

Hotel Imperial

Tipología: Casa Palacio (casa solariega de una familia noble).

Descripción física: Las habitaciones tienen o un patio o una terraza privada. Los salones de la Casa se cubren con artonados. La escalera principal ofrece un conjunto único de azulejos sevillanos de tipo pisano. Tiene diferentes patios: el apeadero de entrada, el patio principal compuesta por doble galería de arco peraltados sobre columnas de mármol con capiteles corintios y un último patio jardín con un estanque de origen hispano-musulmán.

Decoración: Predomina la decoración con antigüedades de tradición Sevillana.

Propiedad jurídica: De tipo privado.

Uso turístico: Alojamiento y restauración.

Oferta complementaria: Uso de las instalaciones del club Antares

Forma de darse a conocer: Internet (www.casaimperial.com), guías turísticos, revistas especializadas de turismo. Este hotel no paga para publicidad.

Estadísticas de clientes: Generalmente son personas mayores, internacionales y sobre todo en pareja

Obtención de subvenciones: No recibe subvenciones.

Historia: Esta casa Palacio del siglo XVI. Su primer propietario fue la familia Villafranca en 1540. Alonso de Villafranca fue mayordomo del primer Marqués de Tarifa, propietario de la contigua casa de Pilatos con la que estaba conectada por un pasaje subterráneo.

Plano situacional: documento adjunto.

Hotel San Gil

Tipología: Casa palacio (casa solariega de una familia noble).

Descripción física: Sólo la entrada y la parte izquierda del edificio guardan la estructura original, siendo lo demás totalmente nuevo. Este hotel fue un típico edificio sevillano de 1.901, habiéndose hecho dos reformas en 1992 y en 1999. Se han creado dos plantas más sobre la estructura original.

Decoración: Cerámica actual, numerosos mosaicos de principios del siglo XIX, fuentes, palmeras y ciprés centenario.

Propiedad jurídica: Es privado, gestionado por los dueños.

Uso turístico: Alojamiento y restauración.

Oferta complementaria: Sólo si la pide el cliente.

Forma de darse a conocer: a través de folletos, Internet (www.casaimperial.com), ferias, promociones...

Obtención de subvenciones: No tienen subvenciones.

Historia: Típico edificio sevillano.

Plano situacional: Documento adjunto.

Hotel *La Taberna del Alabardero*

Tipología: Casa–Palacio (casa solariega de una familia noble).

Descripción física: Se ha respetado la estructura original, las Habitaciones mantienen las particularidades de la originaria mansión señorial sevillana, donde el mobiliario y las características del mismo, sin ser ajenos a las técnicas modernas y actuales, mantienen la elegancia y el clasicismo de finales del Siglo XIX.

Decoración: Azulejos, zócalo, mármol del patio, rejas, columnas...son bienes del hotel que tienen importancia cultural.

Propiedad jurídica: Pertenece al grupo Lezama y el hotel es gestionado por el mismo grupo.

Uso turístico: Alojamiento y restauración. Ofrece una gastronomía nacional, centrándose en la andaluza. Ofrecen vinos nacionales de denominación de origen.

Oferta complementaria: Actúa como mediador de oferta cultural vendiendo tickets para tablaos flamencos, dando información q se requiera...También ofrece sus salones para comidas, etc...

Forma de darse a conocer: A través de folletos, revistas especializadas, ferias como FITUR, Internet (www.tabernadelalabardero.com, esta página está tanto en inglés como en español).

Estadísticas de clientes: Generalmente son matrimonios mayores internacionales con una estancia larga. No es nada común los grupos.

Obtención de subvenciones: No obtienen subvenciones de ningún tipo.

Historia: La casa donde se ubica el hotel data del siglo XIX, siendo objeto de una cuidada restauración respetándose sus salones y su ambiente. Perteneció al poeta J. Antonio Cavestany, de la Real Academia Española.

Plano situacional: Documento adjunto.

Hotel *Las casas del Rey de Baeza*

Tipología: Casa–Palacio (casa solariega de una familia noble).

Descripción física: Las habitaciones se han cambiado, siempre respetando la estructura original.

Decoración: Tienen patios, vigas, columnas, ruedas de molino, cruces de madera y de hierro son objetos que tienen interés cultural por su antigüedad.

Propiedad jurídica: La cadena Hospes lleva la gestión y también es el dueño.

Uso turístico: Alojamiento y restauración. La gastronomía que se ofrece es andaluza y los vinos son españoles con denominación de origen.

Oferta complementaria: Actúan como mediadores entre el cliente y la oferta cultural que se desee, como venta de tickets, excursiones, información...

Forma de darse a conocer: A través de folletos, agencias de viajes, tour-operadores, reportajes en prensa, Internet (www.hospes.es, se encuentra tanto en inglés como en español).

Estadísticas de clientes: Europeos (franceses e ingleses sobre todo). De 35 años en adelante, y llegan mayoritariamente en pareja.

Obtención de subvenciones: Actualmente no reciben, puede ser que cuando se empezaron las restauraciones para la puesta en funcionamiento del hotel sí que recibieran alguna tipo de subvención.

Historia: Se construyó en el siglo XVIII como casa-palacio, para posteriormente usarse como corral de vecinos. En el año 1998 se hace hotel.

Plano situacional: Documento adjunto.

Hotel Los Seises

Tipología: Tercer patio del Palacio Arzobispal.

Descripción física: El hotel viene a desarrollarse en la zona mas antigua del Palacio Arzobispal, reordenando un gran vacío ajardinado, donde existían una serie de construcciones en desuso. Un aljibe de dos metros de profundidad es utilizado como pequeña bodega junto al bar. Las habitaciones a nivel de la segunda planta se cobija bajo las cubiertas de tejas del segundo patio barroco del Palacio.

