

# CANARIAS7

Miércoles 19 de enero de 2022

SUPLEMENTO ESPECIAL

# Como decíamos ayer...

**Fitur 2022.** Canarias acude a Madrid confiando en remontar y con la mirada puesta de nuevo en la evolución de la pandemia y las restricciones



# Canarias, con los deberes hechos y confiando en la recuperación en marzo

La Consejería de Turismo subraya la necesidad de que Madrid articule un plan específico de competitividad aérea

## CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Canarias acude desde hoy a la Feria Internacional del Turismo de Madrid, Fitur, con el fin de afianzar la conectividad aérea con el mercado peninsular y con la previsión de que el próximo mes de marzo comience la recuperación del turismo en las islas tras la crisis provocada por la pandemia de coronavirus.

La consejera de Turismo del Gobierno regional, Yaiza Castilla, en una rueda de prensa el pasado viernes junto al director gerente de Turismo de Islas Canarias, José Juan Lorenzo, destacó que para la recuperación del mercado turístico nacional es preciso un plan específico de competitividad aérea, que demandarán al Gobierno de España.

Para Castilla, esta reclamación deberá ser «la bandera a defender por cualquier Gobierno de Canarias y la harán visible en esta edición de Fitur, en la que el archipiélago quiere mostrar sus avances en materia de sostenibilidad y descarbonización, «un aspecto que cada vez valoran más los turistas a la hora de viajar».

La consejera indicó que los siete cabildos estarán presentes en



Canarias acude a Fitur confiando en que el turismo repunte tras la sexta ola, como señaló la pasada semana la consejera Yaiza Castilla al presentar el stand. **CT**

el pabellón de 1.425 metros cuadrados que ocupa el stand de Canarias, al que acuden 267 empresas y 600 profesionales de las islas acreditados, casi el doble que el año pasado.

Como ejemplo de la apuesta canaria por la sostenibilidad, Lorenzo explicó que por primera vez se ha medido la huella de carbono que dejará la presencia canaria en Fitur, 83,87 toneladas de CO<sub>2</sub>, que se ha compensado con la plantación de 446 árboles en una finca de Gáldar, en Gran Canaria, y además toda la información que se presenta en la feria será a través de una aplicación digital para

evitar el uso del papel.

Castilla agregó que en 2021 hubo altibajos en la llegada de turistas al archipiélago debido a la pandemia y sus variantes, unido a las restricciones impuestas por los países emisores y por el Gobierno de España, que han «truncado» las buenas perspectivas que se preveían para este invierno.

A ello se sumó la erupción del volcán de Cumbre Vieja en La Palma, con las consecuencias que ha tenido para la isla, pero señaló que las perspectivas para el turismo en 2022 son «optimistas» ante la evolución de la pandemia según avanzan los científicos, aun-

que ha dicho que con «toda la prudencia», debido a los cambios que puedan producirse.

Yaiza Castilla se refirió también a otras amenazas que pueden afectar la recuperación del sector por la alta inflación, posibles nuevas variantes de covid y el elevado precio del petróleo.

**La inflación y el elevado precio del petróleo son amenazas a corto plazo para el archipiélago como destino turístico**

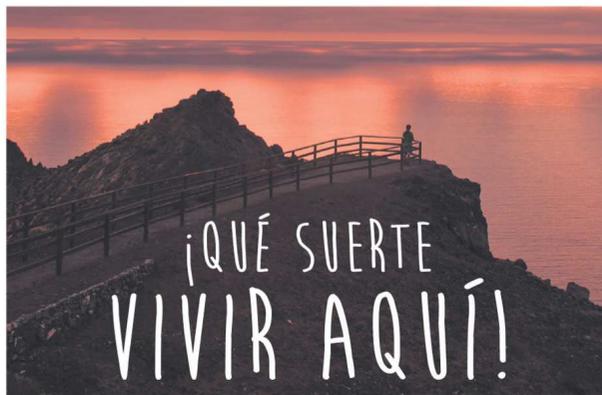
No obstante, remarcó que la recuperación del sector se aprecia en la lista de espera para ocupar los espacios que el pabellón de Canarias pone a disposición de las distintas compañías y, en concreto, en el informe dado a conocer por Exceltur, que prevé que se logre alcanzar en 2022 cerca del 90 % del volumen de ingresos logrado antes de la crisis, cifras que se podrían dar en Canarias, según la responsable autonómica.

Así mismo, subrayó que las plazas aéreas para este invierno mantienen un crecimiento de un 9 % frente al del periodo del 2020 al 2021 pese a las cancelaciones de las reservas para enero y febrero y la segunda quincena de diciembre por la variante ómicron y por las restricciones y medidas adoptadas por Reino Unido y Alemania, principales países emisores de turistas a la islas.

Según los datos que facilitó, las plazas aéreas para este invierno se elevan a 7,8 millones, 642.488 más que en el periodo anterior, lo que supone una «apuesta clara» por Canarias por parte de las aerolíneas.

Además, incidió en que el mercado nacional ocupa un destacado puesto en este incremento y que las perspectivas para este invierno son bastante positivas, ya que los asientos han aumentado un 11,3 % y se sitúa como el segundo mercado que más crece tras Alemania, con un incremento de un 12,8%.

La consejera dijo todas que las islas se ven beneficiadas de este incremento de capacidad aérea con la peninsular, incluida La Palma, que se encuentra en el tercer puesto, con un aumento de un 18,7%, solo superada por Lanzarote, con un 29,1% de incremento, y Fuerteventura, con un 21,8%.





# Disfruta de un cálido invierno

-25%



Promoción válida hasta el 2 de febrero para estancias hasta el 31 de octubre de 2022.

Ver condiciones en [lopesan.com](https://www.lopesan.com)



**LOPESAN**  
HOTEL GROUP

# Más visitantes pero con un retroceso en el peso de la economía española

Entre enero y noviembre llegaron a España 28,2 millones de turistas extranjeros, 9,9 millones más que un año antes

## CANARIAS7

MADRID. España recibió en noviembre de 2021 siete veces más turistas extranjeros que en el mismo mes de 2020, y en los once primeros meses del año casi diez millones más que un año antes, si bien el peso del sector en el PIB se ha reducido al 5,5%, el menor de la serie histórica.

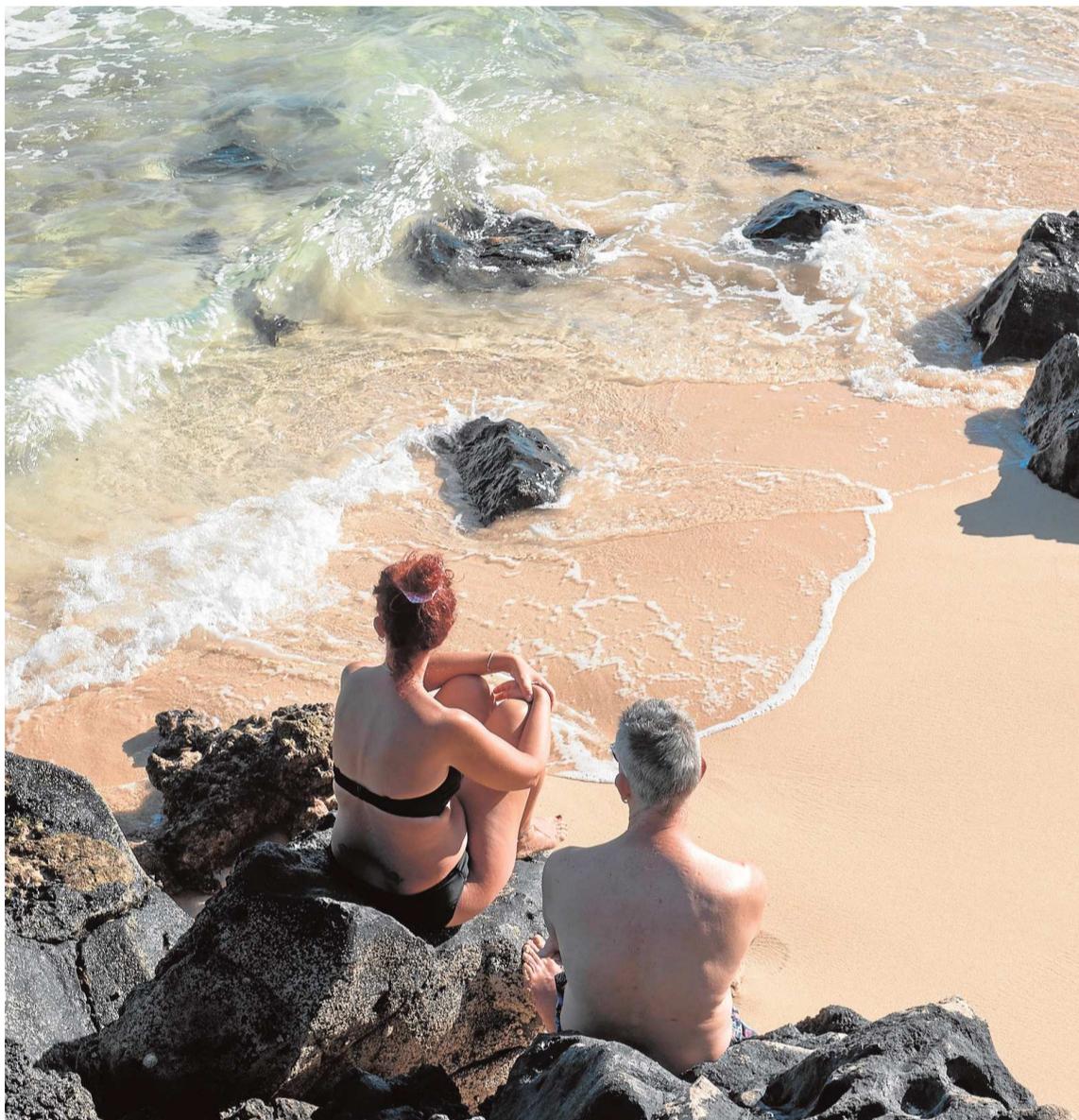
Según las encuestas de entradas de turistas internacionales (Frontur) y del gasto que hicieron (Egatur) publicadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE), entre enero y noviembre llegaron a España 28,2 millones de turistas extranjeros, 9,9 millones más que un año antes, y el gasto que realizaron creció un 63,8% hasta 31.274 millones de euros.

Solo en noviembre llegaron a España 3,3 millones de turistas extranjeros, un 633% más que en el mismo mes de 2020, que gastaron 3.748 millones de euros, un 677,6% más que en el mismo mes de 2020.

Los datos contrastan con los de 2020, en plena pandemia de coronavirus, y en noviembre de ese año visitaron España 457.000 viajeros procedentes del exterior, que se dejaron 482 millones de euros; un año antes llegaron 4,65 millones de turistas que hicieron un gasto de 5.063 millones de euros.

En una nota, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo destaca que España ha recuperado en noviembre el 72% de los turistas internacionales de 2019.

La titular del departamento, Reyes Maroto, señala en la nota que estos datos «confirman que la recuperación del turismo internacional continuó su avance



Turistas en Fuerteventura. La llegada de visitantes ha estado marcada por la evolución de la pandemia. EFE

gradual en noviembre, pese al aumento de los contagios en nuestros principales mercados europeos».

«Mes tras mes, vemos cómo España va acercándose a los volúmenes de turistas y gasto que tenía en 2019, aunque la incertidumbre asociada a la nueva ola podría retrasar la recuperación de los niveles prepandemia en el turismo internacional, lo cual dependerá de su duración como hemos visto en olas anteriores»,

añade.

Sin embargo, la confianza en los viajes a España es mayor debido a los altos niveles de vacunación del país, indica Reyes Maroto, lo que «hace prever un total de llegadas de turistas internacionales en el cuarto trimestre de 2021 entre 10,2 y 10,6 millones, lo que supone entre un 62% y un 64% de las recibidas en el mismo periodo de 2019».

