrid. La Q supone una mejora de la calidad de la gestión, de la atención medioambiental y de la fidelización de los clientes. La certificación asegura al visitante una calidad de servicio acorde con sus exigencias.



El ICTE pone a prueba la calidad de La Antilla

La playa lepera refuerza sus servicios de cara a la temporada alta, ofreciendo más información a la ciudadanía sobre toda su oferta

Fermin Cabanillas redaccion@odiel.net

El Instituto para la Calidad Turística Española -ICTE- ha iniciado en la playa de La Antilla un proyecto para aumentar los servicios turísticos que se ofrecen en el litoral español, con el objetivo de aumentar la calidad de los mismos de cara al turismo y la población autóctona.

Se trata de una iniciativa que se realiza en coordinación con el Ayuntamiento de Lepe, como responsable directo de la gestión de la playa de La Antilla y de los servicios que en ella se ofrecen, según explicó el Consistorio lepero, que entiende que mediante este sistema, el Ayuntamiento "se obliga a mejorar de forma continua la gestión en la playa de La Antilla, así como garantizará la calidad como norma de comportamiento".

Para lograr estos objetivos de calidad, la playa ofrece unos servicios, equipamientos e instalaciones de calidad, "que pretenden asegurar la plena satisfacción de los usuarios y enfoca el conjunto de actuaciones que se hagan en el litoral lepero bajo criterios de competitividad, rentabilidad y sostenibilidad".

Entre las acciones previstas para alcanzar estos objetivos de calidad se encuentran el aumento de la información que se ofrezca a la ciudadanía sobre los servicios ofertados en La Antilla; el aumento de la segregación de los residuos producidos por los usuarios en la arena, al tiempo que se sensibiliza a los



Vista general de la playa de La Antilla. / Alberto Díaz

usuarios sobre el cuidado medioambiental del entorno natural en el que se encuentran. Intenta además establecer los medios técnicos

El sello Q de Calidad otorga al sector turístico un referente de promoción y de comercialización

y económicos necesarios para prevenir en origen y minimizar la contaminación y los riesgos higiénico-sanitarios, así como "aumentar la satisfacción percibida por los usuarios de la accesibilidad a la playa, y garantizar el cumplimiento de la legislación aplicable en estas materias".

La playa onubense ha obtenido en tres ocasiones la certificación Q de Calidad, siendo el único punto del litoral que lo obtuvo en su día.



12-Mar-2011

ESPACIO: 30 cm2

PORCENTAJE: 2%

PERIODICIDAD: Diario

ARNUERO

Se realizará una auditoría de playas. La concejala de Turismo de Arnüero, Carmen Pérez (PP), comentó que para el próximo verano, en el mes de julio, espera que el Ayuntamiento pase la primera auditoría y logre la 'Q' de calidad para las playas de El Sable y La Arena, en Isla. Asimismo, avanzada la campaña estival se llevará a cabo la auditoría ambiental con la que el Consistorio espera conseguir la ISO 14001 de calidad ambiental.



12-Mar-2011

ESPACIO: 427 cm2

PORCENTAJE: 44%

PERIODICIDAD: Diario

Polémica por los vertidos en el puerto de Altea

► El edil de Medio Ambiente admite ante la denuncia de Cipal que el recinto portuario sufre contaminación y asegura que la ha denunciado ante el Seprona



Imagen del puerto de Altea tomada ayer. DAVID REVENGA

REDACCIÓN

■ La aparición de nuevos vertidos en el puerto de Altea, denunciada por el grupo político Cipal, ha desatado una tormenta dialéctica en la corporación de ese municipio. El concejal de Medio Ambiente, el socialista Santiago Ronda, admitió ayer la preocupante situación de esas instalaciones portuarias: «desde esta área se ha instado en reiteradas ocasiones a la Dirección General de Puertos para que tomaran medidas al respecto porque no es de recibo que tengamos un puerto como el que tenemos», precisó Ronda, recordando que Altea «forma parte del Parque Natural Serra Gelada y que tanto nuestras playas como el Club Náutico disfrutan de bandera azul y "Q" de calidad».

Sin embargo, Ronda cuestionó a Cipal por haber hecho de nuevo pública esta situación a través de un comunicado: «Lo que tiene que hacer Cipal en vez de sacar comunicados es denunciar la situación ante la dirección general de Puertos». El edil de Medio Ambiente se puso, en este sentido,

Santiago Ronda critica al grupo independiente por difundir un comunicado en vez de apelar a la dirección de Puertos

«No es de recibo que tengamos las instalaciones que tenemos, se han visto hasta lámparas arrojadas al mar»

como ejemplo y señaló que desde 2009 ha denunciado ante el Seprona vertidos incontrolados y ha instado a Puertos a tomar cartas en el asunto. Según los datos aportados por Ronda, «en las denuncias se solicitaba el control de los vertidos de residuos y de la contaminación de las aguas, e incluso, la quema de residuos que en este momento se siguen produciendo dentro del puerto en un contenedor».

«La Bahía de Altea es un lugar muy favorecido por muchas cualidades que tiene y el Puerto que nosotros pretendemos tener es un puerto de calidad» añadió el regidor. En cuanto a la conciencia-

ción y respeto al Medio Ambiente al que se refiere Cipal en su nota, Ronda puntualizó que «hace poco se impartió un curso en la Cofradía de Pescadores de buenas prácticas medio ambientales, a través de la Diputación y del Instituto de Ecología Litoral, destinado a pescadores y armadores para concienciarles de la conservación, evitar vertidos y tener unas condiciones inmejorables dentro del puerto. Nuestra sorpresa fue que en ese curso no se inscribió ningún pescador ni armador, incluido el presidente de la Cofradía».

«Continuaremos pidiendo un eco-parque para el puerto pesquero para evitar la quema de residuos» añadió Ronda para matizar que se ha enviado un informe fotográfico a la Consellería que plasma la suciedad que genera el puerto. «Sabemos también que hay profesionales de la pesca que vienen de fuera y que han contribuido a ensuciar más nuestro puerto. Hemos podido ver hasta las lámparas de mar arrojadas dentro del puerto de Altea», concluyó el concejal.

Audiencia: 174.000

Difusión: 37.106

Valor Pub: 227,8 €

Sección: Sociedad

Pág.: 29



13-Mar-2011

ESPACIO: 46 cm2

PORCENTAJE: 3%

PERIODICIDAD: Diario

Mejoras en las playas para obtener la 'Q'

ARNUERO

:: **ANA COBO.** La concejala de Turismo del Ayuntamiento de Arnúero, Carmen Pérez, ha anunciado que está previsto llevar a cabo importantes mejoras en las infraestructuras y servicios de las playas de este municipio con el objetivo de pasar la primera auditoria ambiental y lograr la 'Q' de calidad para los arenales más representativos de la zona, los de El Sable y La Arena, en Isla.



