

X PREMIOS DE TURISMO • MIÉRCOLES 7 DE JULIO DE 2021

LA RAZÓN



— X PREMIOS —



X EDICIÓN PREMIOS DE TURISMO

Raquel Bonilla

La pandemia de la Covid-19 ha hecho estragos en la industria turística nacional, que ha vivido el peor año de su historia. Pero la luz al final del túnel ya comienza a vislumbrarse y con él la esperanza de que el engranaje del motor económico de nuestro país vuelva a rodar con pulso firme a pesar de las zancadillas que sigue poniendo el coronavirus. Así quedó demostrado el pasado miércoles en el Gran Hotel Miramar de Málaga, donde se celebró la gala de la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, en la que se dieron cita tanto los máximos representantes del sector turístico nacional como de las principales instituciones públicas.

Después de unos meses aciagos, el optimismo fue el espíritu que marcó la atmósfera de esta cita, ya que todos los asistentes coincidieron en la misma consigna: «Este año será el de la recuperación de la industria turística española», pero para lograrlo con éxito hace falta «empuje institucional y un sólido apoyo de la Administración para volver a presumir de ser el país más competitivo en materia turística del mundo».

La gala, en la que se reconoció el esfuerzo y la labor de instituciones públicas y de empresas privadas por mantener el andamiaje del turismo durante los difíciles meses de la pandemia, estuvo presidida por Juanma Moreno Bonilla, presidente de la Junta de Andalucía, quien inauguró el acto con un discurso en el que hizo hincapié en el optimismo, pues «hay que tener un respeto al turismo, porque es la principal industria de nuestro país, a pesar de que a veces se camufla y se le da poca importancia y lo cierto es que a este sector le debemos parte de nuestro avance y de nuestro bienestar, por lo que entre todos debemos impulsarlo».

Hablar de turismo en España pasa, inevitablemente, por hablar de Andalucía, uno de los patrocinadores de la gala, pues se trata de una de las regiones más visitadas de nuestro país, hasta el punto de que «una de cada tres reservas que se están haciendo en España tiene como destino Andalucía», tal y como aseguró Juan Marín, vicepresidente y consejero de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía, quien cerró el acto con un discurso en el que también invitó al optimismo, pues recordó que «en el mes de junio, de media, Andalucía va a estar por encima del 65% de ocupación y, seguramente, en agosto llegaremos a

LA RAZÓN IMPULSA LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO EN SU AÑO CLAVE

La X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN reconoció el esfuerzo del sector tras los meses más complicados de su historia, en una gala en la que imperó el mensaje de optimismo en defensa del «petróleo español»



Juanma Moreno Bonilla inauguró la gala



Francisco Salado durante su discurso



Francisco Salado, Francisco Marhuenda, Francisco Hiraldo, Eugenia Carballado, Andrés Navarro, Emiliano García-Page y Alfonso Rueda

estar por encima del 80%, a pesar de que los turistas ingleses no están viniendo como quisieran, pero lo estamos supliendo con otros mercados». En este sentido, el consejero de Turismo destacó que «estamos haciendo un trabajo importante, sabíamos de las dificultades, y ahora se está recibiendo mucho turismo centroeuropeo, pero hay que seguir trabajando duro para transmitir al mundo el mensaje de que España es un país seguro y de máxima calidad».

Parte del éxito de Andalucía reside en iconos tan emblemáticos como Turismo Costa del Sol, otro de los patrocinadores del evento, de ahí que Málaga fuese el escenario escogido para albergar la X Edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, no en vano ha sabido reinventarse para promocionar el turismo de calidad y lo ha hecho «Al son de la buena vida» para impulsar la llegada de viajeros a un destino seguro, tal y como recordó Francisco Salado, presidente de la Diputación de Málaga y presidente de Turismo Costa del Sol, quien destacó que «el sector turístico se tiene que modernizar y resulta imprescindible curar las heridas que ha dejado esta pandemia para seguir siendo competi-



vo y para ello hace falta que nos llegue la inversión de los fondos europeos, pues nos ayudarán a seguir innovando».

La apuesta de LA RAZÓN por el turismo queda demostrada cada viernes en las páginas dedicadas a este sector, así como en los suplementos especiales que impulsan los viajes de forma periódica. «Porque la industria turística nacional es el petróleo de España, nos guste o no, por ello estamos convencidos de que debemos apoyarlo e impulsarlo, tal y como demuestra este acto», aseguró Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN, durante sus palabras de bienvenida.

Conducida por Roberto Braseero, la gala arrancó premiando al municipio de Nerja, que fue el primero en subir al escenario al abrir la categoría de Destinos tras recibir el premio al mejor destino de playa, cuya estatuilla recogió José Alberto Armijo, alcalde de la localidad malagueña. Por su parte, Fuerteventura fue la escogida para recibir el reconocimiento al mejor destino turístico de playa de Islas Canarias, con Jéssica de León Verdugo, vicepresidenta del Patronato de Turismo y consejera de Turismo del Cabildo de Fier-

teventura, como encargada de recoger la figura conmemorativa del acto. Sin dejar las Islas Canarias, Tenerife recibió el premio al turismo innovador, gracias a su apuesta por renovar su oferta y a su consolidación como destino turístico inteligente. En este caso, Pedro Martín Domínguez, presidente del Cabildo Insular de Tenerife, fue el encargado de recoger el trofeo.

La ceremonia continuó con el premio a la mejor iniciativa para la promoción del turismo, que recayó en Turismo Costa del Sol, cuyo galardón recogió José Francisco Salado, presidente del Patronato de Turismo de Costa del Sol. La categoría de Destinos continuó con un merecido reconocimiento a los destinos de interior, donde nuestro país también tiene mucho que ofrecer. Por ello, Castilla-La Mancha recibió el premio a la mejor campaña de promoción turística, un galardón que recogió Emiliano García-Page, presidente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, quien reconoció sentirse «orgulloso y optimista después de un año malísimo. El turismo volverá, pues España puede pasar de los 80 millones de visitantes internaciona-

«Hay que tener un respeto al turismo porque es la principal industria del país; a este sector le debemos parte de nuestro avance y de nuestro bienestar», aseguró Moreno Bonilla

les a los 120. Es nuestra materia prima para y debemos trabajar en ello». Y en esa misma línea se mostró el siguiente premiado, Alfonso Rueda Valenzuela, vicepresidente primero y consejero de Presidencia, Justicia y Turismo de la Xunta de Galicia, que recibió el reconocimiento a la mejor propuesta turística por Xacobeo 2021, «una de las citas viajeras más importantes de nuestro país este año por la trascendencia que tiene en toda la cornisa cantábrica y en todo el país, siendo un revulsivo económico». La categoría la cerró la Comunidad de Madrid, que recibió el premio al mejor destino de interior, cuya estatuilla recogió Eugenia Carballedo, presidenta de la Asamblea de Madrid, quien aprovechó para recordar que «es posible apostar por el crecimiento sostenible del turismo».

La categoría de Hoteles la inauguró NH Collection Palazzo Gaddi Florencia, que recibió el premio al mejor hotel internacional, cuyo galardón recogió Mariví Motilva, directora regional de Operaciones de Zona Centro-Sur e Islas Canarias de NH Hotel Group. Le siguió Barceló La Nucía, que recibió el premio a la innovación y a la apuesta empresarial en la crea-

ción de destino en la Costa Blanca, cuyo reconocimiento acogió Gaspar Sáez, director regional del sur de España de Barceló Hotel. Por su parte, Hotel Balneario Las Arenas fue elegido como mejor hotel de convenciones y reuniones, galardón que recogió Carlos Boga, director del emblemático establecimiento ubicado en Valencia. Y, por último, Gran Hotel Inglés, uno de los alojamientos más destacados de Madrid, fue el escogido como mejor hotel boutique, cuyo reconocimiento recibió Miguel Ángel Doblado, manager general del establecimiento.