Decoración: El hotel está repleto de antigüedades con gran valor cultural como puede ser, por ejemplo, el escudo del arzobispo Don Gonzalo de Mena y Roelas, éste escudo ya existía en el antiguo jardín, también se conserva un jardín-huerta del siglo XVII, y a la izquierda de esto, se mantiene un fragmento de la loggia de columnas de mármol y capiteles de castañuelas. También se conserva del siglo XVI, un foso con restos arqueológicos descubiertos durante las obras, en los mosaicos que se encuentran en este hotel aparecen peces y una navícula de pescadores. Contiene un pozo almohade junto a un antiguo colector de agua de lluvia. El Salón Deza cuenta con un artesonado de tablas pintadas con motivos florales, con emblema central compuesto por el escudo repetido del arzobispo Fray Diego de Deza. Se puede contemplar dos escudos de terracota, uno del rey Fernando II de Aragón y otro del arzobispo Deza.

Propiedad jurídica: El dueño es el Arzobispado y lo gestiona la cadena Husa.

Uso turístico: Alojamiento y restauración. Ofrecen gastronomía andaluza y vinos internacionales.

Oferta complementaria: Actúa de mediador entre el cliente y lo que éste busque, ya sea venta de tickets, información de monumentos o espectáculos culturales...Ofrece salones para utilizarlos en congresos, bodas...

Forma de darse a conocer: Internet (www.hotellosseises.com), tour-operadores, revistas, FITUR, ferias...

Estadísticas de clientes: Mayoritariamente extranjeros, sobre todo de mediana edad en adelante, suelen llegar en matrimonios. Se realizan también congresos en el hotel, hospedándose en el hotel los que acudan al congreso.

Obtención de subvenciones: No obtiene ningún tipo de subvenciones.

Historia: Según las fuentes históricas pudiera ser el lugar donde se ubicó el primitivo palacio tras la donación

de los terrenos que Fernando III hace al primer arzobispo de Sevilla, Don Remondo, tras la conquista.

Hotel Vincci La Rábida

Tipología: Casa–Palacio (casa solariega de una familia noble).

Descripción física: Típica casa sevillana con 2 patios, uno interno otro eterno y una terraza exterior. El hotel mantiene la estructura original de la casa–palacio habiendo se hecho reformas para su modernización, sin perder el gusto de lo clásico.

Decoración: Tiene valor artístico los azulejos del siglo XVIII, espejos, cuadros...

Propiedad jurídica: Edificio arrendado a la cadena Vincci.

Uso turístico: Alojamiento, restauración y vistas panorámicas de la Catedral. Su carta es variada con gastronomía andaluza e internacional.

Oferta complementaria: Actúa como mediador entre el cliente y lo que éste desee. Ofrecen salones por si el cliente lo desea utilizar.

Forma de darse a conocer: Internet (www.vinccihoteles.com), revistas, promociones, ferias...

Estadísticas de clientes: Por lo general recibe personas de 35 años en adelante, matrimonios y grupos reducidos.

Obtención de subvenciones: No recibe subvenciones de ningún tipo.

Historia: Este hotel empezó a funcionar como tal hace 50 años.

Plano situacional: Documento adjunto.

Conclusiones

El cliente cultural que viene a los hoteles de Sevilla se puede dividir en turista de motivación histórico–patrimonial, porque vienen a Sevilla a conocer sus monumentos, arquitectura, exposiciones...Pero sobre todo los monumentos. También puede ser un cliente de motivación folclórica o étnica, porque saben que las costumbres en la vida Andaluza es diferente...El turista lúdico–festivo viene sobre todo a la feria de Abril. El turista religioso viene a Sevilla a conocer la Semana Santa, para esta que viene por ejemplo no hay plazas en casi ningún hotel de los que hemos visitado, también viene para conocer una de las Catedrales más importantes de España. El turismo gastronómico no es tan conocido pero sí que el turista queda prendido de las típicas tapas y de todo lo que le rodea...

Casi ningún hotel recibe ayuda económica por parte de algún organismo administrativo.

Los hoteles han conservado la estructura original del bien patrimonial en donde se sitúan, reformando y remodelando lo necesario para estar en condiciones de garantizar la comodidad del cliente.

En general los hoteles no ofrecen por sí mismo oferta cultural, ellos sólo actúan como intermediadores vendiendo entradas, dando información que el turista necesite y desee.

Los hoteles tienen la gran mayoría paginas webs donde dan información tanto del hotel como de precios, etc...Las revistas especializadas tienen en sus páginas a estos hoteles, no porque estos lo pidan, sino porque la

revista informa sobre ellos. A ferias no van todos porque según dicen, se gasta mucho dinero y, o no pueden permitírselo (*La Casa del Maestro*) o no lo necesitan (*Alfonso XIII*).

La recepción de los hoteles suelen informar bastante bien y plazeramente, aunque hay graves excepciones como los hoteles *Abanico* y *Doña María*, donde, o nos han atendido con prisas y contestando rápido y malamente, o simplemente no nos han contestado poniendo excusas que de sobra sabíamos que no eran ciertas. Sin embargo el lado positivo nos lo hemos llevado en el hotel *Vincci La Rábida*, donde fuimos atendidos amablemente, después de haber respondido a nuestras preguntas en recepción, nos llevaron a hablar con el director, nos enseñaron el hotel.

La mayoría de recepcionistas tenían la titulación de Turismo y algunos de ellos han hecho la carrera en EUSA.

Se puede deducir que el cliente cultural que viene a España es de una media de edad elevada (más de 45 años), que tienen unos ingresos de medios–altos, son personas que vienen acompañados generalmente de su pareja, la estancia media aumenta poco a poco. Hay una gran cantidad de turistas tanto franceses como ingleses.