13-Mar-2011

ESPACIO: 162 cm2

PORCENTAJE: 13%

PERIODICIDAD: Diario

Boiro consolida Expoboda con gran éxito de público y compromiso empresarial

La feria organizada por el grupo Chicolino arranca los elogios de los 37 expositores

Boiro. Cuatro bodegas (Bouza do Rei, Valmiñor, Terras Gaudas y Añares) y seis tiendas especializadas en vestidos de novias (Tul-Novias, D'Nacar Boutique, Zaloira Noivas, Olga Martínez, Matucha Novias y Eva Outeiral Diseñadora) participan, junto a otros 27 expositores, en la segunda edición del salón Expoboda, inaugurado ayer en los salones del restaurante Chicolino, en Boiro.

El acto inaugural estuvo presidido por la gerente del Instituto Galego de Consumo, María Jesús Cheza, y el alcalde de Boiro, Xosé Deira. Este año participan también joyerías (en este caso, Teixeira y Lazuli) en un certamen que ofrece a los visitantes una generosa panorámica del extenso horizonte que se abre ante la organización de un enlace.

Las agencias de viajes Mundy Boi, Barraña y Fon-

tao Travel se implicaron también para dar a conocer las últimas novedades en lo referente a viajes de luna de miel, mientras que floristerías y centros de peluquería y estética realizaron vistosas exhibiciones.

Prácticamente todas las actividades profesionales que intervienen en la organización de un evento de este tipo están representadas en este certamen, organizado por una empresa (el Grupo Chicolino Restauración) que acaba de ser galardonada con la Q de Calidad Turística. La feria continúa hoy en horario de 18.00 a 21.00 horas, también con exhibiciones, degustaciones y desfiles.

El empresario Arturo Fajardo se mostró satisfecho del éxito de esta feria, que parece haberse consolidado ya en su segunda edición. Por su parte, las firmas presentes destacaban ayer la importancia de esta cita multisectorial y elogiaban la organización orquestada por el Grupo Chicolino Restauración. **SUSO SOUTO**
delegribeira@elcorreogallego.es

Un nuevo restaurante en Huelva

La cadena de restauración McDonald's ha abierto otro establecimiento en la capital que está ubicado en la avenida de las Fuerzas Armadas. Cuenta con una capacidad para atender a más de 250 personas



Con esta nueva apertura, McDonald's suma ya un total de 71 establecimientos en Andalucía. / Javier Navarro

Odriel: redaccion@odriel.net

McDonald's compañía líder en el sector de restauración en España inaugura un nuevo restaurante en Huelva, el segundo que la compañía abre en la ciudad y que se une al que ya lleva doce años funcionando en la Avenida Molino de la Vega.

Esta apertura supone un importante impulso para la creación de empleo en la zona, ya que la plantilla del establecimiento McDonald's Huelva Norte estará compuesta por un equipo de 40 personas, formadas especialmente por McDonald's para desempeñar las distintas funciones en el restaurante.

Este nuevo establecimiento es un restaurante tipo chalet que cuenta con una superficie interior de 414 m2 y capacidad para 161 personas, así como una gran terraza exterior de 242 m2 con aforo para otras 96 más.

El restaurante se ha diseñado de acuerdo con la imagen de arquitectura y decoración, mucho más moderna e innovadora, que McDonald's está implantando progresivamente en todos sus establecimientos y que responde a un nuevo concepto de espacio, presentando importantes novedades en el diseño exterior y la de-



"Tratamos de ofrecer una experiencia única y de calidad"

Con motivo de esta reciente apertura, Carmelo Gurrea, franquiciado de los restaurantes McDonald's de Huelva, afirma que "queremos ofrecer la mejor experiencia a quienes vienen a nuestros restaurantes, ya que esto es una prioridad

para McDonald's. Tratamos de ofrecerles una experiencia única y de calidad y, por ello, hemos diseñado este nuevo restaurante para proporcionar la mejor atención y servicios a nuestros clientes, a los que agradecemos la confianza que han

mostrado siempre en nuestros restaurantes". Por este motivo, McDonald's España ha sido reconocida por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) con la certificación Q de Calidad para todos sus restaurantes.

→ WIKIONUBA

El establecimiento ofrece servicio **McAuto** y el área de juegos multideporte **Ronald Gym Outdoor**, un espacio infantil diseñado para fomentar la práctica del ejercicio físico entre los más pequeños.

coración interior. En concreto, este nuevo restaurante de Huelva se ha decorado con el estilo *Lim Edge*, que se caracteriza por el uso de los colores de la tierra y por un vanguardista mobiliario de madera, y ofrece una ambientación más acogedora y una iluminación más intimista.

Además, pensando en los más pequeños de la familia, el restaurante incorpora una nueva zona infantil, denominada **Ronald Gym Outdoor**, en la que los niños pueden divertirse a la vez que disfrutan de su menú favorito en McDonald's. Se trata de un área de juegos multideporte, en la que los niños pueden combinar la diversión y la práctica del ejercicio físico con una alimentación equilibrada cuando visiten el restaurante.

En definitiva, este nuevo restaurante McDonald's de la Avenida de las Fuerzas Armadas nace con la vocación de unirse a su predecesor en la Avenida Molino de la Vega y convertirse al igual que éste en un restaurante cercano, acogedor, pensado como un punto de encuentro para familias, jóvenes y niños, en la que todos puedan disfrutar al máximo de la visita y, por supuesto, de una atención excelente y de productos de la mejor calidad.



14-Mar-2011

ESPACIO: 141 cm2

PORCENTAJE: 15%

PERIODICIDAD: Semanal

La costa es el destino más valorado por los españoles

Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña han vuelto a ser en 2010 los destinos elegidos por los turistas españoles, según datos del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), que sitúan a estas regiones con un 17,5%, 11,5% y 8,5% de preferencia, respectivamente. El efecto del Xacobeo posiciona a Galicia en cuarto lugar, con un 7,6%, mientras que Madrid continúa creciendo hasta un 4,7%, frente a un 3,65% y 3% de años anteriores.

Baleares, Canarias y Cantabria incrementan sus porcentajes hasta alcanzar el 4%. En general, todas las Comunidades obtienen un aumento del porcentaje, excepto Aragón, Extremadura y Murcia, mientras que los viajes al extranjero descienden nueve puntos y se sitúan en el registro más bajo de los últimos tres años, con un 15%.