Tras reconocer la labor de destinos y hoteles, la siguiente categoría fue la dedicada al ocio y al entretenimiento, que abrió Parque Warner Madrid al recibir el premio al mejor parque temático de España, cuyo reconocimiento fue recibido por José María Díaz, director de Marketing de Parque Warner Madrid. Por su parte, Azotea Grupo recibió el premio a la mejor propuesta de ocio gastronómico por sus nuevos proyectos en Andalucía, reconocimiento que fue entregado a José Manuel García y Cristina Lasvignes, fundadores de Azotea Grupo. Y si el entretenimiento y el ocio es sinónimo de diversión y de buena gastronomía, también lo es de música, de ahí que Concert Music Festival fuese elegido como mejor festival de música en verano, cuyo galardón lo recogió Inés Chaguaceda, subdirectora de Festivales del Grupo Concert Tour, y Rafael Casillas JR, director de Festivales del Grupo Concert Tour. Por su parte, Teatro Soho CaixaBank fue premiado como mejor oferta turística cultural, siendo Javier Banderas, administrador general el encargado de recoger la estatuilla, aunque Antonio Banderas, su impulsor, quiso estar presente a través de un vídeo. Y Es Nàutic Club Náutico de San Antonio fue elegido como mejor club náutico del Mediterráneo, galardón que recogió José Tur Torres, presidente del club náutico. A continuación, Manuel López, presidente del Grupo InterMundial, subió al escenario para recoger el premio a la compañía de seguros de viaje por la innovación en Seguros Covid, aunque la sorpresa final llegó con el premio especial X Aniversario a Roberto Braseero, por el gran apoyo que hace al turismo desde El Tiempo de Antena 3 Noticias. Después, Francisco de la Torre, alcalde de Málaga, agradeció a los asistentes su visita a la ciudad, siendo Juan Marín el encargado de clausurar la gala con la convicción de que «España ha sabido resistir el envite y ganar».

REPORTAJE GRÁFICO: KIKO HURTADO Y BELÉN VARGAS



La ceremonia se celebró en los espectaculares salones del Gran Hotel Miramar de Málaga y Francisco Marhuenda fue el encargado de dar la bienvenida a los asistentes

NERJA: MEJOR DESTINO DE PLAYA



Vista de la playa de Burriana, con todos los servicios para garantizar la seguridad del viajero

R. Bonilla

Nerja ha sabido transformar las adversidades de la crisis sanitaria en virtudes, siendo un referente del turismo de calidad y seguridad en la costa. Por ello, la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN ha querido reconocerle como mejor destino de playa del año. El galardón fue entregado por José Francisco Salado, presidente de la Diputación de Málaga, a José Alberto Armijo Navas, alcalde del municipio malagueño, en compañía de Juan Marín, vicepresidente de la Junta de Andalucía, y de Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN. «En este momento, marcado por la recuperación del turismo, y en un verano tan importante para nuestras playas (volvemos a contar con Banderas Azules), que Nerja sea galardonada como mejor destino de playas es una enorme satisfacción, que aprovecho para agradecer al periódico. Un reconocimiento muy importante en clave de promoción turística encaminada a la consolidación de Nerja como destino de calidad de referencia nacional e internacional en la Costa del Sol oriental, y que viene a reconocer también el trabajo que desde el Ayuntamiento se ha

NERJA, MÁS DE 20 PLAYAS PARA TODO TIPO DE VIAJEROS

El municipio malagueño presume de tener algunos de los iconos costeros más importantes del sur de nuestro país, con playas y calas arropadas por acantilados y vestidos de verdes parajes naturales



José Alberto Armijo Navas, alcalde de Nerja

realizado durante muchos años, y que se sigue realizando, en el mantenimiento y cuidado de uno de nuestros recursos turísticos esenciales», asegura el alcalde.

Nerja ha sabido mantener su esencia sin renunciar al progreso y la modernidad, convirtiéndose en un referente en la oferta turística nacional, con sus playas como uno de sus grandes iconos. «Nuestro municipio reúne unas características que lo diferencian del resto de localidades costeras del país, al encontrarse situado parcialmente sobre acantilados. El litoral nerjeño ofrece 24 playas

con servicios de calidad y aguas cristalinas. Quince de ellas en zona urbana, entre las que destacan Calahonda y El Salón, junto al Balcón de Europa, así como la playa de Burriana, la más turística, y nueve en el Paraje Natural de los Acantilados de Maro-Cerro Gordo, como la playa El Cañuelo. Contamos además con enclaves únicos en la Costa del Sol, como por ejemplo la Cascada Grande

de Maro, que se ha convertido en un atractivo para la práctica del submarinismo y deportes náuticos como el kayak», detalla.

Toda esa oferta se complementa con un impecable trabajo de adaptación a las circunstancias actuales, ya que, tal y como reconoce Armijo Navas, «trabajamos

«El litoral nerjeño ofrece 24 opciones de calidad con aguas cristalinas. Quince de ellas en zona urbana y otras nueve en el Paraje Natural de los Acantilados de Maro-Cerro Gordo»

no solo para que Nerja sea un destino atractivo y de calidad, sino también seguro, en el más amplio sentido del término, pero principalmente sanitario. Hemos activado un dispositivo de vigilancia y socorrismo que se ha reforzado con agentes de la Policía Local y

miembros de Protección Civil».

Pero más allá de las playas, este municipio malagueño sorprende por otros atractivos únicos como la Cueva de Nerja, una catedral de estalactitas y estalagmitas de una mágica apariencia, así como los numerosos enclaves naturales que lo rodean, ideales para practicar actividades al aire libre y deportes de aventura, sin pasar por alto la gastronomía.

FUERTEVENTURA: MEJOR DESTINO TURÍSTICO DE PLAYA DE LAS ISLAS CANARIAS

LA COSTA MÁS ESPECTACULAR DE LAS ISLAS CANARIAS

Fuerteventura cuenta con 150 kilómetros de playas de arena blanca y aguas cristalinas, pero también sorprende por su interior desconocido, salvaje y desértico que no deja indiferente al viajero



Fuerteventura se caracteriza por tener playas larguísimas y naturales

R. Bonilla

Ante el reto de ser coronado como uno de los destinos turísticos del año en materia de playas parece obvio que ser una isla ayuda. Sin embargo, la competencia en nuestro país resulta muy grande, de ahí que la singularidad de los 150 kilómetros de playas de arena blanca y aguas turquesas que bañan a la isla de Fuerteventura sean motivos para que haya sido elegida como mejor destino turístico de playa de Islas Canarias en la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, cuyo galardón fue recogido por Jéssica de León, vicepresidenta del Patronato de Turismo y consejera de Turismo del Cabildo de Fuerteventura. «Recogemos este reconocimiento con mucha satisfacción y alegría. Está siendo una crisis muy dura para los mayoreros y que nos sigan reconociendo por la calidad en nuestras playas resulta un orgullo para todos los que aquí



KIKO HURTADO

vivimos. Efectivamente, somos la playa de Canarias, pero somos mucho más y, aunque llegan por nuestras impresionantes aguas cristalinas, enamoramos por el interior desconocido, salvaje y desértico que nadie espera encontrar, por los sabores de nuestra tierra y por la amabilidad de nues-

tra gente», asegura De León.

La isla de Fuerteventura es la combinación perfecta entre espectaculares paisajes volcánicos y paradisíacas playas de aguas color esmeralda y fina arena blanca. De norte a sur, Fuerteventura ofrece un sinfín de posibilidades para escoger la mejor zona turís-

Juan Marín,
Jéssica de León
y Francisco
Marhuenda

tica donde pasar unas vacaciones, siempre con la playa como espectacular telón de fondo. «Tenemos el mejor clima para disfrutar de las mejores playas de Europa y lo digo con absoluta certeza: playas sin aglomeraciones, algunas con más de 18 kilómetros, absolutamente salvajes de norte a sur de la isla. Arena blanca y aguas cristalinas en las que puedes disfrutar de deportes náuticos donde somos líderes como kitesurf, windsurf, paddle surf o buceo», asegura De León, quien recuerda que «nuestra tierra y nuestro mar están declarados Reserva de la Biosfera, por lo que cuidamos con mucho mimo nuestro entorno».

Gracias a sus características propias, la pandemia de la Covid-19 no ha afectado de manera tan dura a la isla de Fuerteventura, aunque todo el sector turístico trabaja de forma incansable para garantizar la seguridad del viajero que llega hasta esta tierra. «Somos un destino con una incidencia bajísima de Covid, pero además nuestro sector turístico en su conjunto se ha adaptado en tiempo

«Tenemos el mejor clima para disfrutar de playas sin aglomeraciones, algunas con más de 18 kilómetros de extensión, absolutamente salvajes de norte a sur de la isla»

récord para conseguir que la estancia en nuestros establecimientos hoteleros, extrahoteleros o rurales sean absolutamente seguros. De hecho, no se ha detectado ni un solo brote en un establecimiento en Fuerteventura ni tampoco en el sector de la restauración. Somos afortunados, además, literalmente», asegura De León, quien mira al verano con cierto optimismo, ya que «todavía existe mucha incertidumbre sobre el mercado internacional, sobre todo el inglés, el segundo en importancia para Fuerteventura, pero estamos muy centrados en remontar esta pandemia con la llegada de turistas nacionales y regionales. El mercado alemán está respondiendo muy bien y también el francés. El italiano y el polaco están cobrando mucha fuerza, por lo que esperamos que a finales de julio el 80% de la planta hotelera esté abierta y muchas familias recuperen su trabajo», avanza.

