



Carlos Navarro Santa-Olalla

Presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada



«El turismo es el verdadero motor de nuestra economía»

Carlos Navarro, es un joven empresario, que ha vivido la hostelería desde que era un niño, es Consejero Delegado de Grupo Bib-Rambla, grupo familiar de empresas dedicadas a la hostelería y con varios establecimientos, todos ellos situados en el centro de Granada, entre los que se encuentran varias cafeterías, una de ellas la más antigua de la ciudad, y varios restaurantes. En la actualidad, una de sus empresas, está desarrollando el proyecto del primer hotel del Grupo. Además Carlos Navarro es Consejero delegado de Grupo Inmobiliario Santa-Olalla, dedicado a la promoción inmobiliaria y también de carácter familiar.

A su vez, y junto a otros importantes grupos empresariales granadinos, participa en empresas de otros sectores, siendo Consejero Delegado de DESIN POLAND con inversiones en Polonia y Socio fundador de DITEMA y PLATAFORMA LOGÍSTICA SUR DE ESPAÑA, con intereses en Marruecos. Participa activamente, desde siempre, en las organizaciones empresariales, conocedor de la importancia que las mismas tienen para el tejido empresarial. Es el actual presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo de Granada y vicepresidente de la Confederación Granadina de Empresarios.

¿Cuántas asociaciones engloba la federación de hostelería? ¿Cuántas empresas están representadas?

La Federación Provincial de Hostelería y Turismo es una organización empresarial con 29 años de experiencia, fundada en el año 1982, sustituyó a la Asociación Provincial de Turismo y Similares creada en el año 1977, con objetivo de defender los intereses de las empresas del sector, cubrir sus necesidades y dar cobertura en la comercialización que realizan fuera de nuestras fronteras, además de colaborar con las diferentes administraciones en la promoción de nuestra ciudad y provincia.

Cuenta con un equipo de profesionales con una sólida formación y una amplia experiencia en el asesoramiento general de las empresas, desempeñando una labor trascendental para el desarrollo de las mismas.

La Federación está compuesta por las siguientes asociaciones a nivel provincial:

- Asociación Provincial de Hospedaje de Granada.
- Asociación Provincial de Restaurantes, Cafeterías, Bares, Tabernas, Caterings.
- Asociación Provincial de Campings y Ciudades de Vacaciones.
- Asociación Provincial de Agencias de Viajes y OPC's.
- Asociación Provincial de Informadores Turísticos.
- Asociación Provincial de Bares de categoría especial A y B (Pubs).
- Asociación Provincial de Discotecas, Salas de fiesta, Tablaos Flamencos, Zambras.
- Asociación Provincial de Servicios Turísticos.
- Asociación Provincial de Turismo Rural.
- Asociación Provincial de Turismo Activo.
- Asociación Comarcal de Turismo del Altiplano.
- Asociación Comarcal de Hostelería de Motril.

En total 12 Asociaciones con personalidad jurídica y autonomía propia aglutinadas en esta Federación, con más de 1.300 empresas unidas en defensa de sus intereses comunes.

¿De qué sectores son estas asociaciones y empresas?

Como a nosotros nos gusta decir, todas las empresas forman parte de la "Industria del Turismo y la Hostelería".

¿Por qué debe asociarse un establecimiento?

Hay tres cuestiones principales. La primera la defensa

de nuestros objetivos comunes ante las administraciones que en ningún caso se podrían defender de forma individual con la misma efectividad. La segunda la promoción y comercialización de las diferentes empresas, junto a las administraciones, creando destino y haciendo que este sea cada vez más atractivo para los viajeros que nos visitan. Por último los servicios especializados en nuestro propio sector que ofrece la organización a cada una de las empresas de forma individual y con total confidencialidad. En definitiva es una cuestión de beneficio de nuestra propia empresa y de compromiso con el interés general de todas las empresas, de sus trabajadores y por lo tanto de la economía granadina en general.

¿Es el sector turístico el motor económico de la provincia?

Sin duda. La industria del turismo genera en Granada el 14% del PIB y el 15% del empleo directo además de, al menos, otro tanto indirecto, datos que son lo suficientemente relevantes como para considerar esta industria como verdadero motor de nuestra economía. Si añadimos a esto la fuerte caída de otros sectores y una tasa de paro superior al 30% podríamos decir que, tal y como está la situación, es motor económico y de vital importancia, del que depende, en gran medida, la recuperación de la economía granadina, la generación de empleo y, con ello, el reparto de riqueza y el estado de bienestar.

Esto es lo que tenemos hoy, pero si administraciones y empresarios hacemos bien nuestro trabajo y dotamos a Granada de todo lo que necesita, especialmente de infraestructuras como el AVE y la finalización de la autovía del Mediterráneo, estos datos podrían mejorar considerablemente.

Ha hecho referencia a dos de las infraestructuras más importantes para la provincia, ambas en ejecución pero, ¿cuáles son, a su juicio, las infraestructuras que necesita Granada en el futuro para crecer como destino turístico?