Viajes de ocho a 15 días

Las costas españolas siguen siendo el destino más elegido por los españoles, pese a haber descen-

dido tres puntos respecto al año anterior. Sin embargo, aumentan los que eligen su destino por motivos culturales o ciudades, al igual que las opciones de descanso y salud que crecen. 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, incrementándose esta opción cada año. Los viajes de familia se estabilizan, siendo el grupo de cuatro personas lo más habitual, con un 34,4%, seguido del de tres personas con un 29,2%, mientras que los grupos muy numerosos sufren un ligero aumento respecto a años anteriores. La modalidad preferida para nuestro descanso son los viajes de ocho a 15 días, fines de semana y puentes. La encuesta del ICTE también arroja datos respecto al gasto por persona y día en el destino turístico, el cual disminuye levemente para los que gastan de cero a 100 euros (de 69,65% en 2009 a 68,61% en 2010), continuando como la cifra más común en el gasto.



15-Mar-2011

ESPACIO: 517 cm2

PORCENTAJE: 45%

PERIODICIDAD: Diario



Unos bañistas disfrutan de una plataforma de ocio en la playa de Castellón. / JUAN MARTÍ

Castellón se zambulle en el mar con la máxima calidad

El Ayuntamiento apuesta por las mejores instalaciones de ocio, limpieza y seguridad en las playas para los turistas

E.M. / Castellón

Mercedes y Pedro son un matrimonio de Madrid que vienen a veranear a las playas de Castellón desde 2007 y que han podido compro-

bar, con gran satisfacción, cómo año tras año, los servicios en las playas de la capital de La Plana se han ido incrementando y mejorando en pro de los visitantes, turistas

y vecinos. Y es que los esfuerzos del Ayuntamiento de Castellón por dotar a las playas de actividades, instalaciones de ocio como las plataformas flotantes y un mayor número

de servicios como más duchas o lavapiés a la vez que se han adecuando para personas con movilidad reducida y discapacitados ha sido recompensado por la buena acogida y satisfacción de los visitantes.

Las playas de Castellón y sus instalaciones cuentan con las instalaciones necesarias para disfrutar de un día de playa en familia ya que cuentan con circuitos deportivos y juegos para niños, zonas de descanso, zonas biosaludables, pasarelas de ancho especial y adecuación de la zona de acceso para discapacitados. Además, se han incrementado los puntos de información, con uno centralizado en el paseo de la playa del Gurugú, además de un sistema de megafonía en toda la playa «porque queremos una playa para todos, para que nuestros visitantes, grandes y pequeños, puedan disfrutar del sol, el mar y la playa durante el verano y las temporadas más turísticas», ha explicado la concejala de Turismo, Beatriz Gascó, quien ha reiterado la apuesta del Ayuntamiento de Castellón «por unas playas de calidad».

También cuentan nuestras playas con una Carta de Servicios donde se fijan todos los servicios que se prestan en las mismas con planos donde se sitúan cada uno de ellos, así como accesos y aparcamientos. También se ha editado una guía de comportamiento en la playa con recomendaciones ambientales, se llevan a cabo campañas de educación y sensibilización ambiental, la renovación y ampliación de los servicios de WC y de cabinas para discapacitados, un servicio permanente de sillas anfibia y muleros de baño para las personas discapacitadas, instalaciones deportivas y elementos de juegos y

ocio para niños, plataformas flotantes en cada una de las playas.

De igual modo se han modernizado las torres de vigilancia y este verano pasado se instaló el *sonoplaya* que permite tomar el baño a las personas sordas, se han instalado zonas de descanso en la orilla para uso de personas mayores o discapacitadas, se ha renovado la señalización y se desarrollan actividades lúdicas como juegos infantiles «*olumplatja* y «*manos a la obra*», actividades culturales con la biblioteca del mar o el *teatre de la mar*, y se han conseguido

El 92% de los turistas proceden de otras comunidades autónomas del país

do la 'Q' de calidad de las tres playas de Castellón, además del certificado de ISO Ambiental 14001, en el Serradal, el Pinar y el Gurugú.

«Pero queremos ir más allá, no escatimar esfuerzos en dotar a nuestras playas de los mejores servicios para la calidad de vida de nuestros visitantes y vecinos», afirma Gascó, quien añade también que más del 80% de las personas que ha realizado una encuesta del Patronato Municipal de Turismo han valorado de forma positiva las infraestructuras de playas. Unos visitantes que, durante el verano de 2010, el 92% de los mismos eran nacionales principalmente de la Comunidad Valenciana, Andalucía, Cataluña, Castilla-León y Navarra y el 8% internacionales, fundamentalmente de Francia, Países del Este, América del Sur, Alemania, Italia y el Reino Unido.



15-Mar-2011

ESPACIO: 95 cm2

PORCENTAJE: 15%

PERIODICIDAD: Mensual

Solución para mejorar la calidad del servicio

Con la crisis hay menos consumo en la hostelería, disminuye el gasto medio por cliente y las ventas van a la baja. En definitiva: los negocios pierden rentabilidad. Para solucionar el problema, la firma A8A Consulting Hostelería ofrece su Sistema de Calidad, adaptado totalmente a las empresas hosteleras para potenciar sus puntos fuertes, añadiendo nuevas tecnologías de organización y sistemas. Su empleo permite disponer de una estructura organizativa adecuada y manuales y procedimientos coherentes con su cultura pero, principalmente, aumentar los niveles de calidad y servicio y, obviamente, la rentabilidad. Se trata de la creación de una importante herramienta de trabajo tomando como referencia las normas ISO y la Q de Calidad, evitando el excesivo trabajo burocrático para poder implementar con la mayor facilidad. Este sistema de calidad puede incorporarse en diferentes fases y a unos costes razonables.

El director de A8A Consulting Hostelería, Antonio Ochoa, explica que "este sistema de calidad ya se ha definido e implementado en una importante cadena con resultados francamente positivos, reforzando sus niveles de formación y motivación, entre otros aspectos".

A8A CONSULTING HOSTELERIA

Tel. 934 245 030 www.ochoahosteleria.com | Ref. 109 en el BSL



Rafael Gallego (izquierda), Miguel Mirones, Joan Rosell y Joan Gaspart, ayer, en la reunión del Consejo de Turismo de CEOE España. :: DM

La CEOE nacional respalda a Mirones en plena crisis cántabra

La patronal española le nombra vicepresidente del Consejo de Turismo, órgano en el que están los grandes empresarios del sector

CONSUELO DE LA PEÑA

SANTANDER. Cuando faltan 48 horas para la celebración de la junta directiva que debatirá la propuesta de cese temporal del presidente de la patronal cántabra, Miguel Mirones, CEOE España le ha prestado todo su apoyo. Un respaldo que viene dado por su nombramiento, ayer, como vicepresidente del Consejo de Turismo de la confederación española, el máximo organismo privado del sector turístico a nivel estatal.

El nuevo cargo llevará a Mirones a compartir responsabilidades con los cuatro grandes del sector: Juan Gaspart, presidente del Consejo y de la cadena HUSA; Sebastián Escarrer, presidente de Sol Meliá; Rafael Gallego, presidente de la Asociación Española de Agencias de Viajes, y Abel Matutes, presidente de la Mesa del Turismo y

exministro de Asuntos Exteriores.