TENERIFE: TURISMO INNOVADOR

LA REINVENCIÓN DE UN DESTINO IMPULSADO POR LA DIGITALIZACIÓN

La isla de Tenerife ha logrado consolidarse entre la red de destinos inteligentes de nuestro país gracias al esfuerzo de su sector público de la mano del sector privado, creando una oferta de máxima calidad

R. Bonilla

Tenerife es bien conocida por el viajero nacional e internacional, no en vano se trata de uno de los destinos más visitados de Europa. Pero también ha sabido reinventarse y subirse al tren de la innovación, lo que le ha hecho merecedor del premio al turismo innovador, galardón que recogió Pedro Martín, presidente del cabildo insular de Tenerife. «El trabajo que hemos realizado en los dos últimos años en el Cabildo y en Turismo de Tenerife para situar a nuestro destino entre la red de destinos inteligentes de nuestro país no ha sido sencillo. Comenzamos a trabajar desde que llegamos al gobierno insular porque entendimos que no había una estrategia definida que nos permitiera llevar a cabo una implantación de tecnologías relacionadas con el cruce de datos a la altura que un destino de pri-



Pedro Martín durante sus palabras de agradecimiento

mer orden como Tenerife merecía para poder optimizar los resultados de un sector del que depende el 30% de nuestro PIB», reconoce Martín, quien hace hincapié en que «durante la pandemia el equipo de las 50 personas que conforman la empresa pública Turismo de Tenerife, además de la plantilla externalizada en

nuestra amplia red de oficinas en el exterior, ha invertido horas y horas de trabajo planificando, innovando... Para el Cabildo en general y, para mí como presidente, es un orgullo que hayamos conseguido conformar una estrategia sólida y potente que es capaz de que los turistas no se pregunten qué visitar cuando

«Ahora los turistas no preguntan qué quieren ver en Tenerife, sino qué quieren sentir»

lleguen a Tenerife sino qué quieren sentir cuando estén en nuestra isla. Y eso para nosotros es un orgullo, porque hemos logrado transmitir que lo importante para nosotros son las personas. Y que LA RAZÓN haya valorado el proceso para llegar hasta ahí es síntoma de que las horas robadas al sueño en este año y medio horribles que hemos pasado, han valido la pena».

Los argumentos para alzarse con este galardón son muchos. «Hoy somos el primer territorio español considerado destino turístico inteligente, con un diagnóstico inicial de un 80% y con una tarea por delante que se ha focalizado en un plan de marketing basado en inspirar a nuevos perfiles viajeros a conocer uno de los destinos más diversos de España y menos conocido en su amplitud de oferta, y a mejorar la competitividad del destino. Aquel que busca un destino que no solo destaque por el sol y la playa, sino también con una riqueza cultural, patrimonial y etnográfica; con una rica oferta gastronómica, oferta de ocio, deportiva y de terrazas variada. Por eso, estamos llevando a cabo campañas de promoción en aquellos destinos donde queremos posicionarnos y acercando al visitante las ofertas que les interesan. Ahora tenemos la fortaleza de unir apetencias del visitante con ofertas afines a sus gustos y preferencias. Todo ello forma parte de nuestro nuevo plan de marketing que ha tenido una magnífica acogida; tanto por el sector en la isla como por aquellos que lo han visto desde fuera, lo cual nos enorgullece muchísimo», asegura Martín.

Y ahora que los viajeros vuelven a llegar a Tenerife, todo está preparado para garantizar su seguridad, ya que, tal y como explica Martín, «el sector hotelero y hostelero ha hecho un esfuerzo sobrehumano durante la pandemia. Tras el primer cero turístico de nuestra historia, han hecho todo lo posible por seguir manteniéndose a flote. Algunas empresas no han resistido y otras han aprovechado para invertir en sus instalaciones. Ciertamente es que Tenerife ya destaca por contar con una de las plantas alojativas más modernas y renovadas del país, por lo que éste es un valor con el que ya contábamos. Por ello, la mayoría ha dedicado este tiempo de "parón obligatorio" para materializar su apuesta por la innovación, la digitalización y la sostenibilidad en sus instalaciones, adaptándolas a una oferta turística de mayor calidad, que es lo que merecen los visitantes».

La isla de Tenerife cuenta con una planta hotelera de máximo nivel y muy moderna, con instalaciones renovadas



COSTA DEL SOL: MEJOR INICIATIVA PARA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO



Vista panorámica de Ronda, una de las localidades más icónicas del interior de la Costa del Sol

R. Bonilla

Después de un año muy complejo para la industria turística española y para la provincia de Málaga, sin apenas visitantes internacionales, Turismo Costa del Sol ha sabido reinventarse para promocionar el turismo de calidad que le caracteriza y lo ha hecho «Al son de la buena vida», título de una campaña de promoción que ha servido para impulsar la llegada de turistas a un destino seguro, razón por la que Costa del Sol ha recibido el reconocimiento a la mejor iniciativa para la promoción del turismo en la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, cuya estatuilla fue recogida por José Francisco Salado, presidente de Turismo Costa del Sol de manos de Juan Marín, vicepresidente de la Junta de Andalucía, y de Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN. «Agradezco mucho este premio que supone un respaldo al trabajo de mucha gente, de todo el equipo de Turismo Costa del Sol, de la Diputación y de las empresas que forman parte de este destino, que son más de 14.000», aseguró Salado durante sus palabras de gratitud.

«Al son de la Buena Vida» está enmarcada dentro de la campaña que Turismo Costa del Sol ha

TURISMO DE CALIDAD «AL SON DE LA BUENA VIDA»

Turismo Costa del Sol ha logrado con su última campaña de promoción generar más de tres millones de euros en reservas, lo que se traduce en diez millones en el territorio

KIKO HURTADO



Francisco Salado tras recoger el galardón

puesto en marcha con el objetivo de lograr la reactivación turística después de meses muy complicados, una campaña que ha logrado más de 200 millones de impresiones, diez millones de reproducciones de vídeo y ocho millones de personas impactadas en televisión. «Gracias al big data sabemos que la campaña lleva generados tres millones de euros en reservas, lo que se traducirá en más diez millones de euros de ingresos en el territorio», asegura Salado.

La Costa del Sol es el destino turístico líder en Andalucía, ya que «representamos alrededor del 40% de la actividad turística en nuestra comunidad, y ese liderazgo conlleva una gran responsabilidad en innovación, comunicación y excelencia», asegura Salado, quien manifiesta que la intención que ha tenido la entidad con «Al son de la Buena vida» ha sido «hacer algo diferente, algo moderno, muy atractivo, que reflejara los valores que nos definen como destino y como tierra

hospitalaria, en la que se disfruta de la buena vida».

El presidente de la entidad turística resalta que «hay mucho trabajo y mucho talento detrás de esta campaña, empezando por la canción de Dry Martina y por el

«Con esta campaña hemos querido hacer algo diferente que refleje lo que nos diferencia como destino y como tierra, en la que se disfruta de la buena vida»

trabajo artístico de las productoras. Y también por todos esos malagueños que salen en el vídeo, a los que quiero agradecer una vez más su contribución desinteresada». Aunque lo más importantes es, según Salado, que «no se trata sólo de que una campaña sea bonita, sino que

debe funcionar en los mercados a los que va dirigida. Y este vídeo forma parte de una ambiciosa campaña en la que Turismo Costa del Sol ha desplegado toda su tecnología e innovación. Ha sido un éxito y marca el camino de nuestros futuros trabajos, ya que nuestra intención es apostar por el talento que hay en nuestra tierra, por vender la alegría de Andalucía. Somos el hogar de la alegría. Y eso es lo que buscan nuestros visitantes.

CASTILLA-LA MANCHA: MEJOR CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

LA SORPRESA DE DESCUBRIR TODO UN MUNDO INTERIOR

La campaña turística de Castilla-La Mancha, una de las más vistas de todo el país, expresa la grandeza de la región que se encuentra en el corazón de España en una analogía con el mundo interior de las personas

TURISMO CASTILLA-LA MANCHA / DAVID BLÁZQUEZ



Vista de Cuenca desde el puente de San Pablo, una de las estampas más emblemáticas de Castilla-La Mancha

R. Bonilla

Si hay algo positivo que nos ha dejado la pandemia es que nos ha obligado a redescubrir las joyas turísticas que tenemos en nuestro país. Consciente de ello, bajo el eslogan de «Tu mundo interior», Castilla-La Mancha ha sabido expresar el concepto de la grandeza manchega en una analogía con el mundo interior de las personas, considerando las tierras castellano-manchegas como ese mundo interior que se encuentra en el corazón de España. El rotundo éxito de esta iniciativa ha convertido a Castilla-La Mancha en merecedora del premio a la mejor campaña de promoción turística en la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, galardón que recogió Emiliano García-Page, presidente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. «Recoge este premio con mucha satisfacción y siendo muy conscientes de que es



KIKO HURTADO

un revulsivo más para continuar promocionando intensamente nuestra región como destino turístico. Estamos convencidos de nuestro enorme potencial, de las cualidades y potencialidades que nos hacen ser un destino turístico de interior capaz de ofrecer a cada viajero la experiencia más

deseada. Por eso hemos tratado de apelar precisamente al interior de las personas en esta nueva campaña, destacando todo lo que nos hace únicos, y haciéndolo desde el positivismo para encarar una campaña que nos permite volver a la senda del crecimiento del sector que teníamos antes de

Emiliano García-Page durante sus palabras de gratitud

la Covid. Ese positivismo se plasma muy bien en la música de Rozalén, embajadora este año de excepción de Castilla-La Mancha», asegura García-Page.