En noviembre llegaron a España siete veces más turistas ex-

tranjeros que hace un año, y el Reino Unido fue el principal mercado emisor, con 597.458 viajeros o el 17,8% del total, seguido de Francia, con 496.579, y Ale-

**La confianza en los viajes a España es mayor por el alto nivel de vacunación del país, por encima de la media de la UE**

## Un «largo camino por delante»

Por lo que respecta al empleo, con ayuda de los ERTE durante el año se mantuvieron 2,23 millones de puestos de trabajo, el 11,8% del total de la economía española. Al respecto, el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat), Jorge Marichal, advierte de que queda «un largo camino por delante», aunque cuando las condiciones de seguridad puedan darse de una forma más clara, «seguro que vamos a tener unos buenos números en los próximos meses».

mania, con 479.403.

El principal destino de los visitantes foráneos fue Canarias (recibió un millón de visitantes extranjeros), adonde se dirigieron tres de cada diez turistas, principalmente británicos y alemanes.

Inmediatamente por detrás de Canarias figura Cataluña, con 604.925 turistas procedentes en su gran mayoría de Francia y otros países europeos, y a continuación Andalucía, con 485.504, procedentes principalmente del Reino Unido y países nórdicos.

En cuanto al gasto realizado, representó tres cuartas partes de los valores del mismo mes de 2019, ya que los turistas que visitaron España se quedaron de media un día más que en 2019, razón por la cual aumentó también el gasto medio por viajero hasta los 1.119 euros, frente a los 1.086 euros de noviembre de 2019.

No obstante estas cifras, el peso del turismo en la economía española cayó 6,9 puntos en 2020 y se situó en el 5,5% del producto interior bruto (PIB), el porcentaje más bajo de toda la serie histórica, que aunque comienza en 1995 no permite una comparación exacta nada más que a partir de 2016.

Este indicador, medido a través de la demanda final turística, alcanzó los 61.406 millones de euros en 2020, 93.331 millones menos que en 2019, cuando su contribución fue de 154.737 millones.

**El paraíso lo tienes muy cerca**

**CORRALEJO**  
grandes playas

Ayuntamiento de La Oliva

# Hotel Riu Paraiso Lanzarote \*\*\*\*

TOTALMENTE RENOVADO

# 20%\*

## de descuento

estancias del 14/01/22 hasta el 28/02/22



Situado al sureste de Lanzarote, en primera línea de la Playa de Los Pocillos, este Todo Incluido 24h te ofrece una excelente gastronomía y un completo programa de animación para niños y adultos, para que disfrutes de unas vacaciones inolvidables.

Completamente renovado con un estilo fresco y elegante, el Hotel Riu Paraiso Lanzarote es el lugar perfecto para tomarte un placentero descanso frente a la playa.

Información y Reservas: [www.riu.com](http://www.riu.com) · 871 930 290

\*Descuento válido para reservas efectuadas antes del 27/01/22 en [riu.com](http://riu.com) y call center, para estancias hasta 28/02/22. Sujeto a disponibilidad.

ALEMANIA · ARUBA · BAHAMAS · BULGARIA · CABO VERDE · COSTA RICA · EAU · EEUU · ESPAÑA · IRLANDA · JAMAICA · MALDIVAS  
MARRUECOS · MAURICIO · MÉXICO · PANAMÁ · PORTUGAL · REPÚBLICA DOMINICANA · SRI LANKA · TANZANIA

*As you like it*

**RIU**  
HOTELS & RESORTS



Fitur volverá a chequear la salud del turismo, con especial incidencia en Canarias. EFE

# Casi 7.000 empresas de 107 países en un perfecto test de estrés del sector

La feria española presume de ser una de las pocas del mundo en materia turística que mantiene el modelo presencial

## CANARIAS7

MADRID. Casi 7.000 empresas acudirán a la 42 edición de Fitur, que se celebra desde hoy en Ifema, en Madrid, en una apuesta por la celebración 'online' y presencial para lanzar el mensaje de que el turismo debe recuperar su liderazgo como palanca de desarrollo y convivir de forma segura con la nueva situación derivada de la pandemia. La feria, que se presentó el martes pasado en Madrid, tiene lugar hasta el día 23, los tres primeros días sólo para profesionales, y el fin de semana, como es habitual, para el público en general, en una edición que reúne a representantes de 107 países y que cuenta con República Dominicana como país socio.

Miembros de la propia orga-

nización y de las administraciones estatal, autonómica y local, que han presentado la feria en rueda de prensa, han destacado la unión de los tres estamentos para sacar adelante este Fitur semipresencial, en una apuesta más arriesgada que la de la feria de Berlín, que se celebrará en marzo pero sólo en canales 'online'.

El presidente del comité ejecutivo de Ifema, José Vicente de los Mozos, dijo que con la organización de Fitur -la única feria del mundo que no ha dejado de celebrarse ningún año por la pandemia- se demuestra que es posible mantener viva la actividad económica sin afectar a la seguridad.

En la idea de conjugar actividad y seguridad coincidieron el secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés, el consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid, Enrique Ruiz Escudero, la concejal de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, Almudena Maillo; el secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Zurab

Pololikashvili, y el presidente del comité organizador de Fitur y presidente de Iberia, Javier Sánchez Prieto.

Los asistentes a la feria, tanto profesionales como público en general, deberán presentar o bien el certificado covid, en el caso de los procedentes de la Unión Europea, o el código QR Spain Travel Health, que permite la entrada en España desde países no comunitarios, o bien un test negativo (OCR o antígenos) hecho en las 24 horas anteriores. Será obligatorio usar mascarilla FFP2.

## 60.000 profesionales

Con 600 expositores y 6.933 empresas, la feria pretende generar confianza en el mercado, in-

**Ifema espera la visita esta semana de 60.000 profesionales y unas 30.000 personas como público**

centivar el sector de los viajes y poner de manifiesto la trascendencia del turismo de negocios, informan los organizadores de la muestra.

La organización ha destacado que las cifras de participación se sitúan en niveles «muy cercanos» a las citas previas a la pandemia, ya que se ocuparán ocho pabellones (el año pasado sólo fueron tres) con una superficie neta de exposición de 56.700 metros cuadrados y con representación de todas las comunidades autónomas.

De los 107 países, entre destinos y empresas, que acuden a Fitur, 70 asisten con representación oficial. En 2020, justo antes de declararse la pandemia, fueron 165 países. Ifema prevé que visiten el recinto esta semana alrededor de 60.000 profesionales y 30.000 personas de público, muy por encima de 2021, pero por debajo de 2020.

La participación presencial se completa con una plataforma digital, Fitur LIVEConect, que está operativa desde el pasado 20 de diciembre hasta el 4 de febrero.

La novedad de la feria será la Fitur Cruises, que el sábado tratará de presentar al público su oferta, tan mermada por la pandemia.

Al tiempo, se activará también por primera vez la plataforma Helixa, una instalación tecnológico-artística que permitirá a los visitantes la creación en tiempo real de su avatar, un gemelo digital personalizado con el que podrá interactuar en plataformas digitales y en el metaverso.

Igual que en ediciones anteriores, Fiturtechy será un espacio de difusión del conocimiento y la innovación, con cuatro foros sobre negocios, destinos, sostenibilidad y tendencias de futuro.

Fitur Know How & Export, organizado por Segittur con la colaboración del ICEX; Mice (de turismo de negocios); Screen (para mostrar la conexión del turismo y el cine), LGBT+; Talent; Woman, Lingua y TRavel Technology son los otros foros que se desarrollarán en el transcurso de esta feria.

En los márgenes de la feria se



### República Dominicana es el país socio de la presente edición, reforzando así los lazos con los hoteleros españoles allí presentes

celebra el XI Foro de Liderazgo Turístico de Exceltur y la XXIV edición de CIMET, que reunirá a los principales ministros y empresarios de turismo iberoamericanos.

#### República Dominicana

El ministro de Turismo de la República Dominicana, David Collado, destacó que el presidente del país, Luis Abinader, acudiría a esta edición de Fitur, en la que el país trata de mostrar al mundo que su modelo es una muestra de que el turismo seguro es posible. «Hemos jugado a la recuperación responsable», señaló.

De hecho, el ministro destacó que en el cuarto trimestre del año pasado se han registrado las mejores cifras de afluencia de turistas de su historia.

Para la República Dominicana, el turismo representa un 15 % de su PIB, que genera 899.000 empleos directos e indirectos. Un 60% de las habitaciones hoteleras (unas 70.000) son de capital español.



Arriba, el secretario general de la Organización Mundial del Turismo, Zurab Pololikashvili (derecha) saludando al consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid, Enrique Ruiz Escudero en la presentación, acto al que pertenece la imagen inferior. EFE

928 153 015  
marinagrancanaria.com

MARINA SUITES

## Se dice que son los mejores hoteles de Canarias\*

Disfrútalos con este código promocional

**FITUR2022**



(\* Según Reviewpro los hoteles del Grupo Satocan se encuentran entre los 10 mejores del mundo

928 560 300  
marinagrancanaria.com

MARINA BAYVIEW

928 668 899  
buendiacorralejo.com

BUENDÍA CORRALEJO

928 943 000  
salobrehotel.com

Salobre Hotel Resort & Serviced

928 948 555  
goldbymarina.com

GOLD BY MARINA

## PERSPECTIVAS ANTE FITUR



## Mañaricua: «Nuestras esperanzas están puestas en marzo»

CANARIAS7

**LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.** El presidente de la Federación de Hostelería y Turismo de Las Palmas (FEHT), José María Mañaricua, subraya que, «con la certeza de haber perdido» los meses de enero y febrero, las «esperanzas» del sector turístico están puestas en que la recuperación se produzca en el mes de marzo. Confía en que para esa fecha ya se hayan levantado las restricciones de

los países emisores de turistas hacia Canarias y que se haya doblegado la sexta ola del coronavirus. De cara a la importante cita que es Fitur como exposición del archipiélago como destino turístico, apunta que el principal mensaje es que «estamos preparados y abiertos para recibir visitantes». Aunque el año dependerá de la evolución de la crisis sanitaria, Mañaricua reitera que es importante que se unifiquen las medidas de control en Europa.



## Villalobos: «El sector turístico tiene una actitud de resiliencia madurada»

CANARIAS7

**LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.** A pesar de las adversidades de los últimos dos años, Nicolás Villalobos, director general de Cordial Hotels & Resorts y directivo de la Feth, subraya que el sector turístico canario mantiene una actitud «fuerte, de resiliencia madurada» aunque reconoce que continúa «a merced del virus». Para contribuir a la ansiada recuperación, considera necesario que se establezcan

«criterios generales y globales en el ámbito comunitario» de tal manera que «se imponga la cordura». El pasaporte covid, la inmunidad natural tras haber sufrido la enfermedad o la presentación de un test negativo debe ser suficiente para permitir la libre circulación, dice, «sin ninguna ocurrencia de ningún gobierno». En la convicción de que el coronavirus ha llegado para quedarse, señala que «hay que aprender a vivir en la nueva normalidad».