Mirones interpretó su nombramiento como un gesto de «confianza» de la patronal española a «CEOE Cantabria y a su presidente», un aval que parece indiscutible ya que el máximo responsable del comité ejecutivo, Joan Gaspart, fue reafirmado en el cargo por el presidente de la patronal española, Joan Rosell, nada más acceder a la presidencia. De hecho, la reunión celebrada ayer contó con la presencia de Rosell, que trasladó

Dos altos cargos comparecen ante los auditores

La vicesecretaria general de la CEOE, Beatriz Beneítez, y la directora del servicio jurídico, Dolores Ruylópez, comparecieron ayer, a petición propia, ante los auditores que investigan desde el pasado día 7 la denuncia del secretario general, Yves

La designación se produce a 48 horas del debate sobre su cese temporal en la directiva

Díaz de Villegas, de supuestas irregularidades en la organización. En los próximos días está previsto que acudan ante los técnicos, también voluntariamente, algunos directores de departamento en CEOE. El lunes lo hicieron los dos protagonistas de la crisis Díaz de Villegas, el denunciante, y Mirones, el denunciado. Pero además la empresa auditora ha abierto un canal confidencial para que cualquier empresario aporte lo que considere oportuno.

su plena confianza y apoyo a Gaspart y su equipo.

El afianzamiento de Mirones por los órganos nacionales llega en plena crisis interna de la patronal cántabra, desatada el pasado 22 de febrero tras la denuncia de presuntas irregularidades formulada por el secretario general, Yves Díaz de Villegas. Las acusaciones de supuesto enriquecimiento personal de Mirones en el uso de su cargo han provocado ya dos investigaciones en la Fiscalía, y otra en el propio seno de la organización a cargo de la empresa auditora Deloitte, que concluirá los trabajos a finales de marzo.

Entre tanto, un grupo de empresarios disidentes, la llamada 'tercera vía', instó a la recogida de firmas para provocar una reunión extraordinaria de la junta directiva, en la que pretenden remover del cargo a Mirones mientras duran las pesquisas internas. Mirones convocó el lunes el cónclave empresarial, que se celebrará el viernes, a las 12.30 horas. A esa reunión, el presidente denunciado acudirá con el aval otorgado por el presidente nacional y altos cargos de la patronal española.

La 'tercera vía' empieza a hablar de convocar elecciones en CEOE

● La alternativa, crítica con la actitud del presidente de la patronal, ve «necesario» el cambio, previa reforma de los estatutos de la organización

JUAN DAÑOBEITIA / Santander
El principal argumento es «no dilatar en exceso la situación, tal y como sucedió a nivel nacional con Gerardo Díaz Ferrán». La moraleja, convocar elecciones en CEOE Cantabria que supongan ese «cambio necesario» que la tercera vía entiende ya como inmediato. La alternativa, crítica con la actitud que ha tomado el presidente de la organización, Miguel Mirones, empieza a hablar ya sin complejos de la necesidad de regeneración en la confederación, previa reforma de los estatutos, haciéndolos «más democráticos y menos presidencialistas», según ha podido saber EL MUNDO CANTABRIA de miembros de esta nueva opción en la patronal regional.

Según el argumentario que maneja ahora esta tercera vía, ya no es tanto el calado de las denuncias de Yves Díaz de Villegas, secretario general de CEOE, que también, sino la actitud que ha tomado Mirones. «La forma de manejar el conflicto por el presidente es moti-

«La Junta del viernes puede durar entre seis y siete horas y eso es deliberado»

Mirones puede incluir los puntos en el orden del día merced a la reforma de estatutos

vo suficiente para retirarle la confianza». Las decisiones de Miguel Mirones que han encendido a estas 29 asociaciones —cifra oficial, porque extraoficialmente «estamos recibiendo muchos más apoyos»— son dos: encargar un informe jurídico para dilatar la convocatoria de la Junta Extraordinaria que le reclaman sus propios directivos; e incluir seis puntos en el orden del día, de los cuales cinco se han situado cronológicamente primero. «La Junta puede durar entre seis y siete horas. Es deliberado y es incomprensible», denuncian estas mismas fuentes.

Pero esa decisión de Mirones está respaldada por el polémico cambio en los estatutos de la organización. En 2008, el presidente promovió una reforma en la normativa interna de la confederación que generó enconadas luchas entre sus principales responsables. Sus detractores hablaban de «excesivo presidencialismo» y sustentaban sus críticas en un artículo en el que Mirones ha podido apoyarse ahora. El 22. Hasta ese año, el orden del día de una Junta Directiva



FIRMA DE FOTO

Mirones, vicepresidente del Consejo de Turismo. El presidente de CEOE-Cepyme Cantabria, Miguel Mirones, fue elegido ayer vicepresidente del Consejo de Turismo de CEOE España. El Consejo lo preside Joan Gaspart Solves (expresidente del FC Barcelona), quien aparece en la imagen, a la derecha, junto al presidente de CEOE España, Juan Rosell, y el propio Mirones. Según la patronal cántabra, este nombramiento «supone un nuevo reconocimiento de la patronal española a la labor realizada» por Mirones.

CEOE España se inhibe

J. D.
CEOE España declinó ayer pronunciarse sobre la polémica que está salpicando a la patronal en Cantabria. «Nuestra postura es siempre la misma: cada organización tiene potestad para que sean sus propios órganos de gobierno los que resuelvan los problemas internos», según respondieron ayer a este periódico fuentes del gabinete de prensa de la organización federal.

A nivel autonómico, es CEOE España la que considera cuáles son las federaciones empresariales que ostentan la representatividad suficiente y necesaria para convertirse en un agente social oficial. En el caso cántabro, además, se da la peculiaridad de que comparte siglas con su matriz. Algo que no sucede en el resto de España. Por poner varios ejemplos, la patronal oficial catalana es Fo-

mento del Trabajo Nacional, mientras en Madrid es el CEIM (Confederación Empresarial de Madrid) y en Andalucía son ocho las organizaciones (una por provincia), cada una con sus propias siglas. Junto a Cantabria, las únicas regiones que comparten siglas con la nacional son Cuenca, Ciudad Real y Zamora.

«No creemos que el hecho de que compartamos siglas con la patronal cántabra man-

che el nombre de la organización a nivel federal», contestaron ayer desde Madrid.

Es la primera ocasión en que la confederación empresarial española opina sobre la polémica desatada en Cantabria, luego de las denuncias vertidas por el secretario general de CEOE Cantabria, Yves Díaz de Villegas, quien acusó al presidente de la organización, Miguel Mirones, de «nepotismo y amañamiento de concursos», entre otras presuntas irregularidades.

va era establecido «por el órgano que tenga la iniciativa de la convocatoria, incluyéndose siempre un apartado de ruegos y preguntas». Pero tras la reforma, ese artículo queda redactado de la siguiente forma: «El orden del día será establecido por el presidente. [...]»