El esfuerzo de promoción que ha hecho Castilla-La Mancha durante la pandemia, no sólo este año, sino también el año anterior «ha ido dirigido a reforzar nuestro liderazgo como un destino de interior que ofrece grandes entornos naturales, patrimoniales, gastronómicos y sobre todo espacios muy seguros para el viajero, de manera que les permita planificar su estancia con total confianza. Ese esfuerzo de promoción nos ha situado como una de las campañas más vistas de todo el país y la primera con más visualizaciones de un destino a través de la promoción institucional, y nos llevó el año pasado, en una coyuntura difícil, a registrar los mejores datos en materia de turismo rural de nuestra historia, y a hacerlo en medio de una coyuntura muy complicada a través de un incremento importante en la estancia media del viajero.

«Estamos convencidos de nuestro potencial que nos hace ser un destino de interior único y capaz de ofrecer a cada viajero la experiencia más deseada»

Ese posicionamiento es el que queremos seguir manteniendo con esta campaña», detalla.

Y son muchas las razones que convierten a Castilla-La Mancha en un destino de interior a la altura de los viajeros más exigentes, ya que, tal y como recuerda García-Page, «contamos con un enorme patrimonio cultural, histórico y natural que hace de cada uno de nuestros pueblos un rincón único que visitar. Ese es uno de los ejes de nuestra campaña, la revalorización de nuestros municipios y sus elementos diferenciales como atracción turística. En los otros tres se recoge la esencia de nuestra región: un patrimonio inigualable, una oferta natural que no tiene parangón en otros destinos y una gastronomía que ha sabido adaptar la tradición y el respeto a la cocina de origen a las principales técnicas de vanguardia. Castilla-La Mancha tiene mucho que ofrecer al visitante».

XUNTA DE GALICIA: MEJOR PROPUESTA TURÍSTICA XACOBEO 2021



El Xacobeo no es solo un motor de recuperación de la economía para Galicia, es también un incentivo para toda España

R. Bonilla

La Covid-19 ha dado al traste con muchos planes turísticos, pero no ha arruinado el Año Santo, pues lo ha hecho, si cabe, aún más excepcional, ya que se trata del primero bianual de la historia, por lo que se presenta como la oportunidad de reactivar la economía tras meses muy complejos. Consciente de la importancia de ello, Xunta de Galicia destina solo este año 85,6 millones de euros al Camino y al Xacobeo, lo que le permite colocar a Galicia en el mapa de Europa y del mundo, argumento por el que ha recibido el reconocimiento a la mejor propuesta turística en la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, cuyo galardón recogió Alfonso Rueda, vicepresidente primero y consejero de presidencia, Justicia y Turismo de la Xunta de Galicia.

«Este premio es una gran satisfacción porque se trata de un aval al trabajo hecho desde la Xunta en beneficio de todos los gallegos. Lo cierto es que desde el Gobierno gallego hemos aprovechado estos meses de pandemia, en los que el turismo estuvo parado, para ponerlo todo en marcha y organizar el mejor Xacobeo posible. Somos conscientes de que, el turismo en general, y el Xacobeo en particular, van a ser un motor para la recuperación económica de Galicia, y hacia ahí dirigimos todos nuestros esfuerzos, con un doble objetivo: apoyar el turismo

IMPULSO ECONÓMICO CON EL MEJOR XACOBEO DE LA HISTORIA

Con el fin de movilizar el turismo y recuperar la confianza del viajero, la Xunta de Galicia ha destinado solo este año 85,6 millones de euros al Camino y al Xacobeo, el primero que será bianual con actividades también en 2022



Alfonso Rueda tras recoger la estatuilla

y recuperar la confianza de los viajeros», asegura Rueda.

Para lograr ese objetivo la Xunta de Galicia no ha escatimado en recursos, pues, como detalla Rueda, «hemos activado dos planes de rescate con los que hemos movilizado 182 millones de euros. También pusimos en marcha un plan de choque específico para el sector, con una inversión de casi 10 millones, de la que se beneficiaron agencias de viajes, guías turísticos, organizadores de congresos, turismo termal y todos aquellos sectores turísticos que se vieron obligados a ralentizar su actividad. Y reactivamos el turismo interno con dos iniciativas a las que destinamos 10 millones más: la tarjeta del bono turístico. Quedamos en Galicia, con un éxito increíble, y Elix Galicia, que persigue desestacionalizar la oferta».

A todo ello se suma un hecho histórico, como es la ampliación del Año Santo, «lo que nos permitirá centrar el segundo semestre de 2021 en la recuperación del turismo nacional y destinar al 2022 la captación del mercado internacional, así como la celebración de los grandes espectáculos y macroconciertos que ya son

marca propia del Xacobeo. Ahora volvemos a pensar que va a ser el mejor Xacobeo de la historia, estamos seguros», avanza Rueda.

Y ese éxito será clave para la recuperación del turismo, que supone un 11% del PIB gallego. «Sabemos cuáles son nuestros tesoros y los hemos cuidado. Hemos invertido en la restauración de la Catedral de Santiago, en la seguridad del Camino y en la mejora de sus albergues. El Xacobeo no es solo un motor de recuperación de la economía para Galicia,

«Somos conscientes de que el turismo en general y el Xacobeo en particular van a ser un motor para la recuperación económica de Galicia y hacia ahí dirigimos nuestros esfuerzos»

es también un incentivo para toda España, por eso lamentamos que el Gobierno central no haya tenido en cuenta a la Xunta y a los gallegos a la hora de diseñar el Plan Nacional Xacobeo, al que destina 121 millones de euros; es decir, que cada uno de los dos años invertirá

60,5 millones, cuando la Xunta, solo en un año y solo para Galicia, dispone de 85,6 millones. Y nos duele, también, que el Plan Nacional Xacobeo se haya presentado en Asturias, cuando todos los Caminos acaban en Santiago, lugar en el que está la tumba del Apóstol y que fue el elegido por el nuncio del papa para comunicar la ampliación del Año Santo», lamenta Rueda.

COMUNIDAD DE MADRID: MEJOR DESTINO DE INTERIOR

CRECIMIENTO TURÍSTICO BASADO EN CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD

La región ha creado una nueva marca turística denominada Greater Madrid con la que se pretende favorecer la visibilidad de los destinos y atractivos más allá de la capital

R. Bonilla

Cuando la pandemia nos ha obligado a parar en seco y viajar a pocos kilómetros de casa, hemos podido vivir en primera persona lo que ya conocíamos, y es que la Comunidad de Madrid es una región con todo lo necesario para cumplir las expectativas de los turistas más exigentes. El secreto está en la combinación perfecta de cultura, villas con historia, museos, enclaves Patrimonio Mundial por la Unesco, gastronomía de vanguardia, tabernas históricas, shopping, espectáculos, entretenimiento, hoteles de lujo y alojamientos rurales, así como parques naturales en los que practicar turismo activo, sin pasar por alto las bodegas y el enoturismo que también tiene cabida en la región.

Por todo ello, la Comunidad de Madrid ha sido reconocida como mejor destino de interior en la X



KIKO HURTADO

Eugenia Carballero durante su discurso

edición de los premios de Turismo de LA RAZÓN, cuyo galardón recogió Eugenia Carballero, presidenta de la Asamblea de Madrid, quien reconoció que «se trata de un espaldarazo al esfuerzo que la Comunidad de Madrid viene haciendo en materia de turismo, y que tiene como objetivo la consolidación de un modelo de

crecimiento basado en criterios de sostenibilidad».

Con una oferta de gran calidad y muy diversa a pocos kilómetros de la capital, el sector turístico se ha convertido en uno de los ejes más importantes de la región, tal y como explica Carballero, quien asegura que «el turismo es una de las apuestas

«El turismo es una de las apuestas de la región dentro del plan de recuperación post Covid»

de la Comunidad de Madrid. Así lo adelantó la presidenta Isabel Díaz Ayuso en su discurso de investidura, en el que avanzó las líneas maestras del Plan de Sostenibilidad Turística de la Comunidad de Madrid, que se enmarca, a su vez, en la estrategia de recuperación post-Covid».