# ¡EL COMPROMISO DE UN GRAN DESTINO!

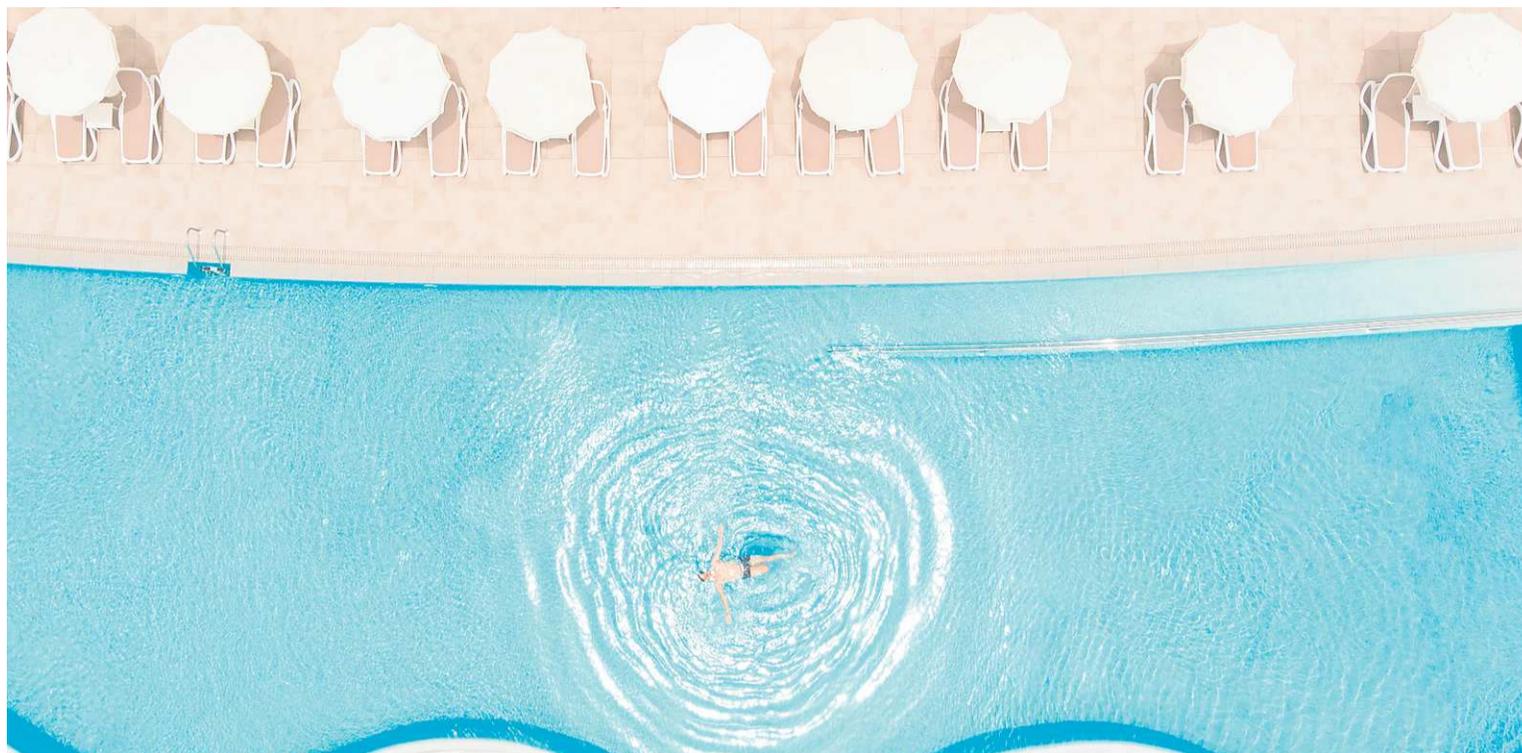


Infórmate en  
[www.grancanaria.com/turismo/destinosostenible](http://www.grancanaria.com/turismo/destinosostenible)  
Accede a una herramienta gratuita para que tu empresa  
implemente una gestión responsable con el medio ambiente.



 mygrancanaria  turismogc  visitgrancanaria [www.grancanaria.com](http://www.grancanaria.com) | [www.grancanaria.com/blog](http://www.grancanaria.com/blog)





El sector turístico aprovechó en gran medida el parón por la pandemia para la mejora de las instalaciones. **c7**

## El 2021, marcado por una recuperación del negocio «parcial y llena de altibajos»

Exceltur apunta que este año la actividad remontará a partir de abril y ya en 2023 se alcanzarán los niveles de ventas prepandemia

### CANARIAS7

MADRID. El PIB turístico sumó en 2021 un total de 88.546 millones de euros, todavía un 42,8% por debajo de los valores previos a la pandemia y en niveles semejantes a los de 2003, debido a la paralización de los viajes hasta mayo y al «súbito» parón desde mediados de noviembre por la expansión de la sexta ola del coronavirus.

Con estos datos, la participación del turismo en el PIB nacional subió hasta el 7,4%, frente al 5,5% de 2020, pero todavía lejos del 12,4 % de 2019, año récord para el sector en España.

Así lo recoge el informe pre-

sentado el pasado jueves por el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, y el director de Estudios e Investigación, Oscar Perelli, que avanza que en el primer trimestre de 2022 las ventas caerán un 33,2% sobre el mismo periodo de 2019 (casi 10 puntos de descenso más que al cierre del cuarto trimestre) por esta sexta ola.

Pese al efecto combinado de la triple crisis -sanitaria por ómicron, energética y de suministros- con la que acabó 2021, este año la actividad remontará a partir de abril y ya en 2023 se alcanzarán los niveles de ventas prepandemia.

En 2021 la recuperación del sector ha sido «parcial y llena de altibajos» como consecuencia de la evolución de la covid, aunque mejora en 36.039 millones las cifras del desastroso 2020.

El empleo, con un descenso del 23,8% sobre 2019, evolucionó mejor que la actividad. Excel-

tur lo atribuye a la apuesta empresarial por la incorporación de personal para recuperar la normalidad y al apoyo de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE).

El «puntal» de la reactivación fue el turismo interior, que a partir de mayo empezó a registrar cifras de pernoctaciones semejantes a las de 2019, con mejores números en cámpines, apartamentos y casas rurales, situados generalmente en entornos menos concurridos, mientras que los hoteles se vieron lastrados por la caída en los viajes de negocios (8,1 %).

El turismo extranjero siguió débil como consecuencia de las restricciones, con un descenso de ingresos del 59,7%, o 29.000 millones de euros, y 31 millones de entradas de turistas de otros países (frente a 83,7 millones en 2019). Alemania y Francia desbancaron a Reino Unido como principales emisores.

Por segmentos de actividad, las más castigadas fueron las agencias de viajes presenciales y los menores descensos se computaron en destinos como los de golf (-14 %) y esquí (-38,1%).

En 2021 los destinos vacacionales y de interior tuvieron más actividad que los urbanos, con mejor desempeño en las comunidades de la España verde e interior (Asturias, Galicia, Cantabria, las dos Castillas, Extremadura, Navarra y Aragón), que registraron caídas de ventas inferiores al 30 % respecto a 2019.

Los que más sufrieron fueron los territorios más dependientes de la demanda internacional y

**El turismo extranjero siguió débil por las restricciones, con un descenso de ingresos de casi el 60%**

de largo radio (Cataluña, Madrid, Baleares, Canarias, la Comunidad Valenciana y el País Vasco), que cerraron con descensos superiores al 40 %.

En destinos urbanos tuvieron peores resultados las grandes urbes de mayor volumen de turismo de negocios y demanda de largo radio, con Barcelona en cabeza (-74 %), seguida de Madrid (-64 %) y Sevilla (-60 %), mientras que los mejores registros fueron para A Coruña, Santander, Alicante, Gijón y Santiago de Compostela (por el Xacobeo).

Para el cierre de este año Exceltur calcula que el PIB turístico español alcanzará los 135.461 millones euros, un 87,5 % de los niveles de actividad prepandemia y 47.000 millones por encima del valor del año recién cerrado.

Con ese nivel, el turismo volverá a aportar un 10,5 % a la economía española, pero seguirá todavía casi dos puntos por debajo de los valores de 2019 (12,4 %).

La demanda nacional recuperará buena parte del terreno perdido (será un 2,3 % inferior a la de 2019), a la vez que la extranjera todavía perderá un 18,9 % sobre aquel año, frenada por la ausencia de viajes de largo radio, sobre todo desde Asia.

La alianza turística señala que la prioridad en el primer semestre del año debería ser aprovechar mejor la recuperación, para lo que deben jugar un papel esencial los Fondos Next Generation de la Unión Europea.

Advierten de que las primeras convocatorias de 2021 «han generado una honda preocupación en el seno del empresario turístico español» porque se optó por un reparto territorial masivo «en proyectos de escaso poder transformador y en lugares con reducida oferta turística».

Piden recortar el número de municipios beneficiados por estos fondos, «con muy baja capacidad de generar impactos sobre el conjunto del sector turístico», para centrarse en localidades relevantes, con proyectos de capacidad transformadora de su oferta turística, especialmente los destinos de sol y playa, «con mayores dificultades estructurales y retos pendientes desde hace una década».



# La feria, un ejemplo de la seguridad sanitaria de España

La Institución Ferial de Madrid pone en marcha un estricto protocolo que incluye la petición de certificado covid y PCR o test de antígenos en las 24 horas anteriores

## CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. La celebración desde hoy de Fitur se convierte en la mejor tarjeta de presentación de España como destino sanitario seguro. Así lo entiende Ifema, entidad organizadora, y así también lo comparten administraciones y empresas presentes estos días en Madrid.

Para garantizar la normal celebración de Fitur, Ifema Madrid refuerza los controles sanitarios y extrema todas las medidas de seguridad. En este sentido, y en un contexto marcado por los altos niveles de vacunación que registra España, Fitur 2022 exigirá a

todos los participantes que presenten al menos uno de los siguientes requisitos: certificado Covid Digital de la UE; QR Spain Travel Health; test negativo PCR o de antígenos realizado en las 24 horas anteriores a su primer acceso a Fitur.

Es decir, podrán presentar el Certificado Digital de la UE los ciudadanos de países de la Unión Europea, así como los ciudadanos que se encuentran o residen legalmente en un Estado miembro y tienen derecho a viajar a otros estados miembros; también, los ciudadanos de países y territorios que se han unido al Certificado Covid Digital de la UE.

Por otra parte, a los ciudadanos de terceros países no unidos a este certificado, se les exige para entrar en Fitur el mismo requisito que, en la fecha, España exige para acceder al país y que les permite obtener el QR Spain Travel Health.

En defecto de al menos uno de estos requisitos se solicita a los asistentes test negativo covid-



Una trabajadora de una farmacia hace un test de antígenos. ARCADIO SUÁREZ

PCR o test de antígenos -realizado dentro de las 24 horas anteriores al inicio de su control en Fitur. Estos test, se pueden realizar en Ifema Madrid gracias al dispositivo sanitario desplegado

al efecto.

También se vuelve a desplegar, como ya se hizo en la edición de 2021, un riguroso protocolo de medidas y sistemas para garantizar la seguridad de todos los ex-

positores y visitantes, validado por la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid. Así, lleva a cabo el control de aforos en todos los pabellones, con sistemas automatizados de conteo de personas, y con un sistema inteligente digital para el análisis de espacios, aforos y comportamiento de asistentes, controlando en todo momento las aglomeraciones, además de exigir la obligatoriedad del uso de mascarilla FFP2 para acceder a Fitur, y los controles de toma de temperatura que están implantados en todas sus ferias.

Igualmente será relevante la aplicación de estrictos protocolos en el ámbito de la restauración, con un amplio despliegue de espacios destinados a tal fin en los exteriores del recinto.

A ello se suma la dotación en las instalaciones de Ifema Madrid de un avanzado y potente sistema de ventilación que garantiza la eliminación de la recirculación del aire, su filtración y completa renovación cada 20 minutos, lo cual evita la propagación de patógenos. Medidas que se complementan con la organización de la circulación de personas y la distribución de espacios para garantizar la distancia de seguridad interpersonal; la distribución de dispensadores de gel hidroalcohólico y desinfectantes por todo el recinto, y el uso de pases digitales para evitar contactos.

# Maspalomas

EL LUGAR DONDE SE CULTIVA LA FELICIDAD



[turismo.maspalomas.com](http://turismo.maspalomas.com)

# ¿Por qué a nuestro cerebro le sientan tan bien unas vacaciones?

Por supuesto, lo que es gratificante es absolutamente subjetivo, y lo que para una persona es algo placentero puede generar estrés a otras

## ANÁLISIS

**JUAN PÉREZ FERNÁNDEZ Y ROBERTO DE LA TORRE MARTÍNEZ**

Juan Pérez Fernández es investigador del Ramón y Cajal en el CINBIO, área de Biología Celular, departamento de Biología Funcional y Ciencias de la Salud, en la Universidad de Vigo; Roberto de la Torre Martínez es miembro del departamento de Neurociencia, del Karolinska Institutet

**L**levamos unos días muy contentos pensando que, tan pronto acabemos este artículo, vamos a disfrutar de las vacaciones que tanto nos merecemos. Y es que los beneficios de unas buenas vacaciones pueden sentirse incluso antes de que den comienzo. Estudios científicos muestran que el simple hecho de esperar una futura recompensa puede ser incluso más gratificante que esta misma. Lo es gracias a una pequeña molécula llamada dopamina, de la que hablaremos más adelante.

Pero antes de continuar, vamos a plantear unas cuantas preguntas. ¿Son realmente necesarias las vacaciones? ¿Por qué las necesitamos? Y, sobre todo, ¿cuáles son los beneficios que nos aporta pasar unos días ociosos?