En primer lugar la ampliación de la superficie esquiable en Sierra Nevada, demandada por empresarios granadinos, andaluces, aficionados, deportistas y una amplia mayoría de nuestra sociedad como reflejó la encuesta que realizó Ideal hace unas semanas. Esta ampliación es necesaria para poder competir en igualdad de condiciones con otras estaciones de esquí europeas que están aumentando su superficie esquiable, pero también es necesaria como motor económico y de creación de empleo, por supuesto debe de hacerse con total respeto al medio ambiente y con el menor impacto posible sobre el conjunto del parque de Sierra Nevada.





El segundo paso tras la ampliación de la superficie esquiable sería un telecabina que une la estación de esquí con la ciudad y que se convertiría en un atractivo turístico en sí mismo durante todos los meses del año rompiendo así con la estacionalidad de Sierra Nevada y ampliando la oferta hotelera y de ocio de Sierra Nevada en temporada al poner la ciudad a pie de pistas y evitando atascos que den una mala imagen de nuestra estación.

Otras infraestructuras necesarias son la ampliación y modernización del puerto de Motril, lo cual facilitaría la llegada de una mayor cantidad de cruceros y la construcción de nuevos puertos deportivos en nuestro litoral que repercuta en un aumento considerable de amarres y venga a paliar el déficit histórico que tenemos de los mismos.



También se hace muy necesario un enlace mecánico Alhambra-ciudad, ciudad-Alhambra que facilite el acceso al monumento desde la ciudad y a la inversa. El ascensor que se propone desde el ayuntamiento de Granada nos parece una solución interesante siempre que los técnicos la consideren viable y no perjudique al monumento. En cualquier caso echo de menos una propuesta seria por parte de quienes tanto critican esta solución.

Por último no debemos olvidar nuestro aeropuerto ya que aproximadamente un 85% de los turistas extranjeros que visitan España lo hacen a través de vuelos internacionales.

¿Cómo está afectando la crisis al sector?

Las empresas del sector están realizando un gran esfuerzo para adaptarse a la nueva situación económica y social. Para ser competitivas han bajado los precios sin disminuir la calidad de los servicios que prestan, asumiendo, a su vez, el incremento de los precios de materias primas, servicios y costes laborales, todo ello, a costa de disminuir considerablemente su rentabilidad y, en demasiados casos, de hacerlo hasta límites insoportables para la empresa.

Se dice que a pesar de la crisis están todos los bares llenos, ¿qué hay de cierto en esa afirmación?

El consumo local se ha retraído y la ley "antitabaco" no nos ha ayudado precisamente. Salimos y gastamos menos que antes con lo que ello representa para las empresas del sector, esa es la verdad, aunque también es cierto que en los últimos meses se aprecia una leve mejoría.

Según datos de la concejalía de turismo del Ayuntamiento de Granada, la ciudad se ha convertido en el segundo destino turístico nacional de fines de semana, ¿qué es lo que atrae a Granada?

Sin duda, y en primer lugar la Alhambra, pero también su importantísimo patrimonio monumental, barrios como el Albaicín, el Sacromonte o la Alcaicería, su cultura, el flamenco, su magnífica planta hotelera, su gastronomía, sus terrazas, la alegría y la amabilidad de su gente, su clima, Sierra Nevada, pero también hay que reconocer que, gracias a las obras realizadas en estos últimos años, Granada está más bonita que nunca aunque ahora no luzca igual debido a las obras del Metro.

La Promoción turística realizada por administraciones y empresas también es de vital importancia al igual que funcione el "boca-oído". En cualquier caso es una verdadera proeza que Granada, con el grave déficit de infraestructuras que tiene, sea el segundo destino nacional en fines de semana.

La Alhambra y Sierra Nevada son los ejes principales del turismo, pero ¿qué más ofrece la provincia? ¿Qué se debería impulsar más?

Granada es una provincia que conjuga como ninguna su presente y su pasado, como he dicho anteriormente, de una gran riqueza patrimonial y cultural, pero también de una gran belleza natural. Además de Sierra Nevada, la Alhambra, el Generalife, y los principales atractivos de la ciudad, todo el que visite la provincia descubrirá una tierra de contrastes, la Alpujarra, el Valle de Lecrín, Guadix, el Marquesado, el Altiplano y el Poniente granadino y por supuesto su Costa Tropical.

Para dar a conocer la provincia debemos utilizar la ciudad como "gancho" al igual que la ciudad utiliza la Alhambra y Sierra Nevada. La provincia debe de ser un complemento de la ciudad al igual que la ciudad debe ser un complemento de la provincia.

Debemos de unificar la oferta, que es excelente, y crear nuevos productos que



sirvan de atractivo a todo tipo de turistas sea cual sea su perfil, de esta manera vendrán más y se quedarán más tiempo.

¿Qué nos hace falta para consolidarnos como destino turístico de larga estancia? ¿Más infraestructuras? ¿Más camas?