Y el futuro más cercano pasa por ahí, ya que, tal y como argumenta Carballero, «la iniciativa más importante es el Plan de Sostenibilidad, que la presidenta expuso en la Asamblea de Madrid. Como ella misma detalló, se trata de una iniciativa vinculada a la Estrategia de Recuperación y Resiliencia de la Comunidad de Madrid, que incluye actuaciones durante el periodo 2021-2023, y cuyo recorrido se extiende hasta 2026. Actualmente, y según me consta, se está trabajando conjuntamente con las entidades locales para definir los proyectos de sostenibilidad, a través de la Mesa Regional de Turismo de la Comunidad de Madrid. Además, se ha creado una nueva marca de promoción turística para la región, Greater Madrid, con la que se pretende favorecer la visibilidad de los destinos turísticos, más allá de la capital. Greater Madrid actualiza la oferta a partir de la sugerencia de estancias e itinerarios, además de dar respuesta al turista que usa los soportes digitales y las redes sociales para planificar, adquirir y compartir su experiencia».

La Comunidad de Madrid cuenta con enclaves históricos ubicados en entornos naturales como Buitrago del Lozoya

TURISMO COMUNIDAD DE MADRID



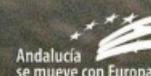
Playa de Mónsul | Almería

Más playas fantásticas para tus vacaciones en andalucia.org

NO HAY
ALEGRÍA
PEQUEÑA

ESTE VERANO,
DATE UNA ALEGRÍA.
VEN A ANDALUCÍA

Andalucía



NH COLLECTION PALAZZO GADDI FLORENCIA: MEJOR HOTEL INTERNACIONAL

EL LUJO DE DORMIR EN UN MUSEO EN EL CORAZÓN DE FLORENCIA

NH Collection Palazzo Gaddi destaca por su histórico edificio y por estar situado muy cerca de los principales atractivos de la ciudad italiana, ideal para viajeros de ocio y de negocios

Espectacular vista desde la azotea del alojamiento



der a los principales puntos de interés turísticos de Florencia, como el complejo del Duomo y el mercado de San Lorenzo, sin pasar por alto que se halla a 20 minutos en coche del aeropuerto de Firenze Peretola y a poca distancia a pie de la estación de tren Firenze Santa Maria Novella.

Y aunque la ciudad de Florencia invita a recorrerla día y noche, lo cierto es que el alojamiento también cuenta con todo lo necesario para disfrutar del tiempo de descanso entre visita y visita. En concreto, dispone de 86 habitaciones distribuidas en seis plantas. Todas ellas cuentan con un diseño elegante que combina muebles originales del Renacimiento y modernos para conservar el encanto histórico del hotel. Por ello, el viajero puede elegir entre una variedad de habitaciones y suites ideales para que la estancia resulte perfecta, así

«Las hermosas habitaciones con vistas y su increíble terraza permiten contemplar el horizonte de Florencia en 360 grados y nos hacen merecedores de este premio»

R. Bonilla

Destacar en una ciudad tan espectacular como Florencia no resulta sencillo. Y menos incluso hacerse un hueco entre su exquisita oferta hotelera. Pero NH Collection Palazzo Gaddi Florencia lo ha logrado y con matrícula de honor, argumento que le ha servido para ser reconocido como mejor hotel internacional, galardón que recogió Mariví Motilva, directora Regional de Operaciones de Zona Centro-Sur e Islas Canarias de NH Hotel Group de manos de Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN, y de Juan Marín, vicepresidente de la Junta de Andalucía. «Estamos muy orgullosos de recibir este premio. Para nosotros es un reconocimiento muy especial en el escenario actual y tras reabrir después de una gran reforma como la que ha vivido este hotel. Se trata también un regalo para los empleados del hotel que lo agradecen en la distancia y les motiva a seguir dando una experiencia inolvidable», reconoce

Pierluca Chiavetta, general manager de NH Collection Palazzo Gaddi.

Son muchas las razones que convierten a este alojamiento de cuatro estrellas en merecedor de este reconocimiento. Una de ellas es su ubicación, pues se encuentra a pocos minutos de la estación de tren de Santa Maria Novella, en el corazón de Florencia. De hecho, desde él se puede llegar fácilmente a los principales puntos de interés turísticos de la ciudad, por lo que el establecimiento se alza como la base perfecta para viajeros de ocio y negocios.

Edificio histórico

Otro argumento indiscutible es su edificación, ya que el edificio que ocupa se construyó en 1596 por la familia Gaddi y se amplió y adornó más tarde para reflejar su estatus social. En este lugar, lleno de maravillosos frescos y de elementos decorativos protegidos por la Soprintendenza, residió el conocido autor inglés John Milton. «Creo que el hotel se merece este galardón por la historia de éste. El hotel se encuentra en

un palacio renacentista, que acaba de ser renovado y restaurado, conservando sus frescos, sus estatuas y muchos de sus muebles originales. Es como dormir dentro de un maravilloso museo. Además, la ubicación del hotel en el centro de la ciudad, a poca distancia de las principales atracciones, lo convierte en un punto de referencia para los huéspedes

internacionales. Considero que las hermosas habitaciones con vistas del hotel y una increíble terraza que permite contemplar el horizonte de Florencia en 360 grados completan esta bella estampa, por lo que también nos hacen merecedores del mismo», afirma Chiavetta.

Desde NH Collection Palazzo Gaddi resulta muy sencillo acce-

como habitaciones para personas con movilidad reducida. En cualquier caso, todas disponen de una selección de almohadas y los baños se han renovado recientemente, con bañera o ducha efecto lluvia, además de aire acondicionado y wifi gratuito.

La gastronomía también está a la altura del lugar y es posible disfrutar de una selección de platos de inspiración local en el restaurante del jardín del hotel antes de relajarse en el bar de la azotea mientras se toma una copa de vino italiano y se contemplan las vistas panorámicas de la ciudad con la famosa cúpula de Brunelleschi en el horizonte.

Con todo ello, las expectativas para este verano resultan optimistas: «Afortunadamente empezamos a ver una recuperación, aunque las restricciones en algunos países no europeos todavía no permiten viajar del todo. Los resultados de este verano estarán ligados al ritmo de vacunación y la consolidación de la movilidad. Sin duda, tenemos mucha confianza en el período de otoño», avanza Chiavetta.



Juan Marín, Mariví Motilva y Francisco Marhuenda

BARCELÓ LA NUCÍA: INNOVACIÓN Y APUESTA EMPRESARIAL EN LA CREACIÓN DE DESTINO EN LA COSTA BLANCA

DOS NUEVAS APERTURAS PARA AFIANZAR EL TURISMO DE CALIDAD

Barceló La Nucía Hills y Barceló La Nucía Palms son dos hoteles de cinco estrellas de nueva construcción que llegan a Costa Blanca con el firme propósito de ofrecer un servicio adaptado a todos los viajeros

R. Bonilla

Dicen los expertos que cualquier crisis supone una oportunidad. Y el sector hotelero español bien lo sabe. Prueba de ello es que durante los peores meses de la pandemia de la Covid-19 el trabajo tras las bambalinas no ha cesado para volver más fuertes y mejor preparados. Ese enorme esfuerzo comienza ahora a dar sus frutos, tal y como demuestra la expansión de Barceló Hotel Group en La Nucía, una firme apuesta de expansión en la provincia de Alicante con dos alojamientos de nueva construcción, lo que le ha hecho merecedor del premio a la innovación y a la apuesta empresarial en la creación de destino en la Costa Blanca, cuyo galardón fue recogido por Gaspar Sáez, director regional del sur de España de Barceló Hotel Group. «Este galardón es un claro respaldo a la apuesta que hace el grupo con sus



KIKO HURTADO

Juan Marín,
Gaspar Sáez y
Francisco
Marhuenda

marcas, no solamente al crecimiento de destinos maduros, sino a la creación y desarrollo de destinos nuevos», reconoce Sáez.

Las nuevas apuestas de Barceló Hotel Group en Alicante tienen nombre propio y llegan con todos los ingredientes necesarios para convertirse en citas obligadas en Costa Blanca. Se trata de Barceló

La Nucía Hills y Barceló La Nucía Palms, dos hoteles de cinco estrellas situados cerca de la playa de Levante, arropados por el maravilloso Parque Natural de Sierra Helada y muy próximos al famoso Castillo Polop. Tal y como reconoce Sáez, la clave del éxito de este proyecto está en «la variedad de la oferta, ya que Barceló La

La variedad de la oferta y la buena ubicación son las claves de los nuevos hoteles en La Nucía

BARCELÓ HOTEL GROUP

Vista de la piscina de Barceló La Nucía Palms, que abrirá el próximo 15 de julio en la provincia de Alicante



Nucía Hills con sus amplios apartamentos resulta ideal para familias o clientes de larga estancia, mientras que Barceló La Nucía Palms por su diseño es ideal tanto para parejas como familias, y todo ello con claros conceptos de gastronomía Barceló».