Aunque parezca asombroso, es escasa la literatura científica que explora los beneficios directos de las vacaciones sobre nuestro cerebro. Lo que sí parece indiscutible es que son imprescindibles. Así lo concluía un estudio de 2016 en el que participaron 46 trabajadores de una empresa holandesa.

A los trabajadores se les pedía someterse a un test en el que se les daba objetos (por ejemplo, un martillo) y se les preguntaba por el mayor número de usos en el menor tiempo posible (herramienta de construcción, arma, o pisapapeles). Lo que observaron es que, tras 2-3 semanas de vacaciones, los trabajadores tenían una mayor flexibilidad cognitiva. O lo que es lo mismo, eran capaces de dar un mayor número de usos a los objetos en com-

paración con los resultados obtenidos un par de semanas antes de las vacaciones.

La mayoría de estudios coinciden en que, desde un punto de vista biológico, uno de los principales causantes de este incremento en la flexibilidad cognitiva— y de los beneficios de las vacaciones en general— es la reducción de estrés.

Estaremos todos de acuerdo en que el trabajo genera estrés. Pero aquí tenemos que hacer un pequeño inciso: el estrés por sí mismo no tiene por qué ser malo. Cuando es puntual suele ser incluso beneficioso, porque activa mecanismos que nos ayudan a realizar las acciones cotidianas de nuestro trabajo, como cumplir con una fecha límite (en ello estamos los autores de este artículo ahora mismo).

El 'otro estrés', el que tiene connotaciones negativas para todos, es el estrés crónico. Se produce cuando es prolongado en el tiempo, ya sea porque estamos sometidos a presiones constantes o por situaciones que no podemos resolver. Genera fatiga, mayores niveles de ansiedad, irritabilidad e ira. Y sí, definitivamente es malo.

Microfotografía de neuronas de la sustancia negra, que liberan dopamina ante novedades y recompensas generando una situación placentera. Autor: Juan Pérez Fernández., Author provided

Lo principal que unas buenas vacaciones pueden hacer por nuestra salud mental es, precisamente, reducir los niveles de estrés crónico. Estando ociosos nuestro cerebro será capaz de revertir, al menos de forma temporal, los efectos ne-



Una mujer y una niña, en la zona de las Grandes Playas, en Fuerteventura. EFE

gativos de estar estresados. Y aquí viene la clave: para que de verdad sean efectivas, tenemos que conseguir que nuestras vacaciones nos liberen realmente del estrés del trabajo. Es decir, evitar continuar con tareas pendientes, responder correos electrónicos, etcétera.

Por otro lado, es fundamental evitar que las vacaciones generen nuevas situaciones de estrés, como serían colas interminables o temporadas prolongadas con los suegros.

Otra clave es disfrutar de la espera. ¿Por qué estamos ya contentos esperando las vacaciones? Mencionamos unos párrafos atrás la dopamina, que se produce en las neuronas de un par de regiones del cerebro conocidas como Sustancia Negra (por su color oscuro al microscopio) y Área Tegmental Ven-

tral (situadas en el centro de nuestro cerebro, más o menos detrás de las orejas).

Ambas regiones, que en humanos contienen entre 400.000 y 600.000 neuronas, envían axones a numerosas zonas del cerebro. Y a través de la liberación de dopamina juegan un papel clave en la sensación placentera que se genera ante novedades y recompensas. Por eso, saber que vienen las vacaciones aumenta los niveles de dopamina en nuestro cerebro y nos aporta esa sensación de placer.

Del mismo modo, las mejores vacaciones son aquellas en que nos exponemos a novedades—como visitar lugares diferentes— y recompensas—como esa mariscada que llevamos esperando todo el año—. Por supuesto, lo que es gratifican-

te es absolutamente subjetivo, y lo que para una persona es algo placentero puede generar estrés a otras.

Este sistema que nos genera placer también se ve afectado durante el estrés crónico. Hay estudios que muestran que niveles altos o crónicos de estrés, como a los que estamos sometidos durante todo el año en nuestra jornada laboral, son capaces de causar una reducción de la cantidad de dopamina que se libera o cambios en cómo esta se metaboliza.

Lo peor es que los cambios no ocurren únicamente en la Sustancia Negra o en el Área Tegmental Ventral, sino también en los sitios a donde estas mandan sus axones. Se ha visto que el estrés crónico es capaz incluso de cambiar el número de receptores de dopamina en las áreas que reciben sus proyecciones. Cuando esto ocurre, se suelen desarrollar comportamientos depresivos. Por lo tanto, unas vacaciones que nos liberen del estrés ayudarán a reequilibrar el sistema dopaminérgico.

Lo que aún no está del todo claro es si tener vacaciones por un periodo prolongado proporciona mejores efectos que tomarlas de forma escalonada y en periodos más cortos.

Sea como sea, las buenas vacaciones son buenas. Así que animamos a los lectores a que encuentren actividades que les hagan sentir bien, recargar energía y reducir su estrés y equilibrar el sistema dopaminérgico. ¡Felices vacaciones!

(Artículo publicado en "The Conversation!").



**CALETA DE FUSTE**

ANTIGUA  
FUERTEVENTURA

*the place I want to be*



@caletadefuste\_oficial  
#visitcaletadefuste



Caleta de Fuste - Antigua  
Fuerteventura

## GRAN CANARIA. Consejero de Turismo

# Carlos Álamo: «Los hoteles se han llenado al mejorar la movilidad y la pandemia nos ha dado un respiro»

### LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

**Canarias7.** El consejero de Turismo de Gran Canaria encara una nueva edición de la Feria Internacional de Turismo de Madrid, FITUR 2022, con la recuperación del sector principal como objetivo y la consolidación del cliente nacional como uno de los primeros mercados para la economía de la Isla. Álamo apunta a una mejora en las reservas a partir de marzo y un alivio en las limitaciones para volar a Gran Canaria. Con esto, se muestra optimista de cara a la primavera.

**—La pandemia atraviesa un momento complicado con un índice de contagio. ¿En qué situación está el sector en este momento y qué previsiones manejan?**

—El avance del omicron ha hecho que muchos países vuelvan a poner restricciones en el movimiento de viajeros y nuestro destino ha perdido la inercia positiva de los últimos meses de 2021. Por eso, en este momento, dependemos del control de esta variante, ya que la tendencia anterior era muy positiva. El ritmo de reservas se ha ralentizado, pero eso no es algo definitivo de cara a lo que queda de temporada de invierno porque ahora los clientes reservan con poca antelación. Los datos apuntan a un enero y febrero bajo y a una recuperación en marzo. Nosotros tenemos la esperanza de que pueda ser antes. En todo caso, la previsión que manejamos para primavera es positiva y confiamos en un aumento del 10% de la conectividad con el territorio nacional. Sí que debemos destacar que los números de llegada de turistas cuando el mercado ha estado abierto y sin restricciones han sido buenos. Es importante porque demuestra que en cuanto ha existido la posibilidad de viajar los turistas han vuelto a llenar hoteles. Nosotros confiamos en que los números de omicron bajen tan rápido como subieron, como ha pasado en otros lugares, y esto nos permita recuperar la tendencia de los últimos meses del 2021.

**—¿Qué datos maneja en cuanto a la llegada de turistas en 2021?**

—Hemos cerrado 2021 con 1,46 millones de pasajeros extranjeros, por 1,09 de 2020, con una importante mejoría en el segundo semestre, que es cuando hemos podido recibir un mayor número de turistas. Aún así nuestros hoteles han rodado el 60% y el 70% de ocupación en Navidad, lo que permite garantizar puestos de trabajo. La caída en el número de visitantes en el primer semestre respecto al 2019 fue de un 88%, mientras que en el segundo semestre se redujo a un 29%. Y en el acu-

mulado de lo que va de invierno estamos en el entorno del 20% menos de turistas que en 2019. Por otro lado, el aeropuerto de Gran Canaria fue el que más movimiento tuvo del Archipiélago. Recibió 6.900.493 pasajeros en 2021, un 34,4% más que en 2020 y un 48% menos que en 2019. Entre estos, hubo 2.848.966 pasajeros internacionales. Esto es un 27% más que en 2020. Ahora empezamos a ver una normalización de las restricciones en países emisores como es el caso de los británicos y esto seguro que animará las reservas. Esto muestra el interés por venir a Gran Canaria. Lo que está claro es que en cuanto han caído las restricciones en la movilidad y la pandemia nos ha dado un respiro, nuestros hoteles se han llenado

**—¿Cómo se ha preparado Turismo de Gran Canaria para esta nueva realidad?**

—El trabajo que se ha realizado durante toda la pandemia ha sido intenso, especialmente a la hora de que nuestros potenciales clientes nos reconozcan como un destino absolutamente seguro y de confianza. Hemos redoblado el esfuerzo inversor, con un presupuesto récord de más de 16 millones de euros, con especial atención a la infraestructura turística y a la mejora del destino, y en el que destinamos más de seis millones a promoción y conectividad. Hacemos un gran esfuerzo en estos temas y tenemos la mayor conectividad de la historia respecto al territorio nacional. También vamos a apoyar eventos multitudinario con interés turístico, siempre que se puedan celebrar, como el Carnaval de Maspalomas. Además, hemos elaborado un plan estratégico con el objetivo de que Gran Canaria se haya consolidado en el año 2025 como un destino turístico de calidad, referente en Europa durante todo el año, creciendo de manera sostenible y siendo más competitivos.

**—¿Por dónde cree que pasan las claves turísticas de 2022?**

—La diversificación del destino, el potenciar el patrimonio paisajístico y cultural, así como la gastronomía de la isla, son clave para convencer al cliente potencial de que venir a Gran Canaria es la mejor opción. Nuestras claves también pasan por un crecimiento del gasto que realiza el turista. Vamos a apostar por un crecimiento diversificado tanto en mercados emisores como en canales de distribución, porque es importante reducir la dependencia de la turoperación y de los mercados principales. Esto permitirá ser más resilientes a las adversidades económicas. También



Carlos Álamo. Consejero de Turismo de Gran Canaria. C7

**«El mercado nacional ha sido clave en este último año, tenemos una conectividad histórica con 21 ciudades con vuelos directos a Gran Canaria y confiamos en poder elevarlo un 10% más», apuntó el consejero**

pretendemos una desconcentración, sin dejar de lado nuestro principal valor y posibilidades como destino de sol y playa, pero entendemos que el turismo rural y activo pueden servir para incrementar los ingresos turísticos en muchos municipios. Gran Canaria posee atractivos turísticos repartidos por todo el territorio insular y se desa-

rollarán iniciativas para promover las zonas del norte e interior, actualmente las menos explotadas turísticamente. También estamos alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS) que genera valor no solo para los turistas sino también para el entorno natural, cultural, a los ciudadanos y a las empresas. En este sentido, desarrollamos el concepto 'Biosphere, Destino Sostenible', con sellos y reconocimientos a las empresas e instituciones que cumplan retos sostenibles.

**—¿Cómo se presenta Fitur 2022?**

—Es un cita de gran relevancia para el sector y, por supuesto, de cara a la recuperación del mismo por el valor que tiene el mercado nacional en la economía de Gran Canaria. Hay que recordar que en los últimos años el número de clientes nacionales ha ganado en volumen frente a otros mercados hasta convertirse en el tercero o cuarto en el número de visitantes, dependiendo del momento de la temporada.

Además, es un cliente que ha respondido de manera muy favorable en el escenario de la pandemia. En el mes de noviembre tuvimos algo más de 36.000 visitantes nacionales cuando en noviembre de 2019 tuvimos 43.500, lo que supone una recuperación del 95%, aproximadamente. Este es un dato superior al extranjero, que en noviembre recuperó el 74% respecto al mismo mes de 2019. Esta evolución se repite en el acumulado del año con una respuesta favorable del cliente nacional del 58% frente al regreso de un 45% del extranjero. Es un cliente de gasto elevado, que le da mucho valor a la gastronomía y al producto local. Por eso, es el momento de reunirnos con representantes de este mercado nacional, promocionar nuestra muchas y variadas virtudes y consolidar acuerdos. En definitiva, trabajar para que toda aquel que esté pensando en sus próximas vacaciones tenga a Gran Canaria como la primera opción.