Cuando la convocatoria se realice a instancias de la cuarta parte de los componentes de la Junta Directiva, podrá solicitarse la inclusión de determinados puntos.

¿Qué significa esto? Que si la tercera vía hubiera convocado la Junta Extraordinaria en 2007 solo

habría tenido los seis puntos del orden del día que ellos registraron en CEOE Cantabria. Pero con la reforma de por medio, es Mirones quien decide la agenda, obligado eso sí a tener que incluir esos seis puntos, pero pudiendo añadir lo que él crea oportuno.



16-Mar-2011

ESPACIO: 747 cm2

PORCENTAJE: 61%

PERIODICIDAD: Diario

CITA GASTRONÓMICA EN LLANES



A la izquierda, imagen de Llanes. A la derecha, el campo de golf municipal, con las montañas nevadas al fondo.

Maíz y harina reinan en los fogones

Los restaurantes llaniscos ofrecen este fin de semana platos que incluyen deliciosas especialidades elaboradas con estos productos básicos de la gastronomía local

Llanes,
L. VALDÉS

El maíz, el cereal que llegó de América y se asentó en Asturias, es una de las bases de la cocina del oriente de Asturias. Un ingrediente tan significativo merece unas jornadas tan especiales como las que se celebran en Llanes, que ya cumplen su sexta edición. Este año la cita gastronómica cuenta con la participación de dieciocho restaurantes del concejo que volverán a ofrecer, tras el éxito del fin de semana pasado, sus menús especiales desde este sábado, día 19, hasta el lunes 21. Durante estos días, los comensales podrán disfrutar de diferentes platos elaborados principalmente con harina y maíz, productos básicos de la gastronomía local.

Esta iniciativa forma parte del calendario municipal de eventos culinarios junto con las jornadas del marisco; de la fabada, fabes y verdinas, y también las interculturales. Además, se inscribe en el extenso programa de actividades «Llanes, contigo todo el año», promovido por el Ayuntamiento y con el que se pretende desestacionalizar la temporada turística con propuestas basa-

das en la cultura, la naturaleza y la gastronomía. Las jornadas gastronómicas de la harina y el maíz de Llanes, organizadas por el Ayuntamiento de Llanes y la Asociación Llanisca de Restaurantes (Allares), cuentan con la colaboración de la Consejería de Cultura, Comunicación Social y Turismo.

Los comensales pueden visitar restaurantes distribuidos por Ardisana, Toró, Barro, Caldueño, Cue, Niembro, La Portilla, Vidiago, Riego, Quintana y la Villa. La Oficina de Turismo de Llanes es la entidad que ofrece todo tipo de información, sobre las jornadas y sobre las diferentes actividades que se llevan a cabo en la zona. Pueden consultarse los menús propuestos en www.llanes.com. Resulta muy útil reservar mesa con antelación suficiente. Los establecimientos presentarán menús tradicionales y propuestas innovadoras: los tortos de maíz que acompañan a carnes y pescados; fabada con pantrucu, harina de maíz con cebolla, grasa y sangre de cerdo envuelto en hojas de maíz y cocido; el boronchu o borona, elaborado con harina de maíz y relleno al gusto; la bolla frita y los frixuelos.



La iglesia de Nuestra Señora de los Dolores de Barro.

Este evento gastronómico es la excusa perfecta para visitar un concejo lleno de encantos. Entre el parque nacional de los Picos de Europa y el mar Cantábrico se asienta un centenar de típicas aldeas asturianas en el concejo de Llanes. La mayor parte de esta superficie es paisaje protegido, tanto en la costa como en la sierra del Cuera. Mar y montaña se funden en un espacio que permi-

te al visitante caminar o pedalear a lo largo de sus 45 kilómetros de senda costera, que recorre playas naturales, acantilados y bufones, sorprendente efecto que produce el mar cuando se filtra por las cavidades de las rocas y despiden potentes chorros a gran altura.

Una de las actividades que se pueden practicar en el concejo es el golf. El campo municipal de Llanes

es de 18 hoyos, tipo link escocés y goza de inigualables vistas. También se puede disfrutar del entorno practicando otras actividades de naturaleza, como la pesca, paseos a caballo, descenso de cañones o rutas en quad. Lo más apropiado y ventajoso es el programa «Golf de mar y montaña», que ofrece importantes descuentos entre alojamientos y actividades.

La prehistoria de estas poblaciones está patente en multitud de yacimientos arqueológicos, desde el Paleolítico hasta el Ídolo de Peña Tu, con grabados y pinturas rupestres. El Llanes medieval es otro legado importante de nuestra historia, con su casco antiguo declarado conjunto histórico-artístico, las murallas, la basílica y el torreón del siglo XIII, hoy oficina de turismo distinguida con la Q de calidad turística, al igual que la playa de Toró. La oferta cultural la completan el Llanes mariner, el Llanes indiano, con impresionantes palacios coloniales, el Llanes moderno, con «Los cubos de la memoria», y el Llanes rural, con el Museo Etnográfico del Oriente de Asturias en Porrúa.



16-Mar-2011

ESPACIO: 286 cm2

PORCENTAJE: 25%

PERIODICIDAD: Diario

La calidad vertebrará el nuevo plan de turismo del Gobierno regional

53 establecimientos reciben en Almagro el distintivo de calidad turística

LANZA
CIUDAD REAL

La vicepresidenta y consejera de Economía y Hacienda, María Luisa Araújo, aseguró ayer durante la entrega de los distintivos de calidad turística que "la calidad es uno de los ejes vertebrales del nuevo Plan Estratégico de Turismo 2010/2014".

De hecho, numerosas empresas turísticas de la región se han hecho con el certificado de la Q de Calidad (alojamientos, restaurantes, oficinas de turismo, etc) que representa la excelencia en el sector.

La política de calidad se ha convertido en un factor fundamental de diferenciación y de competitividad de nuestras empresas y del conjunto del sector turístico, de ahí que "todas las administraciones debamos cooperar de forma conjunta para promocionar, difundir y apoyar la implantación de sistemas de calidad.

La mancomunidad de Tierra de Caballeros es un ejemplo de esto que estamos hablando "porque de la colaboración pública y privada hemos conseguido esta distinción que fomenta la promoción turística, como eje

principal para favorecer el desarrollo de los seis municipios que la integran".

La vicepresidenta se refirió también a las posibilidades turísticas de este municipio, de la comarca y de Castilla-La Mancha recordando que el turismo rural ocupa un lugar destacado, tanto en número de viajeros como de pernoctaciones y que la provincia de Ciudad Real en concreto, fué en 2010 la séptima provincia española con mayor crecimiento en su volumen de viajeros en esta modalidad rural.