En concreto, Barceló La Nucía Hills se inauguró el pasado 4 de junio y caracteriza por sus 94 espaciosos apartamentos de diseño. En ellos conviven en perfecta armonía el diseño de vanguardia y el confort, ya que se trata de espacios concebidos con todas las comodidades y fácil acceso a las instalaciones de uso común (gimnasio, centro spa & wellness, salas de reuniones), por lo que resultan ideales para cualquier tipo de viajero, sea de negocios o de placer. Además, el hotel se caracteriza por una variada propuesta gastronómica, cuidada al detalle y diferenciada en tres ambientes: el restaurante bufé, el Snack Bar de la piscina y el B-Heaven, situado en la última planta del hotel con vistas a la Sierra de Aitana y al mar.

Completas instalaciones

Barceló La Nucía Palms, por su parte, se alza como un magnífico palmeral con piscina que abrirá sus puertas a partir del próximo 15 de julio. Este hotel, caracterizado por sus exuberantes jardines de palmeras, cuenta con 148 amplias y luminosas habitaciones de estilo moderno, algunas de las cuales disponen de vistas a la piscina y otras tantas gozan de jardín privado. Y en este caso, al igual que Barceló La Nucía Hills, tiene todo cuanto un deportista pueda soñar. Además de sus completas instalaciones –gimnasio totalmente equipado, cinco cabinas de masaje y un Spa & Wellness con piscina climatizada, jacuzzi, sauna, baño turco y duchas de contrastes–, queda a pocos minutos de la Ciudad Deportiva Camilo Cano. Y lo mismo sucede con su oferta gastronómica, adaptada a las exigencias del paladar según el momento del día.

Con sendas aperturas la cadena confirma su apuesta por el destino España y en concreto por la provincia de Alicante, donde ya cuenta con un total de cuatro hoteles y 630 habitaciones. «Los proyectos se han iniciado antes de la pandemia, pero estamos convencidos de que el momento es ahora para iniciar el posicionamiento en el mercado de los dos nuevos establecimientos y pronto estarán en un lugar destacado dentro de la oferta hotelera de la zona. Son dos proyectos de 5*, lo cual permitirá un turismo de calidad», avanza Sáez.

LAS ARENAS BALNEARIO RESORT 5*: MEJOR HOTEL DE CONVENCIONES Y REUNIONES



Panorámica del espectacular edificio de Las Arenas Balneario Resort, ubicado en un lugar privilegiado frente al mar Mediterráneo

R. Bonilla

España es un destino líder en materia de turismo de sol y playa, pero cada vez tiene una posición más sólida cuando se trata de la especialización en otras áreas. Buen ejemplo de ello es el sector del turismo MICE, donde ocupa un lugar preferente por la combinación de numerosos recursos a su favor. Y eso es, en parte, gracias a las excelentes instalaciones que permiten celebrar reuniones y congresos de máximo nivel. Es ahí donde se ha hecho un hueco Las Arenas Balneario Resort 5* GL, un hotel ubicado frente a la emblemática playa de Las Arenas, en la ciudad de Valencia, que ha sido reconocido como mejor hotel de convenciones y reuniones en la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN. «Este reconocimiento es un incentivo y un acicate al trabajo que venimos desarrollando todos estos años en pos del turismo de convenciones y reuniones, tanto en el área comercial, como en el área operativa. Sin duda nos reafirma en continuar con toda nuestra dedicación a contribuir al éxito de nuestros clientes», asegura Carlos Boga, director de Hotel Balneario Las Arenas, quien fue el encargado de recibir la estatuilla.

EVENTOS EN PRIMERA LÍNEA DE PLAYA

Las Arenas Balneario Resort 5* cuenta con 19 salas de reuniones y capacidad para hasta 2.000 personas en una estratégica ubicación en la ciudad de Valencia

KIKO HURTADO



Carlos Boga durante su discurso de agradecimiento

Los argumentos que hay detrás de este reconocimiento resultan muy sólidos, ya que el Hotel Las Arenas siempre ha sido un referente en la Costa Mediterránea para la organización de eventos y convenciones, gracias, entre otras cuestiones, a sus 19 salas y su capacidad de hasta 2.000 personas, sumado a su perfecta ubicación en primera línea de playa y a las impresionantes vistas al mar, con la playa de Las Arenas y La Malvarrosa a un palmo. Todo ello ha permitido conseguir que grandes compañías internacionales de todos los segmentos productivos hayan apostado por sus espacios para la realización de sus reuniones y presentaciones durante los últimos años.

Pero la oferta en este segmento es voraz, de ahí que la clave del éxito de Las Arenas reside en sus características únicas, como el hecho de que «tiene dos pabellones bien diferenciados, y exteriores al edificio del hotel, todos con vistas al mar y a los jardines, y sobre todo esa mezcla de historia

y modernidad, ya que esos edificios eran el antiguo Spa de Las Arenas fundado en 1898. No hay cliente que venga y no quiera realizar su evento con nosotros, siempre que la disponibilidad y el presupuesto lo permita», reconoce Boga.

«Este reconocimiento es un gran incentivo y nos reafirma en continuar con nuestra dedicación a contribuir al éxito de nuestros clientes», reconoce Carlos Boga

Para seguir en esa sólida línea «en Las Arenas hemos apostado decididamente por dar seguridad y confianza a todos nuestros clientes, somos muy estrictos con los protocolos anticovid y las restricciones aplicadas en cada momento. Nos hemos certificado como establecimiento seguro, con el sello de Safe Tourism a través del ICTE, y además con otro sello Internacional, GBAC star, a través de ISSA en EE UU. Y estamos comprometidos con la sostenibilidad y el medio ambiente, certificados con CPC (Carbon Proof Certificate) con el cálculo de nuestra huella de carbono, y con su reducción y compensación, además de trabajar con Bioscore que mide nuestras acciones en sostenibilidad», avanza Boga.

GRAN HOTEL INGLÉS: MEJOR HOTEL BOUTIQUE

UN RENOVADO ICONO DEL LUJO VUELVE A BRILLAR EN MADRID

Artistas, escritores, políticos y toreros han pasado por Gran Hotel Inglés, el alojamiento más antiguo de Madrid. Ahora, recién transformado, se consolida como un lugar imprescindible en la capital



rante, situado en una de las primeras calles que contó con suministro eléctrico, y se convirtió en un icono social y cultural y el centro de tertulias de escritores, artistas y grandes señores. Hoy el alojamiento ha recuperado el glamour, la elegancia y la innovación de sus dorados años 20, y es, de nuevo, un centro de referencia cultural y social de Madrid. «Nuestra competitividad está basada en ser un hotel que combina historia con los estándares de producto y servicio más actuales. Ser un hotel independiente y pequeño (sólo 48 habitaciones) nos permite además desarrollar unos niveles de personalización del servicio que difícilmente puede conseguir un establecimiento de mayor tamaño. Eso, combinado con una ubicación extraordinaria, hacen del Gran Hotel Inglés un hotel diferente», reconoce Carmen Cordón, con orgullo.

La pandemia ha obligado a adaptar los alojamientos y Gran Hotel Inglés lo ha hecho de una manera muy equilibrada. «Nuestro cliente es de alto nivel, acos-

«Hemos invertido en productos y en la tecnología más moderna y eficaz para lograr un alojamiento seguro pero sin que se note desde el punto de vista del huésped»

Gran Hotel Inglés combina a la perfección la historia y el glamour de los años 20 con la comodidad del siglo XXI

R. Bonilla

La capital de España presume de tener una de las ofertas hoteleras más diversas de nuestro país, con alojamientos para todos los gustos y necesidades. Y entre ese mar de opciones sobresale Gran Hotel Inglés, un alojamiento con 130 años de historia que tiene el honor de haber sido el primer hotel «de lujo» de Madrid allá por el año 1853 y que ha sido capaz de combinar a la perfección la sofisticación urbana con el glamour de los años veinte gracias al saber hacer de Ignacio Jiménez y Carmen Cordón, propietarios e impulsores de Hidden Away Hotels, la cadena familiar de hoteles de lujo a la que pertenece el Gran Hotel Inglés. Con este bagaje a su espalda y con una espectacular reciente renovación se ha alzado con el reconocimiento al mejor hotel boutique durante la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, galardón que recogió



KIKO HURTADO

Miguel Ángel Doblado, general manager del hotel. «Es un halago y un tremendo orgullo que un medio tan prestigioso como LA RAZÓN nos conceda este premio. Para nosotros representa sobre todo un reconocimiento a la extraordinaria labor de nuestro equipo, que es quien consigue hacer del Gran Hotel Inglés un esta-

blecimiento diferente y un lugar especial», afirma Doblado.