# Una cita con un amplio catálogo de apuestas sectoriales

La edición de este año concede gran relevancia a la actividad de cruceros, que trata de remontar tras los estragos de la pandemia

CANARIAS7

**LAS PALMAS DE GRAN CANARIA**  
Como cada año en Fitur tendrán un papel destacado los aspectos referidos a la innovación, la tecnología y la transformación digital, así como los temas relacionados con el desarrollo sostenible y la accesibilidad, y se ofrecerá un completo recorrido por todos los segmentos especializados y modalidades de turismo que dinamizan el mercado.

En este sentido volverán a estar representados todos los verticales en las distintas secciones, espacios y foros de esta edición, en la que será novedad Fitur Cruises, que en esta primera edición se celebrará solo en la jornada del sábado y presentará el turismo de cruceros, sus retos, oportunidades y nuevas experiencias al público de Fitur en colaboración con el magazine 'online' especializado 'CruceroAdicto.com'.

Fiturtechy volverá a sorprender por su capacidad de innovación. Dedicada a la difusión del conocimiento y la innovación, este año brindará, organizado en colaboración con el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), una visión innovadora en una coyuntura de cambio para el sector turístico, a través de sus cuatro foros sobre negocios, destino, sostenibilidad y tendencias de futuro.

Fitur Mice, será nuevamente una gran oportunidad en el marco de Fitur para poner en contacto a la oferta Mice con sus potenciales clientes en corporaciones, asociaciones, empresas de incentivos, empresas de Business Travel y organizadores de eventos y congresos

Fitur Screen, coorganizado con Spain Film Commission, difun-

**Fitur Woman aborda cómo impulsar el papel de la mujer en esta industria en clave de liderazgo y sostenibilidad**

dirá en este espacio destinado a conectar las industrias del turismo y del cine, el conocimiento sobre el turismo cinematográfico, promoviendo el intercambio comercial entre los diferentes actores del ecosistema y formulando propuestas de futuro para el desarrollo de este sector.

Fitur Talent, que en esta ocasión analizará la situación y la gestión del talento en las organizaciones y empresas en dos años sin precedentes, marcados por la parálisis causada por la covid-19 y la necesaria reactivación. La fuga de talento del sector, el talento "Silver", las nuevas estrategias de motivación y retribución de los empleados serán algunos de los temas que abordará este foro.

Fitur Woman, organizada con la colaboración de Women Leading Tourism (WLT), ofrecerá un punto de encuentro para la concienciación, el debate y diálogo que contribuya a impulsar el papel de la mujer en esta industria en clave de liderazgo y sostenibilidad.

## Turismo idiomático

Otro de los eventos en el marco de la feria es Fitur Lingua, centrado en el turismo idiomático, un segmento con gran potencial de crecimiento, y importante en el caso de España pero también de otros destinos que atraen visitantes para el aprendizaje de su idioma

Travel Technology concentrará otra buena parte de la oferta tecnológica especializada al servicio de la empresa turística, con las últimas soluciones, desarrollos y herramientas que marcarán las nuevas tendencias de futuro

Por su parte, el Observatorio Fitur Next dedicado a promover buenas prácticas turísticas en clave de sostenibilidad, y que este año analiza la contribución del turismo a una sociedad accesible, presentará las iniciativas TUR4all, Albastar y Cocemfe, galardnadas en las tres categorías impulsadas en esta edición: nuevas tecnologías en pos del turismo accesible, servicios turísticos y oferta complementaria inclusiva y gestión y promoción de la accesibilidad en el sector, respectivamente. Además, ofrecerá un programa de presentaciones con la participación de expertos en la accesibilidad y la inclusión en el turismo.



La actividad de cruceros está muy presente en la feria que abre sus puertas hoy en Madrid. **ARCADIO SUÁREZ**

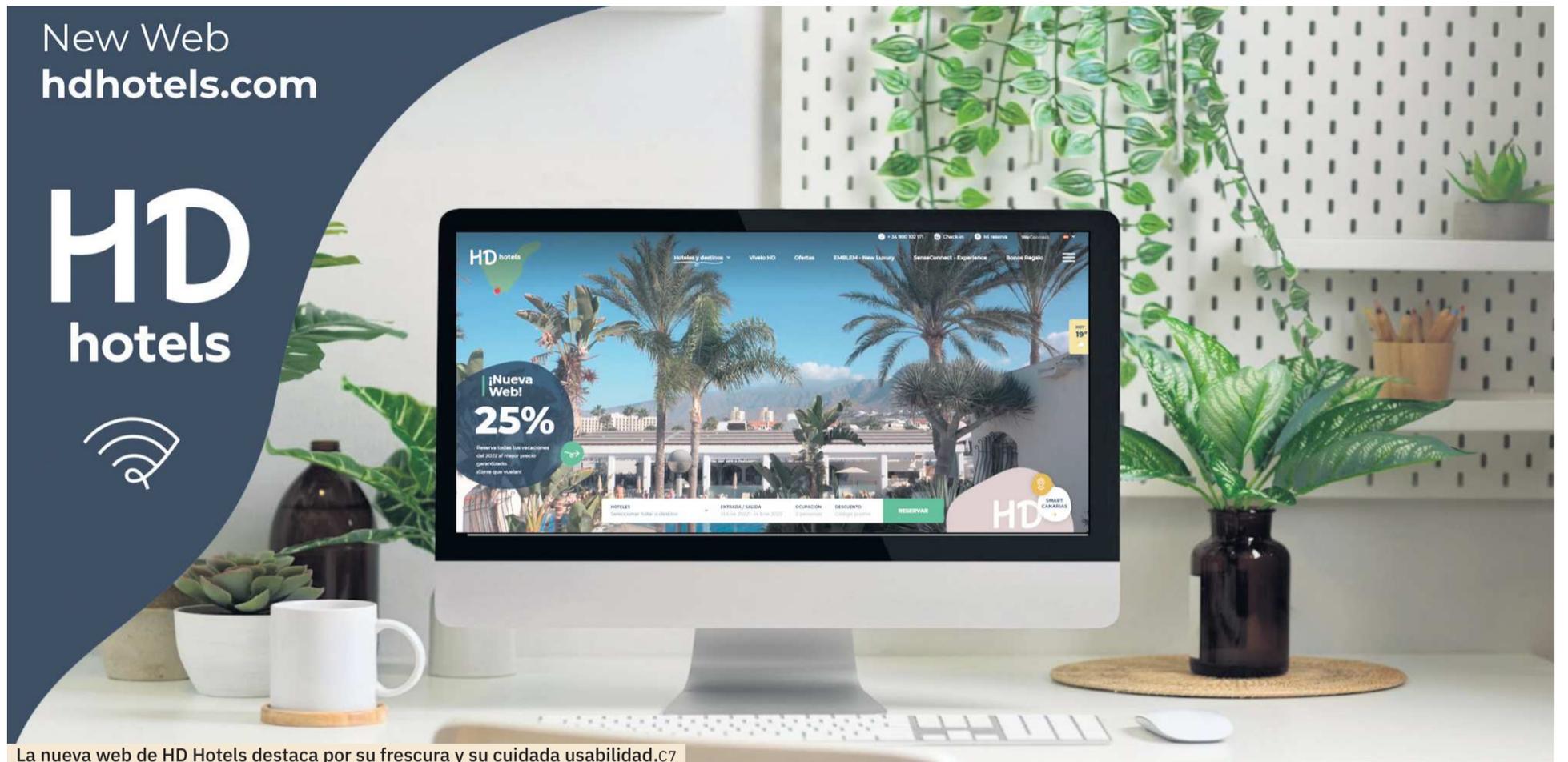
## La sostenibilidad tiene su premio

No faltarán los premios y reconocimientos con los que la Ifema Madrid, Fitur y diversas entidades quieren destacar el esfuerzo para el desarrollo de la actividad turística en diferentes ámbitos. Entre ellos, y por segunda vez, Fitur, otorgará el Premio Stand Sostenible, organizado con la colaboración del Instituto de Turismo Responsable, ITR, con el fin de subrayar el esfuerzo de las empresas expositoras por hacer que su presencia en Fitur sea respetuosa con el medio ambiente y el cambio climático, contribuya a favorecer aspectos sociales y culturales, así como de refe-

rencia a cuestiones de gobernanza y economía. Además, la 23ª edición del Premio Tribuna Fitur-Jorge Vila Fradera, convocado en colaboración con la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AE-CIT), tiene el objetivo de mejorar la competitividad desde el conocimiento, y premiará un trabajo de investigación en materia de turismo para difundirlo entre el mundo académico. Ambos premios se fallarán durante la celebración de Fitur.

A ellos se suma el Concurso de Turismo AireLibre, organizado por Fitur y la revista 'AireLibre', para potenciar el desarrollo y la comercialización de la industria turística y proyectar los productos turísticos de mayor calidad en el marco

del turismo activo; 'The Chatbots Tourism Awards 2021' organizados por Segittur en el marco de Fitur Know How & Export, para la búsqueda de las mejores soluciones de chatbots/voiceapps y tecnología conversacional, nacionales e internacionales, integradas por destinos y compañías del sector turístico para mejorar la experiencia del viajero, y los 'AMT Smart Destinations Awards' del Instituto Tecnológico Hotelero, ITH, que premiarán, en el contexto de Fiturtechy, las mejores soluciones y herramientas tecnológicas nacionales que faciliten a los destinos turísticos acometer los retos de la puesta en marcha y el desarrollo de un destino turístico inteligente.



La nueva web de HD Hotels destaca por su frescura y su cuidada usabilidad. C7

# HD Hotels llega a Fitur 2022 con un importante proyecto de expansión

## HD Hotels presenta en Fitur su nueva web como cierre de su proceso de reformas y rebranding

### LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

**Canarias7.** Todos los años, coincidiendo con Fitur, HD Hotels presenta en el encuentro turístico internacional de Madrid sus novedades e innovaciones. Este año llegan a la convocatoria con nueva web; hdhoteles.com. El nuevo escaparate online de la cadena del Grupo HD, es una propuesta innovadora y llamativa que destaca por la importancia que le han dado al destino Canarias como seña de identidad, con dos importantes apuestas; Smart Canarias y HD Sense Connect Experience. El resultado es una web moderna, fresca, con una alta calidad en imágenes y videos, y una trabajada usabilidad web.

Armando Rodríguez director comercial de la cadena comenta; Hoy presentamos orgullosos hdhoteles.com, una web a la altura de una gran cadena, que es nuestro siguiente paso: Crecer con activos que cumplan con los pilares de un nuevo modelo de negocio turístico, innovador, sostenible y segmentado, ofreciendo proyectos colaborativos con hoteles que quieran repositionar su producto. Tenemos el ambicioso objetivo de duplicar nuestro portfolio en los próximos 3 años, que esperamos se consiga.

Durante los últimos dos años, la cadena hotelera de Grupo HD ha

estado inmersa en un importante trabajo de rebranding que ha dado como resultado la creación de una nueva marca experiencial más atractiva para turistas de alto valor. La enseña HD Hotels ha quedado como marca paraguas que agrupa a los hoteles en conceptos vivenciales dependiendo del segmento del mercado al que van dirigidos (Family & Joy, Body & Soul, Urban, Love & Friends y Creation). Toda la cadena y servicios de la misma se mantienen unidos por un hilo conductor con marcas transversales como son, HD Sense Connect (experiencias), Emblem (lujo asequible) y We Connect (club de membresía).

En esta línea la cadena reabrió en junio de 2021 el hotel HD Parque Cristóbal Gran Canaria, con una reforma integral que abarcó; la modernización de todas sus instalaciones; la creación de nuevos espacios de ocio; una completa actualización y ampliación de todos los servicios de restauración; y una reorientación de todas las actividades experienciales. Como resultado de dicha reforma, este emblemático establecimiento familiar se ha posicionado como una propuesta de valor completamente diferenciada de la competencia.

Siguiendo con su firme apuesta por la innovación tecnológica la cadena ha desarrollado herramientas digitales para mejorar la experiencia del usuario y adaptar los servicios a los perfiles del cliente, de la que destaca la nueva web hdhoteles.com que presentan en Fitur 2022.