La vicepresidenta reconoció en este sentido el esfuerzo de los

empresarios porque en un periodo de crisis como el actual han confiado en sus posibilidades y han aumentado el número de plazas hoteleras y el número de casas rurales. "Los empresarios creyeron en su tierra y decidieron invertir y en eso han tenido a su lado al Gobierno de José María Barreda que en la última legislatura ha destinado más de 24 millones de euros a apoyar a los municipios, a las empresas y a las asociaciones".

En colaboración Turespaña en Castilla-La Mancha hay tres Sistemas Integrales de Calidad Turística en Destino. □

Audiencia: 158.000

Difusión: 26.692

Valor Pub: 90,8 €

Canarias7

Sección: Local

Pág.: 15



17-Mar-2011

ESPACIO: 33 cm2

PORCENTAJE: 2%

PERIODICIDAD: Diario

RECONOCIMIENTO AL GRUPO PÉREZ MORENO

El Grupo Pérez Moreno está de enhorabuena. Todos los establecimientos de su cadena turística Relaxia han sido distinguidos con el reconocimiento de la Q de calidad. El próximo día 31, en el complejo turístico Relaxia Lanzaplaya, en Puerto del Carmen, en Lanzarote, el presidente del Gobierno de Canarias, Paulino Rivero, presidirá el acto de entrega del citado reconocimiento, un premio al esfuerzo por la calidad en todas sus actividades que distingue a la citada empresa.



17-Mar-2011

ESPACIO: 34 cm2

PORCENTAJE: 3%

PERIODICIDAD: Diario

TURISMO

La cadena Relaxia recibe la 'Q' de calidad

LP/DLP | LAS PALMAS

El presidente del Grupo Pérez Moreno, Javier Pérez Zúñiga, se complace en invitarle al acto de presentación de la concesión de la 'Q' de calidad de todos sus establecimientos que componen su cadena turística Relaxia. La convocatoria, que tendrá lugar el próximo jueves 31 de marzo a las 13.00 horas en Puerto del Carmen, Lanzarote, asistirá el presidente del Gobierno canario, Paulino Rivero.



17-Mar-2011

ESPACIO: 460 cm2

PORCENTAJE: 40%

PERIODICIDAD: Diario

Castellón puede presumir de playas

El Ayuntamiento no ha escatimado esfuerzos en los últimos años para dar los mejores servicios a los usuarios de sus zonas de baño, dotándolas de los elementos suficientes para satisfacer la demanda de ocio y adaptándolas a todas la necesidades

REDACCIÓN

redaccion@quecastellon.es

Castellón tiene unas buenas playas y con buenos servicios. Año tras año, nuestra costa ha ido mejorando los servicios y dotaciones puestos al servicio de los visitantes y vecinos con el fin de que puedan disfrutar del mar y el sol.

El Ayuntamiento de Castellón se ha esforzado por dotar a las playas de actividades, instalaciones de ocio como las plataformas flotantes y un mayor número de servicios como más duchas o lava piés a la vez que se han adecuado para personas con movilidad reducida y discapacitados ha sido recompensado por la buena acogida y satisfacción de los visitantes que año tras año llegan hasta nuestras costas.

Las playas de Castellón y sus inmediaciones cuentan con las instalaciones necesarias para disfrutar de un día de playa en familia ya que cuentan con circuitos depor-

tivos y juegos para niños, zonas de descanso, zonas biosaludables, pasarelas de ancho especial y adecuación de la zona de acceso para discapacitados. Además, se han incrementado los puntos de información, con un sistema centralizado en el paseo de la playa del Curugú además de megafonía en toda la playa. "Queremos una playa para todos, para que nuestros visitantes, grandes y pequeños, puedan disfrutar del sol, el mar y la playa durante el verano y las temporadas más turísticas", según explica la concejala de Turismo, Beatriz Gascó, quien ha reiterado la apuesta del Ayuntamiento de Castellón "por unas playas de calidad".

Nuestras playas también cuentan con una Carta de Servicios donde se fijan todas prestaciones, con planos donde se sitúan cada uno de estos servicios, así como accesos y aparcamientos. Entre las iniciativas, se ha editado



Las playas de Castellón están plenamente adaptadas y con los mejores servicios.

una guía de comportamiento en la playa con recomendaciones ambientales, también se llevan a cabo campañas de

educación y sensibilización ambiental, la renovación y ampliación de los servicios de WC y de cabinas para dis-

capacitados, un servicio permanente de sillas anfibia y muletas de baño para las personas discapacitadas. Hay instalaciones deportivas y elementos de juegos y ocio para niños, plataformas flotantes en cada una de las playas, se han modernizado las torres de vigilancia, se cuenta con sonoplaya, que permite tomar el baño a las personas sordas, se han instalado zonas de descanso en la orilla para uso de personas mayores o discapacitadas, se ha renovado la señalización y se desarrollan actividades lúdicas como juegos infantiles, actividades culturales con la biblioteca del mar o el teatro de la mar, y se han conseguido la 'Q' de calidad de las tres playas de Castellón, además del certificado de ISO Ambiental 14001, en el Serradal, el Pinar y el Gurugú. Gascó señala que el Ayuntamiento no escatimará esfuerzo para dotar a nuestras playas de los mejores servicios.



19-Mar-2011

ESPACIO: 804 cm2

PORCENTAJE: 66%

PERIODICIDAD: Diario

Jan de Clerck.
Medalla de la Provincia

Cádiz, por vocación

Texto: J.B.

Fotos: Borja Benjumeda y Andrés Mora

No podrá asistir al Teatro Moderno de Chiclana para recoger la Medalla de la Provincia que le otorga Diputación. Y tiene un buen motivo: está haciendo lo que mejor sabe, vender en Bélgica las excelencias de la costa atlántica gaditana. Acudirán en su nombre al acto sus hijos Stefaan, Sophie y Anne, la tercera generación familiar que mantiene vivo el sueño de Joris y Roger De Clerck, dos hermanos belgas que en 1966 abrieron las puertas de un hotel de dos estrellas, el Playa de la Luz. Jan se sumaba al proyecto tres años después, y aterrizaba en una provincia que, como recuerda, "no se conocía prácticamente en ninguna parte de Europa". Y desde ese momento se puso manos a la obra para cambiar ese desconocimiento sobre una zona privilegiada, "donde he luchado, trabajado y disfrutado".

El impulso inversor

Si algo ha caracterizado a este empresario hotelero ha sido y es el inconformismo. Mejorar no es una mera ambición, es una necesidad vital. Poco a poco, logró atraer turistas europeos al mismo ritmo que aumentaba el patrimonio del que disfruta en la actualidad el Grupo HACE (Hoteles Andaluces con Encanto). El Playa de la Luz sumó dos estrellas más, misma categoría que ostentan el Duque de Nájera, también en Rota, y Guadacorte Park, en Los Barrios. Hotel Jerez & Spa y Hotel Villa Jerez son las joyas de la corona con sus cinco estrellas, mientras que se mantiene el impulso inversor tras alcanzar un acuerdo para la gestión del hotel de Puerto Sherry, en El Puerto de Santa María.