Entre los argumentos que convierten a Gran Hotel Inglés en un alojamiento único en Madrid destaca el hecho de que se trata de un espacio singular y único desde su construcción. Entre otras curiosidades, pues fue el primer hotel de Madrid en tener restau-

Juan Marín,
Miguel Ángel
Doblado y
Francisco
Marhuenda

tumbrado a viajar y a moverse; por ello, quiere viajar tranquilo pero sin sentirse atosigado por medidas que conviertan el hotel en un espacio poco acogedor. Hemos invertido en productos y en la tecnología más moderna y eficaz para garantizar un entorno seguro pero sin que se note desde el punto de vista estético o de ambiente, más allá de las mascarillas que lleva el personal en todo momento. Nuestro cliente no percibe en el hotel nada que le recuerde a la pandemia, pero se puede sentir absolutamente seguro», explica Ignacio Jiménez, quien avanza que «julio y agosto suelen ser meses tranquilos en Madrid desde el punto de vista de ocupación. Los vamos a vivir con tranquilidad pero trabajando en novedades y mejoras para que cuando a partir de septiembre se vaya recuperando la actividad nos pille completamente preparados para seguir siendo un hotel de referencia en Madrid».

PARQUE WARNER MADRID: MEJOR PARQUE TEMÁTICO DE ESPAÑA

DONDE LA SEGURIDAD NO ESTÁ REÑIDA CON LA DIVERSIÓN

Tras los difíciles meses de pandemia, Parque Warner Madrid afronta el verano con la renovación de sus actuaciones clásicas y el regreso del espectacular show nocturno Aquaman, único en Europa

R. Bonilla

Tras los duros meses de incertidumbre y sufrimiento provocados por la pandemia de la Covid-19 que nos han obligado a permanecer en casa, resulta inevitable tener ganas de soltar adrenalina, de divertirnos y, sobre todo, de crear experiencias únicas que queden en el recuerdo de toda la familia. Y eso es lo que ofrece precisamente Parque Warner Madrid, considerado el parque temático más importante de Europa y que ahora ha sido reconocido como mejor parque temático de España en la X edición de los premios de Turismo de LA RAZÓN, galardón que recogió José María Díaz, su director de Marketing, de manos de Juan Marín, vicepresidente de la Junta de Andalucía, y de Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN.

«Para Parque Warner Madrid es un honor recibir este premio.



KIKO HURTADO

Juan Marín, José María Díaz y Francisco Marhuenda

Nuestra meta es ofrecer las mejores atracciones, así como contenidos de entretenimiento y diversión para nuestros visitantes, por lo que nos esforzamos por mejorar cada año. Parque Warner Madrid es un parque temático destino para millones de familias que confían en nosotros en los momentos de ocio y tiempo

libre que pasan con los suyos», reconoce Díaz.

Durante los meses de verano Parque Warner ofrece una programación completa que lo convierte en un destino turístico en sí mismo, gracias a la variedad de atracciones, shows musicales, actividades y meet&greet con los personajes más emblemáticos de

la factoría Warner, todo ello bajo estrictas medidas de seguridad que garantizan el confort y la tranquilidad de quien lo visita.

Y aunque la competencia en nuestro país es importante, las razones que convierten a Parque Warner Madrid en único en España son contundentes, tal y como explica Díaz, quien recuerda que «ofrecemos contenidos exclusivos y meet&greet con personajes de Looney Tunes o los Superhéroes de La Liga de la Justicia. Nuestro parque ofrece a las familias la experiencia única de conocer a entrañables personajes como Piolín o Bugs Bunny, así como Batman, Superman o Wonder Woman. Además, contamos con shows musicales de gran producción como es El Mago de Oz o el show de especialistas stunt drivers de Loca Academia de Policía. Sin olvidar que contamos con una oferta muy amplia y atractiva, junto a las atracciones más emocionantes como las montañas rusas de Stunt Fall o Superman, la Venganza del Enigma, entre muchas cosas, que hacen que Parque Warner Madrid sea el destino elegido por los turistas este verano».

En concreto, a partir del 31 de julio Parque Warner Madrid volverá a ofrecer a sus visitantes el show nocturno Aquaman, espectáculo único en el mundo que se desarrolla en el lago del parque con acrobacias aéreas, música, pirotecnia, fuego y una gran proyección en una pantalla de agua. Se trata de uno de los espectáculos con mejores valoraciones por parte de los visitantes gracias al gran impacto audiovisual y la atmósfera que recrea durante los meses de verano en Parque Warner Madrid.

Tras unos meses muy complejos, el sector del ocio comienza a vislumbrar la luz al final del túnel y la apuesta por la calidad y la seguridad resultan claves para atraer al visitante. «Nuestro sector se ha visto muy afectado por la pandemia de la Covid-19. Afortunadamente, el verano pasado pudimos volver a abrir con un control de normativas de seguridad estricto en cuanto a aforo, limpieza de atracciones y seguridad de los visitantes y empleados. Tras meses duros, poco a poco volvemos a ser el espacio de diversión favorito por muchos y un lugar donde nuestros visitantes se sienten seguros. Actualmente contamos con un 60% de acceso y continuamos con la obligatoriedad de mascarilla en los accesos y colas de atracciones, zonas donde no se puede mantener la distancia de seguridad en exteriores», asegura Díez.

Durante los meses de verano Parque Warner se convierte en un destino en sí mismo

Parque Warner Madrid ofrece una gran variedad de atracciones, shows musicales y actividades



AZOTEA GRUPO: MEJOR PROPUESTA DE OCIO GASTRONÓMICO



Una de las últimas aperturas de Azotea Grupo es Justa Rufina, un nuevo concepto rooftop en el Radisson Collection en Sevilla

R. Bonilla

Ser pionero no resulta sencillo, pero el concepto de Azotea Grupo resultó visionario, cuando apostaron por hacer de las alturas de Madrid un destino en sí mismo. Ahora su expansión les ha llevado hasta Andalucía, donde han consolidado su oferta con nuevas aperturas. Por ello, Azotea Grupo ha sido reconocido con el premio a la mejor propuesta de ocio gastronómico, galardón que recogieron Cristina Lasvignes y José Manuel García, fundadores del proyecto. «Un reconocimiento como este significa mucho para nosotros, puesto que como parte del sector de la hostelería hemos pasado unos meses muy difíciles en todos los sentidos. En este tiempo hemos seguido trabajando contrarreloj para mantener nuestros planes de crecimiento y poder llegar en tiempo y forma a nuestras últimas aperturas. A pesar de las complicaciones que ha supuesto la pandemia para todos, lo más importante es mantener siempre el optimismo y hacer todo lo posible porque los equipos se sientan motivados y cuidados para acometer los retos que les marcan», asegura Lasvignes.

Con una sólida estrategia de crecimiento y expansión a nivel nacional, este grupo hostelero de mantiene una fuerte apuesta por Andalucía. Su primera apertura fuera de la capital, El Cuartel del

EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS EN ENCLAVES ÚNICOS

Azotea Grupo consolida su expansión en Andalucía con nuevas aperturas en Sevilla y en la provincia de Cádiz, ampliando así su oferta basada en espacios gastronómicos ubicados en lugares excepcionales



Juan Marín, Cristina Lasvignes, Francisco Marhuenda y José Manuel García

Mar, abrió en 2020 en un emplazamiento privilegiado en Chiclana de la Frontera en un antiguo cuartel de la Guardia Civil, con un rotundo éxito. El pasado junio inauguraron Justa Rufina, un sorprendente concepto de restaurante y rooftop en el nuevo hotel cinco estrellas Radisson Collection en Sevilla.

Además, Azotea Grupo ha asumido este verano la gestión del área de restauración del Club de Golf Alcáidesa, en Cádiz, bajo una nueva marca llamada Sal Verde y que ya ofrece una experiencia única tanto gastronómica como de estilo de vida con dos emplazamientos en la Casa Club, con restaurante y espacio para eventos, y su exclusivo Chiringuito a pie de playa. En paralelo, durante el mes de julio y agosto, también gestionará un restaurante efímero en el marco del Festival de Música Tío Pepe en Jerez de la Frontera. En este caso, se trata de un concepto muy especial que recibe el nombre de Los Jardines de El Cuartel del Mar y en el que se ofrecerán cenas y menús maridados con los mejores vinos de las bodegas González Byass.