Detalle de la reforma integral de HD Parque Cristóbal Gran Canaria. Villa Emblem. C7

La nueva web "hdhoteles.com" mejora sustancialmente la experiencia de usuario y la información disponible sobre el destino. Se ha hecho un gran esfuerzo en la optimización de la misma para compras desde smartphones, y adicionalmente han creado una subweb "HD SenseConnect" para potenciar la estrategia de lead magnet con contenidos de valor sobre las islas y las experiencias que los clientes pueden conocer en Canarias. Toda esta innovación web les va a permitir conocer y captar de forma orgánica nuevos perfiles de clientes, ofreciéndoles experiencias personalizadas con escucha activa de sus necesidades y gustos. Con "machine learning" y algoritmos, han creado un nuevo modelo de gestión para prever la demanda y ofrecer al cliente el producto que más se adapte a sus preferencias.

Otra novedad es la digitalización de información para clientes durante su estancia en el hotel. La cadena ha desarrollado una "webapp" por hotel donde se describen todas las instalaciones, experiencia y servicios de los establecimientos. También para el disfrute de clientes, han invertido en tecnología que mejora la experiencia durante la estancia, como por ejemplo; wifi de alta velocidad, Smart Tv en todas las habitaciones, apertura de puerta con pulseras de proximidad, check in online, pantallas de información gestionadas desde CMS, o videoconsolas de última generación para pequeños y grandes.

Post estancia, plantean pasar de un CRM a un CEM (customer experience) permitiéndoles conocer los gustos del cliente y crear patrones de comportamiento, dándoles la posibilidad de almacenar sus da-

tos de forma segura y permitiéndoles adaptar sus sucesivas comunicaciones a los gustos y necesidades de cada cliente.

Destacable es también el esfuerzo que se está haciendo en la compañía por mantener firmes criterios de sostenibilidad, responsabilidad social y cuidado del medioambiente en todo lo que emprenden. Así en su nueva web hemos podido saber que no solo como marca, sino como canarios están comprometidos con las energías renovables, reforestación, depuración de aguas y con el reto de minimizar su huella de carbono. En esta línea HD Hotels está incluida en el proyecto piloto de descarbonización en 35 empresas turísticas que La Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias ha puesto en marcha, dentro de su estrategia 'Canarias Destino'.

La cadena arranca esta nueva apuesta por la venta online con promociones muy competitivas sólo en su web en todos sus hoteles; HD Parque Cristóbal Gran Canaria, HD Acuario Lifestyle, HD Beach Resort & Spa Lanzarote y HD Parque Cristóbal Tenerife, y además mantiene promociones para residentes, para grupos y grandes familias así como para nuevos perfiles de larga estancia como los nómadas digitales entre otros.

Con todo esto, desde Grupo HD y HD Hotels comentan; - Apostamos por un turismo de calidad en Canarias, creemos firmemente en la necesidad de la regeneración de la planta hotelera y el desarrollo de un nuevo modelo turístico experiencial e innovador que conviva con criterios sostenibles. Entre todos los empresarios podemos invertir en la regeneración de un destino maduro y aportar nuestro granito de arena a la creación de un destino canario turístico excepcional y único.

## PERSPECTIVAS ANTE FITUR



## Corujo: «Lanzarote, un destino seguro, limpio, sostenible y Premium»

CANARIAS7

ARRECIFE. La delegación oficial lanzaroteña en Fitur la encabeza la presidenta cabildicia, María Dolores Corujo, quien espera de la cita que pueda valer para mantener «encuentros con representantes turísticos de mercados clave y potencialmente explotables para nuestra isla», en aras de reforzar «las relaciones internacionales y fomentar las conexiones con diferentes países emisores.

«Nuestro objetivo es seguir presentando Lanzarote como un destino turístico seguro, limpio, sostenible y Premium, con un nuevo modelo basado en el respeto por el entorno y medio ambiente», muy implicado a la hora de evitar la masificación turística. Además, según la valoración hecha por Corujo en la víspera del desplazamiento a Madrid, «promocionaremos la celebración del Centenario de Saramago y reforzaremos las relaciones internacionales».



## Fuerteventura, el paraíso cercano para el turismo peninsular

CATALINA GARCÍA

PUERTO DEL ROSARIO. El Patronato de Turismo de Fuerteventura acude a Fitur para potenciar el mercado nacional, «ya que en épocas como las que estamos viviendo, el turismo extranjero tiene muchas limitaciones a la hora de poder desplazarse por las restricciones sanitarias», según Jessica de León. La consejera mayorera concibe la feria como una forma de dar a conocer la

riqueza cultural, gastronómica, de playas o para la práctica deportiva de la isla «a todo el país, mostrándonos como un paraíso cercano que tienen siempre a mano, a tres horas en avión».

El Patronato de Turismo tiene concertadas reuniones en Fitur con las principales compañías aéreas para reforzar la conectividad con Fuerteventura, «ya que resulta fundamental para atraer al mayor número posible de viajeros nacionales a nuestros hoteles y playas».

# Turismo de volcanes: de la necesidad, virtud...

Canarias acude a Fitur a poner en valor su condición volcánica como un reclamo turístico más

DÁNAE PÉREZ

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Canarias aprovechará la nueva edición de Fitur, una de las ferias turísticas más relevantes del globo, para reivindicar su origen volcánico. Todo ello, con el volcán de Cumbre Vieja, que erupcionó el pasado 19 de septiembre y fue declarado inactivo el 25 de diciembre, como telón de fondo.

De esta forma, la mirada de la industria turística, a nivel mundial, podrá dirigirse a la isla de La Palma, especialmente a los municipios afectados por el volcán, donde la devastación se cifra en 1.676 edificaciones (1.345 de uso residencial), según datos del catastro, y 370 hectáreas de cultivo arrasadas, de acuerdo con el satélite Copernicus. Lo que se busca ahora es convertir el fenómeno volcánico en fuente de nuevos ingresos turísticos.

Lo cierto es que las islas cuentan con numerosos paisajes volcánicos que funcionan como auténticos reclamos, no solo por sus características geográficas, sino que también por su belleza. Algunos de los más destacados son:

**Parque Nacional del Teide, Tenerife** El Parque Nacional del Teide, declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Unesco en 2007, es una de las joyas volcánicas del archipiélago y LA JOYA (así, en mayúsculas) de Tenerife. El parque se encuentra a 2.000 metros de altitud, en el centro de la citada isla, y cuenta con una extensión de casi 19.000 hectáreas.

El volcán del Teide, a su vez, es el pico más alto de España, con un altitud de 3.718 metros. Su atractivo paisajístico es incontestable, pues muchos de sus parajes parecen de otro planeta. Destaca, además, la vida animal y vegetal que habita en el parque, con especies endémicas canarias y



El malpaís se ha ido convirtiendo en reclamo turístico. La imagen corresponde a la isla de La Palma. MIGUEL CALERO / EFE

específicas del parque.

El lugar admite visitas y diferentes experiencias, como practicar senderismo, ascender al cráter del Teide o subir en teleférico a su estación superior.

**Parque Nacional de Timanfaya, Lanzarote.** Es otro de los emblemas volcánicos de Canarias y, en especial, de Lanzarote, isla donde se encuentra (entre los municipios de Yaiza y Tinajo). El parque es fruto de una sucesión de erupciones volcánicas acontecidas entre los años 1720 y 1736, y en 1824. Visitar el lugar debe ser lo más parecido a aterrizar en Marte, debido a su paisaje rocoso conformado por lapilli, arenas y lavas basálticas.

Se trata, además, «del único parque nacional de la red española de carácter eminentemente geológico», tal y como se detalla en la web de turismo de Lanzarote. Cabe destacar, asimismo, su riqueza biológica y las especies endémicas, tanto animales como vegetales.

Existen diferentes opciones

para recorrer Timanfaya: a pie (Ruta de Tremezana y Ruta del Litoral), en dromedario o en guagua, que se adentra en las Montañas de Fuego, en la llamada Ruta de los Volcanes.

**Roque Nublo, Gran Canaria.** Este monumento natural, situado en la cumbre de Gran Canaria y de casi 90 metros de altura, es otro de los reclamos volcánicos de las islas. De acuerdo con la web oficial de Turismo de Gran Canaria, la geología moderna «ha identificado en él un tipo especial de roca volcánica a la que han bautizado como brecha Roque Nublo», resultado de «la consolidación de nubes ardientes tras su depósito y posterior enfriamiento».

Se trata de un lugar tradicional de senderismo. Muchos visitan el Nublo no solo por la experiencia de ascender hasta él, sino que también por sus vistas del Parque Rural del Nublo y del pico Teide, una estampa ya inmortal.

**Parque Natural de Cumbre Vieja, La Palma.** El Parque Na-

tural de Cumbre Vieja se encuentra en la zona sur de la isla de La Palma, concretamente en el municipio de El Paso. En él se puede observar una sucesión de volcanes, al que recientemente se ha sumado el volcán, aún sin nombre, que erupcionó el 19 de septiembre. Por ello, se considera que su visita tiene el efecto de una clase de vulcanología. Se puede conocer a pie, en la llamada Ruta de los Volcanes. De momento habrá que esperar a que las autoridades aseguren que el tránsito por la zona más próxima a la erupción es seguro.

**Fondo marino de La Restinga, El Hierro.** Otra manera de apreciar el origen volcánico de las islas es haciendo submarinismo o buceo. El fondo marino de La Restinga, donde se registraron erupciones volcánicas en 2011, es especialmente indicado para ello. En la actualidad, «sus fondos marinos se han regenerado, dando lugar a una particular biodiversidad y un paisaje submarino único y lleno de vida, perfec-

to para practicar el submarinismo en todas sus variedades», apuntan desde la web de turismo de El Hierro.

**Monumento natural del Malpaís de Arena, Fuerteventura.** Se trata de uno de los espacios protegidos de Fuerteventura, ubicado entre las localidades de La Oliva, Lajares y Villaverde, que se extiende a lo largo de casi 900 hectáreas. «Es una zona volcánica formada por un magnífico volcán (el Volcán de la Arena, de 420 metros de altura), y alrededor de él se ha formado un mar de lavas (Malpaís), donde se ha creado un especial ecosistema de flora y fauna característica», detallan en la web Visita Fuerteventura.

**Roque de Agando, La Gomera.** El Roque de Agando es otro paraje volcánico digno de detención. Se trata de un pitón de origen volcánico formado por la lava, ubicado a 1.251 metros de altitud en el barranco de Benchijigua (La Gomera). Lo más habitual es observarlo desde el mirador de Los Roques.

**Puerto de la Cruz**  
ciudad viva

[www.visitpuertodelacruz.com](http://www.visitpuertodelacruz.com)



# La capital grancanaria, avalada por la recuperación y el crecimiento sostenible

Turismo LPA insistirá, ante los mediadores y profesionales, en el dinamismo que ha mostrado la ciudad a pesar de la pandemia

## CANARIAS7

**LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.** Turismo LPA Las Palmas de Gran Canaria acude desde hoy a Fitur con el aval de la recuperación y el crecimiento sostenible del sector turístico de la ciudad a pesar de la pandemia por covid-19.

La ciudad mostrará a los profesionales e intermediarios turísticos las señas de la reactivación iniciada en el verano de 2020, tras el confinamiento obligatorio por la crisis sanitaria. Pero también, el trabajo de actualización del Plan de Marketing Turístico que marcará los pasos de la política turística del principal destino urbano de Canarias en los próximos años.

La capital acude de la mano de Turismo de Gran Canaria y de Turismo de Canarias, para mostrar sus singularidades como ciudad de mar y culturas. La apuesta por la promoción de la cultura y los eventos, la agenda deportiva, el mar y la naturaleza, la historia, la gastronomía y la oferta comercial, suman en este periodo de reactivación, dos atributos imprescindibles para los viajeros: se-



La capital exhibirá en Fitur su potencial turístico, con una oferta de sol, playa, actividad cultural y renovación alojativa, entre otros pilares. **NACHO GONZÁLEZ / J.C. ALONSO / ARCADIO SUÁREZ**

guridad y confianza.