A la espera de vientos más propicios para el sector turístico y la economía en general, mantiene intacto un ilusionante proyecto en La Sierra de Cádiz. "Tenemos ganas de retomar en cuanto podamos el hotel de cuatro estrellas en Algar, un proyecto que sigue nuestra línea de calidad".

Y es que, para el Grupo HACE, la calidad y el servicio al cliente lo son todo, como demuestra el hecho de ostentar la Q de calidad en todos sus centros hoteleros, así como la ISO 14001 medioambiental.

A cada momento, Jan De Clerck retoma el discurso de que Cádiz debe ofrecer más y mejor que otros destinos similares. Apuesta por las cuatro estrellas como distintivo para la provincia, "y no olvidemos que cuatro estrellas en España son cinco en otros muchos países", y abre la puerta a la construcción de nuevos cinco estrellas,

"siempre y cuando se faciliten las circunstancias para ello y se haga todo más flexible para que el viajero llegue a nuestro destino".

En este punto se centra en uno de sus caballos de batalla: el Aeropuerto de Jerez. "No se hace todo el esfuerzo necesario por parte de las administraciones para mimar la costa gaditana", señala, haciendo hincapié en las dificultades que pasa el aeropuerto gaditano frente a otros regionales.

En cualquier conversación con miembros de la familia De Clerck también se saca a colación el tema de la profesionalidad en los trabajadores del sector turístico. "Hay que redoblar el trabajo en el campo de la formación. De las escuelas se sale con una preparación insuficiente para las necesidades reales". En este sentido entona el *mea culpa*, y reclama a los empresarios mayor compromiso en un aspecto, la profesionalización, vital para el mantenimiento y supervivencia del sector y, sobre todo, de los estándares de calidad que reclama el cliente que visita la provincia, donde resaltan sobremanera los ciudadanos ingleses y alemanes.

Pese a la distancia, Jan De Clerck reconoce que vivirá la jornada del 19 de marzo "con ilusión por el reconocimiento de la Diputación. La verdad es que esta provincia me ha tratado de maravilla, dándome numerosos premios en distintos ámbitos y lugares. Pensaba que ya no recibiría ninguno más".





19-Mar-2011

ESPACIO: 881 cm2

PORCENTAJE: 72%

PERIODICIDAD: Diario



Jan de Clerck y su hijo Stefaan, ante el embarcadero de Puerto Sherry.



Los hermanos Steefan y Sophie de Clerck posan en el Hotel Duque de Nájera de Rota.



20-Mar-2011

ESPACIO: 291 cm2

PORCENTAJE: 35%

PERIODICIDAD: Diario



Rafael Gallego, nuevo vicepresidente del Consejo de Turismo de la CEOE

El presidente de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes, Rafael Gallego –en la imagen–, ha sido nombrado nuevo vicepresidente del Consejo de Turismo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Además, a este consejo se incorporan también Miguel Mirones, presidente del Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), Sebastián Escarrer, vicepresidente de Sol Meliá, y Abel Matutes, presidente de la Mesa del Turismo y ex ministro de Asuntos Exteriores. De este modo, la CEOE busca ser el gran aglutinador del empresariado turístico español y convertirse en un lobby que defienda los intereses no sólo de las grandes empresas, sino también de las pequeñas y medianas compañías de nuestro país.

Audiencia: 50.000

Difusión: 12.500

Valor Pub: 284,5 €

NEXOTUR
Periodico Profesional de la Nueva Agencia de Viajes

Sección: Portada

Pág.: 1



21-Mar-2011

ESPACIO: 134 cm2

PORCENTAJE: 15%

PERIODICIDAD: Semanal

Gaspart impulsa el Consejo 'de todos' en CEOE

El Turismo tendrá una sólo voz al integrar el Consejo de Turismo de CEOE a los 'lobbies' empresariales

El Sector Turístico contará, por fin, con un interlocutor único ante los Poderes Públicos y la Sociedad, gracias a la iniciativa de Joan Gaspart, respaldada por el nuevo presidente de CEOE, Joan Rosell. Joan Gaspart ha integrado en el seno del Consejo a los *lobbies* empresariales, con un Comité Ejecutivo en el que están representadas todas las organizaciones.

Los presidente de los *lobbies* empresariales, Sebastián Escarrer (Excel-tur) y Abel Matutes (Mesa del Turismo), se han incorporado al Consejo de Turismo de CEOE, junto a los presidentes de FEAAV y del ICTE, Rafael Gallego y Miguel Mirones.

En la reunión del Consejo, celebrada el martes día 15 en la CEOE, se aprobó el nuevo órgano, y la celebración en Madrid de una Cumbre del Turismo, organizada por el Empresariado. **Editorial en pág. 3**



21-Mar-2011

ESPACIO: 278 cm2

PORCENTAJE: 31%

PERIODICIDAD: Semanal

CEOE: El Consejo de todos



ASPART LO HA HECHO POSIBLE. El Consejo de Turismo de CEOE ha logrado la ansiada unidad sectorial. Los presidentes de los dos *lobbies*, el de grandes empresas (Exceltur) y el veterano grupo de opinión (Mesa del Turismo) se han integrado como vicepresidentes en el nuevo "comité ejecutivo" del Consejo de Turismo de CEOE. Además, son vocales las cabezas de grandes Grupos, como Hidalgo (Globalia), Conte (Orizonia) o Tazón (Amadeus), aunque sin Iberia ni El Corte Inglés. El presidente del ICTE y de Balnearios (además de CEOE-Cantabria), Miguel Mirones, aume la vicepresidencia primera. Y el Sector está representado, por el presidente de FEAAP, con Rafael Gallego como vicepresidente, al igual que la Hostelería con la CEHAT.

Ante todo, es de justicia reconocer la extraordinaria capacidad de Joan Gaspart, curtido en mil batallas asociativas, para lograr lo que parecía imposible. Es cierto que para ello ha contado con el absoluto respaldo de Joan Rosell, el nuevo "patrón de patrones" de la CEOE. Y que la idea de convertir al Consejo de Turismo en el gran *lobby* integrador, sentando en una misma mesa a los grandes, no es nueva. Ya la planteó Gonzalo Pascual, sin lograrlo. De ahí que la consecución de este ansiado logro tenga tanta relevancia. Sólo por ello, nuestro Personaje de la Semana, Joan Gaspart, merece el aplauso general, y de consolidar este avance bien merecería ser el Personaje del Año del Turismo en España.

Una de las claves de este éxito es la salida de CEOE de Díaz Ferrán y Pascual, con quienes Simón Pedro Barceló o Juan José Hidalgo mantenían un enfrentamiento feroz.