Granada tiene una amplia y excelente planta hotelera, de las mejores de Europa me atrevería a decir. Las infraestructuras son vitales sin duda pero, además de estas, nuestras asignaturas pendientes son poner la Oficina de Congresos en funcionamiento, que es una herramienta importantísima para atraer el turismo congresual, de eventos e incentivos y crear esos productos a los que he hecho referencia anteriormente que saquen partido a la provincia.

¿Hay temporada baja en Granada?

Desde luego hay meses mejores y meses peores, pero los fines de semana y puentes suelen funcionar muy bien, en general, durante todo el año.

¿Funcionarían igual los bares sin la tradicional tapa de Granada?

La tapa va estrechamente ligada a nuestra cultura, a nuestra gastronomía, los granadinos vivimos mucho en la calle, quedamos en los bares y nos contamos las cosas en torno a una barra. Probablemente si no existiera la tapa habría menos bares y más restaurantes.

¿Qué medidas se debería adoptar a nivel provincial, autonómico y nacional para paliar la situación económica?

A mi juicio es evidente que tras los recortes a los que se ven obligados las administraciones con las consecuentes pérdidas de puestos de trabajo y nula oferta de otros nuevos, la recuperación económica depende, en su práctica totalidad, de las empresas, por lo tanto las medidas a tomar para salir de la crisis deben de ir orientadas a favorecer la creación y competitividad de las mismas.

Para ello es importante que vuelva a fluir el crédito y flexibilizar el mercado la-

boral, ajustándonos a las necesidades de la empresa en cada momento y mejorando la productividad para que las mismas puedan competir con las de otros países.

Igualmente, una buena medida podría ser reducir la cuota que las empresas abonan en concepto de Seguridad Social, lo que repercutiría positivamente en la creación de empleo, en el reparto de la riqueza generada y por tanto en el consumo.

Esto en términos generales pero, ya que hablamos de la industria del turismo, aportaré dos medidas que me parecen interesantes. La primera, la rebaja del IVA turístico para fomentar el consumo y ser más competitivos dentro de los destinos del Mediterráneo. De esta manera cuando remitan las tensiones geopolíticas del norte de África estaremos en mejores condiciones para competir con esos destinos. La segunda, el abaratamiento de las tasas aeroportuarias para el fomento del tráfico aéreo dentro del espacio europeo, así como la bajada de las tasas medioambientales que se le imponen a las aerolíneas según sea el destino y que perjudica a los destinos más alejados dentro de la Unión Europea, encareciendo estos desplazamientos.

¿Cree que las campañas promocionales son efectivas para atraer el turismo? ¿No cree que seguimos abusando de estereotipos ya superados o el abanico, las castañuelas y el flamenco siguen funcionando?

La promoción es una herramienta fundamental. Si queremos vender nuestra provincia debemos de enseñarla para despertar deseos de conocerla. No es la única herramienta, pero sí de las principales, y sí, el abanico, las castañuelas y el flamenco venden y mucho. Es más, en Granada deberíamos saber sacar mayor partido a esto, debería ser conocida internacionalmente como la ciudad del flamenco.

Como dijimos antes, el turismo es la principal industria nacional, ¿cómo afectaría la propuesta realizada por la CEOE de eliminar los puentes y que todos los festivos sean en lunes y viernes? ¿Está de acuerdo con esa posible medida?

En absoluto estoy de acuerdo con esta medida, pero no es que yo no esté de acuerdo, no está de acuerdo ni la Federación de Hostelería granadina, ni la andaluza, ni la española. Es evidente que afectaría negativamente y aún más en una ciudad como Granada en la que su principal fuerte es precisamente los fines de semana y puentes.

Imagínese que está en un feria internacional de turismo en un país extranjero, ¿cómo describiría Granada a una persona que no la conoce?

Le diría probablemente que Granada es una ciudad de ensueño, encantadora, mágica, con duende, y con un riquísimo patrimonio histórico. Situada a los pies de una sierra, nevada prácticamente todo el año, con paisajes vírgenes donde puede practicar toda clase de deportes de invierno y que alberga unos pueblecitos blancos maravillosos de arquitectura singular, la Alpujarra. Que está rodeada de una preciosa vega, de valles llenos de cítricos, y que visite su provincia, descubrirá una tierra de contrastes con un litoral de pequeñas calas de aguas cristalinas y temperaturas tropicales. Que tiene comarcas maravillosas repletas de bosques mediterráneos, olivares y vides, con yacimientos arqueológicos y cientos de viviendas en cuevas.

Le invitaría a conocer Granada paseando tranquilamente por sus calles, mezclándose con su gente y recreándose en sus matices. Le recomendaría que disfrutara de su excelente gastronomía en sus restaurantes, cafés, bares y terrazas, de su acogedor ambiente, tanto diurno como nocturno, de sus servicios de ocio, que se relajara en sus baños y balnearios, y descansara en sus excepcionales hoteles.

Por último y por supuesto le diría que debe de conocer la Alhambra y el Generalife, ícono de la ciudad y su provincia.

La "mala follá", ¿perjudica o es una nota más de identidad?

No creo que en Granada haya más "mala follá" que en cualquier otro lugar, para mí es un mito.