El trabajo de actualización del Plan de Marketing, acentuar el conocimiento de la ciudad en los medios y profesionales especializados en viajes y turismo y abrir vías de colaboración con otros destinos urbanos, temas en la agenda que la ciudad lleva a la Feria de Madrid.

El área de Turismo del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran

Canaria ha cerrado una amplia agenda de reuniones con operadores, intermediarios turís-

**El área de Turismo del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria ha cerrado una amplia agenda de reuniones**

ticos y profesionales de la comunicación para seguir avanzando en el conocimiento de los atractivos y experiencias que ofrece la capital. La ciudad estrenará en Fitur 22 un vídeo promocional con potentes imágenes de los principales recursos de la vida de la ciudad, que integra a las playas, desde La Laja a Las Canteras; los museos y equipamientos culturales y

## Los números de una actividad resiliente

2021 mostró un comportamiento resiliente del sector turístico. Así, entre enero y noviembre, se anotaron 852.457 pernотaciones y 256.005 viajeros entrados, unos datos que superan ampliamente los de los 11 primeros meses de 2020 (579.818 pernотaciones y 182.6557 viajeros entrados). Estas cifras no alcanzan las registradas en todo 2019, antes de la pandemia, pero apuntan a ellas. Entonces, las pernотaciones acumuladas de enero a noviembre fueron 1.379.620 y los viajeros entrados, 395.557.

eventos; el Carnaval; deportes al aire libre; el paisaje natural, urbano y el sumergido; los mercados, el comercio y la gastronomía; el patrimonio histórico y los nuevos equipamientos urbanos como la pasarela Onda Atlántica, el renovado hotel Santa Catalina o la red de carriles bici.

Una ciudad donde se mezclan los turistas con los residentes, que presume de atardeceres y entornos naturales privilegiados como El Confital o el Barranco del Guinguada. El Ayuntamiento aprovechará la celebración de Fitur para mantener reuniones con otras urbes con las que comparte conexiones directas y estrategias urbanas a fin de ligar colaboraciones promocionales y presentará, en el marco de la Feria de Turismo, el Congreso Internacional de Bandera Azul que se celebrará en la ciudad el próximo noviembre.

**HOTEL JARDÍN TECINA**  
La Gomera  
Diferente por Naturaleza

**Un fin de semana para enamorarte**

jardin-tecina.com y agencias de viajes

# Lopesan Hotel Group refuerza en Fitur su estrategia operativa

El equipo del Departamento Comercial y Marketing ha concretado una agenda con más de 75 reuniones

CANARIAS7

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Lopesan Hotel Group viaja a Fitur, la primera gran feria turística del año en formato presencial, con el reto de reforzar su estrategia operativa de cara a 2022 y crear nuevas líneas de negocio que incrementen el protagonismo de la compañía en los principales mercados emisores de Gran Canaria, Fuerteventura y República Dominicana.

A corto plazo, una de las metas fijadas para la cita madrileña será la recuperación de las operativas de los meses finales de la temporada de invierno que quedaron pausadas, como consecuencia del impacto provocado por la variante ómicron de la covid-19, y de esta forma, tratar de

alcanzar los objetivos de un primer trimestre del año que se presenta complicado, señaló el consejero comercial del Grupo Lopesan y LS Invest, José Alba.

Ante un escenario marcado por la incertidumbre, como el que estamos viviendo, «hemos diseñado un ambicioso plan de acción que se centra en la dinamización de un programa de actuaciones centradas en el segundo semestre del año y que deben sentar las bases de la estrategia empresarial del Grupo Lopesan durante las próximas temporadas», indicó Alba, que destacó este periodo de tiempo como clave para «marcar el camino hacia la recuperación definitiva del sector turístico».

La mayoría de las cuentas importantes de los mercados emisores principales han confirmado su presencia en Fitur, tanto turoperadores, agencias de viaje y aerolíneas, como OTAs, bancos de camas y proveedores de servicios tecnológicos, por lo que serán protagonistas de las más



Los espacios abiertos predominan en el diseño del stand. c7

de 75 reuniones que dan forma a la apretada agenda concretada por el equipo del Departamento Comercial y Marketing desplazado a Madrid.

De forma paralela, el Grupo Lopesan se ha fijado el desafío de continuar con la transformación digital de la compañía, en una clara apuesta por la innovación y la modernización de los elementos que forman parte del proceso de compra de cada huésped o customer journey, incidiendo en todas las alturas del funnel o embudo de conversión online. Un componente destacado de las reuniones fijadas para Fitur se cen-

trará en conocer las nuevas herramientas tecnológicas disponibles y su implementación en los diferentes apartados del marketing y la comunicación del Grupo Lopesan. El éxito de una feria está estrechamente vinculado a la productividad de los encuentros mantenidos durante la cita turística, por este motivo, Lopesan Hotel Group vuelve a contar con un stand propio en la parcela 9E04 del pabellón 9 de Ifema, ubicado tácticamente en el entorno del espacio promocional que ocupará Islas Canarias.

Una espectacular fotografía del Hotel Faro, a Lopesan Collec-

tion preside la estancia y centrará todas las miradas de los asistentes a Fitur, que quedarán cautivados por su excepcional ubicación, en primera línea de playa de Maspalomas, y la renovada imagen que ofrece este histórico inmueble. La promoción de la meticulosa remodelación llevada a cabo en el hotel y la reforma del Lopesan Costa Meloneras Resort & Spa, tendrán especial relevancia durante la cita madrileña, en la que se dará a conocer el cambio de concepto experimentado por ambos productos y el aumento de categoría a 5 estrellas.



GRUPO GERMÁN GALINDO,SL

REVESTIMIENTOS DE PISCINAS  
IMPERMEABILIZACIONES  
TRABAJOS DE PINTURA Y DECORACIÓN

CONTACTO@GERMANGALINDO.COM  
WWW.GERMANGALINDO.ES  
659 647 158 607 661 312

Centro Comercial Sonnenland Maspalomas, local 221

MÁS DE 35 AÑOS DE EXPERIENCIA

ESPECIALISTAS EN RENOVACIÓN  
DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS  
Y EXTRAHOTELEROS

La satisfacción de nuestros clientes nuestra mejor carta de presentación

# Expectativas en el sector turístico local

Y ya que estamos, un aplauso para Binter que, parafraseando a Santa Teresa, ha optado por hacer ampliación de rutas en tiempos de precariedad aprovechando huecos de competencia

**ANÁLISIS**  
**SALVADOR GARCÍA LLANOS**



**U**n hotel de los clásicos portuenses, emplazado en pleno parque de Taoro, cambia de propiedad. El hotel Miramar, frente al antiguo hotel luego Casino, cercano al Tigaiga, es uno de los lados de un triángulo que, teóricamente, se verá enriquecido cuando culmine la actuación de restauración que el Cabildo Insular había concertado con una firma hotelera de la que nunca más se supo, salvo que fue interrumpida por la pandemia cuando parecía que ya estaba todo dispuesto para afrontarla.

Si se acomete alguna reforma también en el Miramar, cuando se complete la del Taoro, toda la zona (incluida la cafetería-restaurant del mirador y la cascada, en La Atalaya) se revalorizará, qué duda cabe. Probablemente, no estarán acompañadas las obras, de modo que más pronto que tarde sería positivo aprovechar para un reacondicionamiento de todo el sector, especialmente en lo que concierne a jardines, vías interiores y servicios. Desde el área de Ciudad Sostenible o desde el Consorcio de Rehabilitación Turística ya deben ir concibiendo –si no lo han hecho ya– una suerte de plan director de las actuaciones que proceda y consensuarlo, claro, con las respectivas propiedades.

El parque –se ha dicho hasta la saciedad– es un auténtico pulmón. Tiene de todo al alcance y es posible crear espacios para que el disfrute de nativos y visitantes sea generoso. A lo largo de los últimos años centenares de corredores y practicantes de ejercicio físico han tenido en el Taoro un recinto idóneo en cualquier época del año. Ahora es cuestión de revitalizarlo y brindar un nuevo recurso a la ciudadanía.

No es el único movimiento en el escenario turístico del Puerto de la Cruz. Hace pocos días, reabrió Diamante Suites, en las cercanías de la carretera insular de Las Dehesas. Ahora lucirá otra denominación, Alua Soul Orotava Valley, parte del inmueble sigue aún con reformas. Y si no surgen contratiempos, el miércoles 12, con la denominación Alua Tenerife, estará de nuevo en funcionamiento el hotel Tur-



Imagen de archivo del Puerto de la Cruz, uno de los primeros lugares de explotación turística en las islas. **c7**

**Invierno turístico, pues, a medio gas, en plena incertidumbre, acentuada por la emergencia sanitaria**

**No por grandes ofertas, vendrán muchos más clientes. O no será rentable**

quesa. Ya deben estar pues algunos contratos formalizados y hasta grupos de firmas como Mundiplan.

Invierno turístico, pues, a medio gas, en plena incertidumbre, acentuada por la emergencia sanitaria. Hay que aguardar a que baje la ola, mentalizados de que esto va para muy largo. O por lo menos, nadie está en condiciones de asegurar una solución a corto y medio plazo. Por consiguiente, ocupaciones medias como norma y mantener calidad de servicios y precios. No por grandes ofertas, vendrán muchos más clientes. O no será rentable, salvo en estrategias de minimizar pérdidas.

El análisis de situación consigna un serio problema del sector: la imposibilidad de preparar

'stocks' en temporada baja para su venta en temporada alta. Preparación y venta son simultáneas, los picos de demanda y producción no se pueden diluir en el tiempo (antes o después...). Menos mal que Canarias sigue gozando de una privilegiada ocupación media anual.

Suponemos que habrá diversidad de opiniones pero el sector debería entender que es mejor reducir aforos y horarios ahora que volver a situaciones de confinamiento, como ya hemos visto en países europeos estas en las fechas festivas más recientes. Y el Gobierno, a colaborar, evitando si es posible 'opiniones personales'.

Se precisa, por cierto, información actualizada de las frecuencias que mantienen o mo-

difican las distintas líneas aéreas, especialmente procedentes de mercados no nacionales.

Y ya que estamos, un aplauso para Binter que, parafraseando a Santa Teresa, ha optado por hacer ampliación de rutas en tiempos de precariedad aprovechando huecos de competencia y sin aplicar ofertas agresivas. Su estrategia actual se hace acreedora de un premio futuro. Algún proyecto insular en este ámbito, superados el brindis al sol y los escarceo iniciales, debería tener en cuenta estas consideraciones, sea dicho con todos los respetos pensando en la corresponsabilidad institucional y los empleados afectados.

Llega Fitur.  
Veremos.