Parece lógico que la llegada de Gaspart haya servido para que quienes han mostrado tan poco afecto por la CEOE, hayan podido atravesar este Rubicón.

¿Cuenta, a partir de ahora, el Turismo en España con un interlocutor único ante el Gobierno y la Prensa?

¿Ha logrado el Sector hacer realidad el sueño de hablar con una sola voz?

Sólo el tiempo dirá si estamos ante una unidad verdadera, o ante un paso "políticamente correcto" de quienes en el fondo no estén dispuestos a actuar como uno solo. La apuesta de CEOE, integrando a Barceló (enfrentado con sus dos anteriores presidentes, e incluso al gerente Zoreda, es evidente.

Aunque conviene recordar que el papel asignado al comité ejecutivo del Consejo de Turismo es precisamente el de *supra lobby*.

Un equipo de notables capaz de ejecutar acciones aprobadas por el Consejo, pero con carácter consultivo y no decisorio. El poder de decisión continuaría en las Organizaciones empresariales que forman el Consejo, si bien la manera de hacer de la cúpula empresarial sigue caracterizándose por la cocina previa. A diferencia de las Organizaciones de base, en que todo se vota.

Ojalá estas reflexiones apresuradas sean eso, fruto de la perentoriedad que exige el mundo de la información. Y que el camino que se inicia sea tal como ese bendito visionario llamado Gaspart desea. Todos estamos en la obligación de contribuir a que así sea. Porque solo entre todos será posible hacer realidad el sueño de Gaspart.

Que le sea útil. Ese es nuestro mayor interés.

La unidad empresarial, que dote al Turismo de una única y poderosa voz, y de un sólo interlocutor con los Poderes Públicos y la Sociedad, es el objetivo por el que la CEOE, gracias a Gaspart, ha apostado



21-Mar-2011

ESPACIO: 264 cm2

PORCENTAJE: 29%

PERIODICIDAD: Semanal

Gaspart: 'En el Consejo de Turismo de CEOE estamos todos: pequeños, medianos y grandes'

El Sector tiene, por fin, un interlocutor único, que permite al Turismo hablar con una sola voz

Joan Gaspart ha logrado lo que parecía imposible: unir al Empresariado del Sector Turístico, en torno al Consejo de Turismo de CEOE, en el que se dan cita las Organizaciones empresariales sectoriales y territoriales de ámbito estatal.



Joan Gaspart

Los presidentes de los lobbies Exceltur y Mesa del Turismo, Sebastián Escarrer (Sol Meliá) y Abel Matutes (Fiesta), son ya vicepresidentes del Comité Ejecutivo del Consejo de Turismo, al igual que el presidente de FEAAV, Rafael Gallego, y del ICTE y CEOE-Cantabria, Miguel Mirones. Forman parte del nuevo órgano Joan Molas (CEHAT), José M^a Rubio (FEHR), Juan José Hidalgo (Globalia), Fernando Conte (Orizonia), José A. Tazón (Amadeus), así como

los presidentes de la Confederación Empresarial de Andalucía y el Instituto de Empresa Familiar, Santiago Herrero y Simón Pedro Barceló, entre otros.

Tras la trascendente reunión del Consejo, celebrada a puerta cerrada el martes 15 en la CEOE, el presidente Joan Gaspart declaró que "el nuevo Consejo no va a ser mejor ni peor que los anteriores, sino diferente", ya que en él están todos los que han querido estar: ya sean pequeños, medianos o grandes". Para Gaspart "la CEOE es la casa de todos y su Consejo de Turismo va a ser el gran Foro del Turismo, a nivel estatal".

Joan Rosell, presidente de CEOE, compareció en el Consejo para dar su respaldo al nuevo Comité Ejecutivo.



Los presidentes de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y de su Consejo de Turismo, Joan Rosell y Joan Gaspart, junto a dos de los nuevos vicepresidentes, Rafael Gallego y Miguel Mirones.



21-Mar-2011

ESPACIO: 143 cm2

PORCENTAJE: 16%

PERIODICIDAD: Semanal

El 34% de los españoles reservan en una agencia

La agencia es la principal forma de contratación de viajes de los españoles, con cerca del 33,7% de las reservas realizadas, según los datos de la encuesta sobre calidad percibida elaborada por el Instituto de Calidad Turística Española (ICTE).

De este modo, estos intermediarios siguen siendo el canal principal de reserva de los españoles a la hora de planificar sus vacaciones, con valores similares a los registrados en los dos últimos años.

Por su parte, la contratación de viajes a través de Internet gana adeptos. El 24,5% de los españoles ya reserva sus vacaciones en la Red, lo que supone un aumento del 7% respecto a 2009. Asimismo, el medio online se ha convertido en el más utilizado para informarse sobre el destino que se quiere visitar, aunque un 62,8% de estos usuarios opta por otras formas de organización. También es muy valorada la opinión de los viajeros a través de las redes sociales, utilizadas por el 25,4%.



Miguel Mirones

Por tipología del destino, el 56,1% de los viajeros dan mucha importancia al 'sol y playa', mientras que el factor cultural incrementa su peso, con el 75%, frente al paisaje y la naturaleza (77%) o la práctica del deporte (67%). En cuanto a la forma de desplazamiento,

el coche particular, con un 49,6%, es el más utilizado, aunque desciende respecto a 2009. Por el contrario, el avión, que se mantienen en segunda posición con un 25,8% del total de encuestados, experimenta una evolución favorable del 2%.

En lo que respecta al tipo de alojamiento, los hoteles de cuatro y cinco estrellas son los más utilizados, con el 32,5% de los viajeros. La casa particular vuelve a situarse en segundo lugar, con un 26,2%, tres puntos y medio menos que en 2009. Los hoteles de tres estrellas se mantienen en cifras de años anteriores, y en tercera opción, mientras que los alojamientos rurales los utilizan el 6,2% de los españoles.



21-Mar-2011

ESPACIO: 110 cm2

PORCENTAJE: 9%

PERIODICIDAD: Diario

EN BREVE**Los empresarios de
playas de Nerja optan a
certificados de calidad****PROMOCIÓN**

:: **E. CABEZAS.** La Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, en colaboración con el Ayuntamiento de Nerja, ha puesto a disposición de las empresas y servicios turísticos del litoral nerjeño un servicio gratuito de consultoría y asistencia técnica para la implantación de sistemas de gestión de calidad y medioambiental. El objetivo es contribuir a la mejora de la competitividad del sector turístico, con la implantación de sistemas de gestión de la calidad y la gestión medioambiental mediante la consolidación de la cultura de la calidad y el incremento del número de establecimientos certificados bajo determinadas normas, como la 'Q' de Calidad Turística, o las normas ISO 9.000 o la ISO 14.000.



'Q' de Calidad en Burriana. :: E. C.