## PERSPECTIVAS ANTE FITUR



**Zapata: «La Palma sigue siendo un destino con un sinfín de atractivos»**

### CANARIAS7

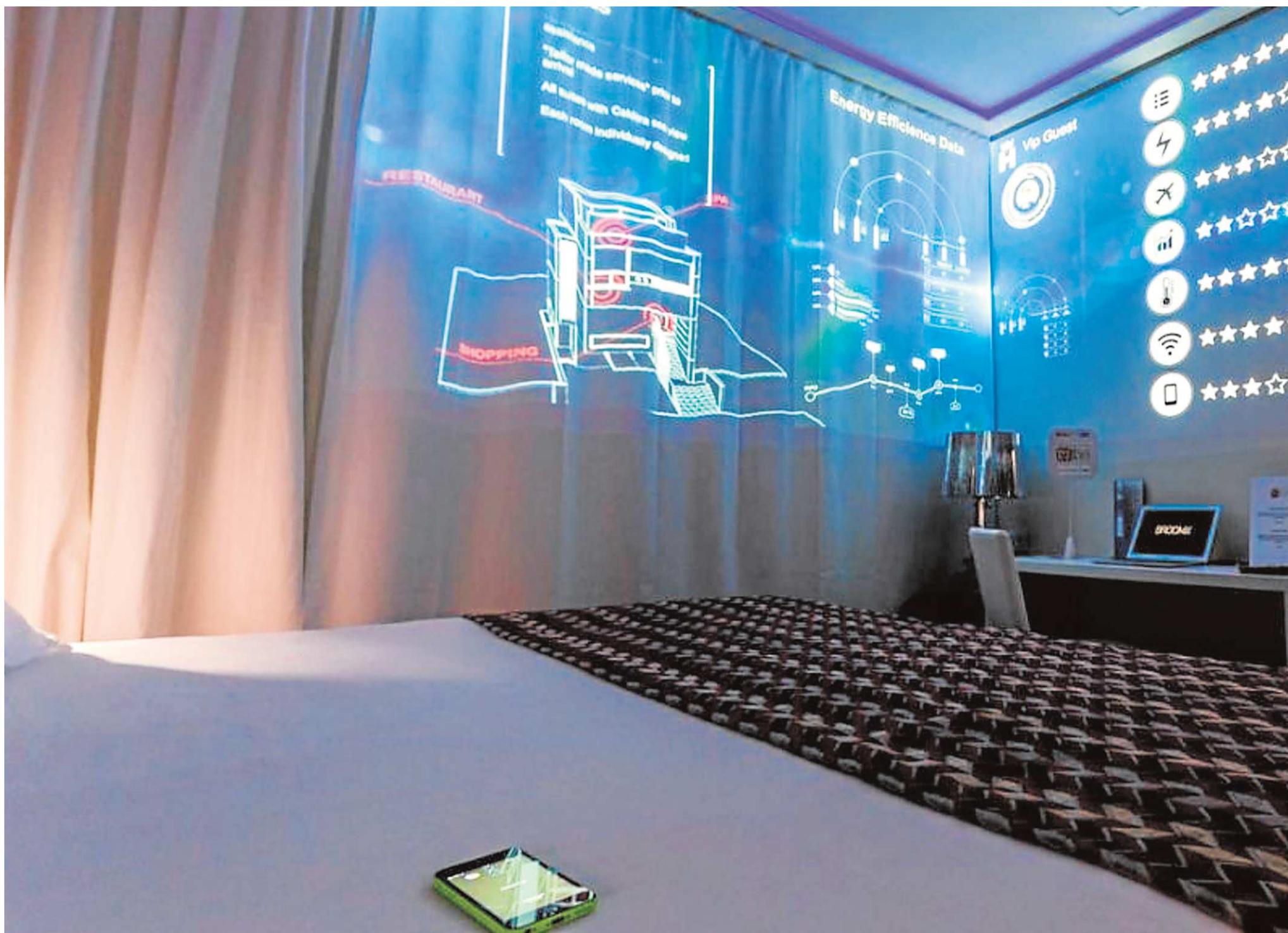
LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. El presidente del Cabildo de La Palma, Mariano Hernández Zapata, acude a Fitur con el objetivo de reforzar el turismo nacional e internacional que llega a la isla como parte de la estrategia para la recuperación socioeconómica de La Palma tras la erupción del volcán. «En esta cita queremos agradecer el gran respaldo que hemos recibido durante el volcán por parte de los

agentes turísticos y continuar trabajando en la promoción de nuestra isla, que continúa siendo un lugar seguro y con un sinfín de atractivos y experiencias por ofrecer a quienes nos visitan», explica el presidente, quien insiste en que «el turismo es clave para la economía de La Palma y así lo hemos demostrado durante la emergencia. Hemos trabajado sin cesar por reforzar las relaciones con los destinos turísticos con los que ya contábamos e intentar atraer a nuevos mercados».



**Pájara**  
un paraíso natural





La tecnología está muy presente en los proyectos sobre cómo serán los hoteles a corto, medio y largo plazo. c7

# Así serán los hoteles del futuro

**Fitur analiza las tendencias innovadoras de los alojamientos de la mano de las nuevas tecnologías**

**CANARIAS7**

**LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.** Los hoteles de la próxima década serán inclusivos, tecnológicos, sostenibles e innovadores. Esta tendencia viene marcada por el nuevo cliente, un consumidor que espera que le sorprendan, que quiere sentir vivencias y emociones en sus viajes, que es tecnológico y que le gusta compartir cómo se siente en cada momento.

Todas estas tendencias y retos a los que se enfrenta el sector hotelero podremos vivirlas en #te-

chYhotel, que se encuentra situado en Fiturtechy, espacio dedicado a la tecnología y el turismo en el pabellón 10B de Fitur. Este espacio está organizado por Fitur y el Instituto Tecnológico Hotelero (ITH).

#TechYhotel es el 'showroom' que mostrarán estas tendencias y donde experimentar con el uso e implementación de las nuevas tecnologías. Más de 25 empresas líderes en el sector se juntan para mostrar las innovaciones tecnológicas más punteras del mercado, de forma conjunta e integrada colaboran con ITH para exponer este showroom en el que los visitantes podrán interactuar.

En esta edición, en el recorrido del hotel, al ser inclusivo, en cada espacio se encontrará en una placa de krión un código QR con la información de cada solución tec-

nológica, así como una breve descripción en Braille realizado por la empresa de señalética Más Infinito..

En #techYhotel el visitante puede conocer, de la mano de Bumerania, al Robot TEMI, el robot que detecta emociones para ver el grado de satisfacción de la estancia en el hotel. También adquiere relevancia el reconocimiento facial de los clientes y con que, con unas cerraduras inteligentes en cada puerta de la habitación y diferentes espacios, abrirá las puertas a cada persona que se haya autorizado solo reconociendo su cara.

Asimismo, se presentará en Fitur el Robot Bellabot. Se trata de un robot camarero capaz de entregar y recoger en sus cuatro bandejas más de 40 kilos de comandas. El showroom dispondrá

también de una mesa interactiva inteligente, en la cual, al seleccionar un artículo, el robot KettyBot lo servirá seguidamente. También habrá un perro robot que hará de vigilante haciendo rondas por las instalaciones del hotel y en breve desarrollará funciones de perro guía.

A su vez, y mediante un tótem interactivo, cualquier visitante de Fiturtechy podrá pedir y pagar la bebida que quiera consumir gracias a Dax Robotics. El robot recibirá la orden y dispensará la bebida seleccionada, se dispondrá de cerveza, café y zumo natural recién exprimido.

Dada su especialidad en accesibilidad, Ilunion Accesibilidad, mostrará cómo la tecnología hace más fácil la estancia y el movimiento a personas con ciertas dificultades de visión ayudándoles

a guiarse, como a personas con dificultad auditiva. Un hotel inclusivo tiene que estar adaptado y una muestra de ello se mostrará en el hotel del futuro.

El proceso de autocheck-in ha llegado para quedarse después de la pandemia. Por ello, Chapp mostrará en #techYhotel un dispositivo a modo de kiosco de pared que permite al usuario realizar el registro completo e incluso facilitarle la llave de la habitación en diferentes modalidades, llave magnética o código para abrir con el smartphone si el hotel tuviera esta posibilidad.

Por su parte, Cerium presenta en Fiturtechy, el nuevo sistema IPTV para hoteles y las nuevas soluciones de infraestructuras seguras y conectividad para adaptar el hotel a la llegada del 'huésped hiperconectado'.



### El futuro es sostenible, y los clientes están más concienciados. La gestión integral de los residuos empieza a ser clave

va). Estas cabinas acústicas permiten tener un lugar tranquilo donde poder mantener reuniones, llamadas telefónicas y trabajar en un entorno libre de ruidos y molestias. Las cabinas acústicas están completamente equipadas con conexiones USB, cargadores, ventilación mecánica e iluminación eficiente, cuidando cada detalle desde la usabilidad, el confort acústico interior, la estética y la sostenibilidad. El interior de la cabina está revestido paneles acústicos para absorber el sonido y evitar problemas de ruido y privacidad; ofreciendo un entorno de paz y tranquilidad.

Por otro lado, los cuadros acústicos ayudan a evitar el eco siendo un elemento más de la decoración. Las extraordinarias capacidades de absorción de ruido del material absorbente, con su densidad y porosidad, hacen que esta solución sea imprescindible ya que funciona en todas las frecuencias de sonido. Se puede adaptar su diseño a cualquier entorno.

El tercer elemento decorativo son los mosaicos acústicos: los paneles fonoabsorbentes de pared son una excelente alternativa a los elementos del techo, aportando materiales absorbentes a las paredes con diferentes diseños. Con estos mosaicos de pared se puede jugar con diferentes telas, tamaños y patrones confeccionando una pared personalizada con una impresionante funcionalidad de reducción de ruido.

En los próximos años cada vez nos vamos a ir encontrando más con la plataforma digital de periódicos y revistas con la que PressReader aporta innovación

al sector de los viajes al ofrecer más de 7.000 publicaciones de más de 120 países y en más de 60 idiomas. Se puede acceder a esta plataforma desde cualquier teléfono inteligente, tableta, lector electrónico u ordenador, y garantiza que los huéspedes de los hoteles se mantengan seguros y entretenidos con una tecnología sostenible, sin contacto e hiperpersonalizada según sus intereses.

El futuro es sostenible, y los clientes están más concienciados, por ello la ropa de cama y baño viene de la mano de Resuinsa, que fruto del I+D+i ha conseguido crear un circuito cíclico de elementos reciclados y reciclables que consigue minorar la producción de residuos. Esta opción, cuyos productos pueden ser reutilizados en múltiples ocasiones, se acerca a lo que podríamos llamar el reciclaje infinito, ya que no sólo se realiza con productos que ya proceden de textiles reciclados post-consumo sino que sus elementos pueden volver a ser reutilizados. Se trata de favorecer la transición hacia una economía circular, creando varias líneas de productos que tienen una vida múltiple y que son reutilizados para diferentes conceptos. Ejemplo de ello ha sido la creación de la zapatilla Vita que podremos ver en el 'hotel del futuro'.

Otra de las novedades que encontraremos viene de la mano de Veltia y es el VFusion Foot Dryer, el nuevo revolucionario secador de pies que garantiza un secado en tan solo 8 segundos con su motor de alta velocidad. Es, además, el primer secador de pies instalable para personas con movilidad reducida, personas mayores, etc... Incluye el filtro de aire «Hepa Filter H13», que retiene el 99,97% de las partículas que se encuentran en el aire. Además de este filtro, incluye un sistema neutralizador de malos olores: Veltia Zeromell®, que no solo elimina el mal olor, sino que además mejo-

ra la calidad del aire dejando una suave fragancia alrededor.

En la habitación tecnológica podremos encontrar también la presencia de Check In Jobs y de su Talent Pool, una plataforma en donde se reversa el proceso de selección y se conectan las grandes empresas del sector de la hostelería con los mejores profesionales para sus vacantes, logrando que los procesos de selección sean 5 veces más rápidos a través de un software as a Service en el cual se han desarrollado algoritmos para buscar matches entre la oferta y la demanda.

En cuanto al modelo de limpieza, Sanikey llega a Fitur con un enfoque diferente donde pasan a la tarifa plana por estancia, un modelo de consumo por uso, en los productos y utensilios de higiene para cubrir los servicios de habitaciones, cocina, lavandería y zonas comunes. Es decir, trasladan a los centros toda su especialización, dotándolos de los productos y sistemas más eficientes a cambio de una cuota por residente mes.

Cabe mencionar al arquitecto Miguel Soler (MSC) quien ha diseñado los diferentes espacios del hotel del futuro. Un diseño de hotel con espacios innovadores, tecnológicos e inclusivos.

El diseño no está reñido con la funcionalidad. Kaudex expondrá alguno de los diseños de mobiliario basados en el diseñador Piet Mondrian con un toque clásico de diseño geométrico y mirando al futuro con sensores en las puertas de su mobiliario, puertos USB de carga allá donde más falta hace e iluminación regulable y la posibilidad de integrar cualquier necesidad que tenga el hotel para mayor confort de los clientes.

Roca mostrará un baño de diseño sin obviar la tecnología que permite a través de sus sistemas un control y ahorro de consumos. La tendencia es interactuar con la tecnología sin contacto por parte del cliente.

Si hacemos un recorrido por el hotel, encontraremos tres soluciones diferentes combinando elementos decorativos de diseño

con absorción acústica, presentados por Absotec. Por un lado, dos cabinas acústicas de diferente tamaño (individual y colecti-

**The**  
HOTELES

COLECCIONANDO  
**EXPERIENCIAS**

Instagram Facebook Twitter YouTube

[hoteles.the.com](http://hoteles.the.com)



FOTOGRAFÍA: NACHO GONZÁLEZ