«Nuestro concepto se basa en

ofrecer una experiencia que va un paso más allá de lo que entendemos por ir a comer o cenar con una propuesta gastronómica de calidad. Por eso, siempre elegimos enclaves singulares. Además, nos esforzamos mucho por generar ambientes y atmósferas dinámicos en los que disfrutar no

«Uno no nace donde elige, pero sí puede elegir dónde ser feliz y crear recuerdos. Todo eso es Andalucía para nosotros, por eso hemos apostado por seguir creciendo aquí»

solo en términos gastronómicos sino de las cosas buenas de la vida como es estar en un lugar único, con vistas privilegiadas, buena comida y bebida y buena música», reconoce. «No hay secretos, sólo ganas de seguir trabajando. Hemos tenido dificultades y ha habido que irse

adaptando a las circunstancias, pero siempre hemos estado convencidos que la única manera de salir airosos de esta situación era siendo positivos, pacientes y mirando al futuro», reconoce Lasvignes, quien confiesa que han apostado por Andalucía porque «uno no nace donde elige, pero sí puede elegir donde disfrutar, ser feliz y fabricar algunos de los mejores recuerdos de su vida. Todo eso ha sido, y es, Andalucía para nosotros, así que, ¿qué mejor que apostar por la tierra a la que siempre queremos volver?».

CONCERT MUSIC FESTIVAL: MEJOR FESTIVAL DE MÚSICA EN VERANO

CUANDO EL ALMA SE SIENTE DENTRO Y FUERA DEL ESCENARIO

Concert Music Festival arranca este viernes 9 de julio en el poblado de Sancti Petri, en Chiclana de la Frontera, con más de una treintena de artistas de primer nivel

Vista del escenario de Concert Music Festival



pero todavía está ampliándose. Entre las fechas confirmadas hasta el momento destacan: Loquillo (9 de julio); Camilo (10 y 11 de julio); Manuel Carrasco (15 y 16 de julio); Antonio José (18 de julio); El Kanka (22 de julio); Carlos Rivera (23 de julio); María Parrado (24 de julio); Diego El Cigala (25 de julio); ABBA Manía (29 de julio); Los Planetas+Niño de Elche (30 de julio); Karol G (31 de julio); IV Gala Solidaria con Siempre Así y Jorge Blass (1 de agosto); Camela y El Arrebato (2 de agosto); Morad (3 de agosto); Vanesa Martín (4 de agosto); God Save The Queen (5 de agosto); Rozalén (6 de agosto); Raphael (7 de agosto); Sara Baras (8 de agosto); Pablo López (9 de agosto); Morat (10 de agosto); Sergio Dalma (11 de agosto); Pastora Soler (12 de agosto); Melendi (13 de agosto); Pablo Alborán (14 de agosto); Miguel Poveda (15 de agosto); Los

«Lo que nos hace diferentes a otros festivales de música es que ese “alma” se siente cuando estás en Concert Music Festival y esa sensación solo es notable allí»

R. Bonilla

La música en directo es uno de los placeres a los que hubo que renunciar durante los peores meses de la pandemia de la Covid-19. Y quizá precisamente por ello fuimos conscientes de la importancia que tiene, tanta que incluso ya se ha convertido en una razón de peso para elegir un destino o programar unas vacaciones durante el verano. Es justo lo que ha logrado Concert Music Festival, pues se ha consolidado como una cita obligada en las noches veraniegas de la provincia de Cádiz gracias a la combinación de buena música y espectáculo en un entorno inigualable, el poblado de Sancti Petri, en Chiclana de la Frontera.

Por todo ello, Concert Music Festival ha recibido el reconocimiento a mejor festival de música en verano durante la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, galardón que recogieron Inés Chaguaceda, subdirectora de Festivales del Grupo Concert Tour, y Rafael Casillas JR,

director de Festivales del Grupo Concert Tour. «Nos hace especial ilusión este galardón y estamos agradecidos a La Razón y a su equipo por habernos dado este gran reconocimiento. Esto nos impulsa aún más a seguir haciendo cosas y a trabajar mucho más», reconoce Rafael Casillas JR.

Reconocido prestigio

En esta nueva edición, que arrancará la noche del próximo viernes 9 de julio en el poblado de Sancti Petri, se darán cita artistas nacionales e internacionales de máximo nivel y no faltarán tampoco alternativas familiares como Cantajuegos o actuaciones de humor. No es de extrañar, pues, que Concert Music Festival se haya logrado posicionar en poco tiempo como un gran referente, consiguiendo en su segundo año de vida el Premio Ondas al mejor Festival y convirtiéndose en uno de los principales atractivos turísticos de Andalucía, gracias a su apuesta por generar una oferta turística de calidad en la que ocio, música, cultura y gastronomía se dan la mano en el

espectacular entorno de Sancti Petri. «Concert Music Festival se puede definir, ante todo, como un festival con “alma” que es la principal razón por la que pensamos que resulta merecedor de este galardón que nos da LA RAZÓN y también porque ese “alma” se siente cuando estás en Concert Music Festival y también se trata de una sensación que sólo es no-

table cuando estás allí», reconoce Rafael Casillas JR.

Y ese prestigio se reafirma cada año gracias a la suma de nombres que se suben al escenario de Concert Music Festival y que este verano volverán a poner el listón muy alto. El cartel de artistas que se subirán al escenario de Concert Music Festival ya cuenta con nombres de grandísimo nivel,

Secretos (16 de agosto); Los Morancos (17 de agosto); Ara Malikian (18 de agosto); David Bisbal (19 de agosto); Mónica Naranjo (20 de agosto); El Barrio (21 de agosto); Cantajuegos (22 de agosto) y La Oreja de Van Gogh (23 de agosto).

Con esta larga lista de artistas, el verano se presenta de lo más prometedor, pues el público tiene ganas de espectáculo de calidad, pero sin perder de vista la seguridad. Por ello, el aforo se limita en principio a 1.500 espectadores salvo que la evolución de la crisis sanitaria permita ampliarlo, además, todos los asistentes estarán sentados y las actuaciones se desarrollarán en un único escenario. «Las expectativas que tenemos para este verano resultan muy positivas, ya que cada vez se va notando más el avance de la vacunación y el control de la pandemia, por lo que las restricciones van disminuyendo, pero, no obstante, nuestro principal objetivo es conseguir el disfrute del público con la mayor seguridad posible», reconoce Rafael Casillas JR.

KIKO HURTADO



Juan Marín, Inés Chaguaceda, Rafael Casillas JR y Francisco Marhuenda

EL ÉXITO DE CONVERTIR MÁLAGA EN UN REFERENTE CULTURAL

Desde su apertura, el Teatro del Soho CaixaBank ha logrado posicionarse como un revulsivo en la capital malagueña, ganándose el respeto del público y de la profesión gracias a la calidad de sus creaciones



Antonio Banderas, impulsor del proyecto del Soho, también quiso agradecer el premio y lo hizo a través de un vídeo en el que subrayó que «desde el Teatro del Soho CaixaBank estamos apostando por una Málaga que a su vez también apostó por la cultura de una forma muy determinante y sólida y venimos a apoyar y a atraer a un tipo de turismo culto que nos interesa, así como al propio público malagueño. Durante un año tan complicado, probablemente hayamos sido uno de los teatros que más haya producido, pues creamos la división de televisión que ha funcionado, Teatro Soho Televisión (TST), encargada de producir y dirigir la última gala de los Premios Goya, y hemos creado nuestra propia orquesta, la Sinfónica Pop del Soho, que nutrirá a los espectáculos teatrales y musicales que vayamos a producir en el futuro, entre más iniciativas. Estamos por la labor, tenemos mucha ilusión, seguimos trabajando con mucha fuerza y este premio sin duda, nos estimula».

«Apostamos por una Málaga que, a su vez, también apostó por la cultura de una forma sólida y queremos contribuir a atraer a un visitante culto y a los propios malagueños»

Fachada del Teatro del Soho CaixaBank, el proyecto personal de Antonio Banderas en Málaga

Raquel Bonilla

La cultura es uno de los sectores que más dificultades ha tenido durante la pandemia, pero eso no ha sido impedimento para seguir creando, ya que se trata de un eje tractor indiscutible para generar atractivos turísticos, tal y como ha logrado Teatro del Soho CaixaBank, un proyecto impulsado personalmente por Antonio Banderas en Málaga, su ciudad, que nace con la idea de consolidar y ensanchar la oferta artística de Málaga con un espacio cultural propio, que proyecte fuera de nuestro ámbito y de nuestras fronteras la actividad generada en este escenario, por su estilo y su fuerza creativa.

Con ese objetivo bien cumplido, Teatro del Soho CaixaBank ha sido reconocido como la mejor oferta turística Cultural durante la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, galardón que recogió Javier Banderas, ad-



KIKO HURTADO

ministrador y miembro del equipo directivo del teatro, de manos de José Francisco Salado, presidente de la Diputación de Málaga, Juan Marín, vicepresidente de la Junta de Andalucía, y Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN. «Es un reconocimiento que para nosotros resulta de gran relevancia, ya que en esta tempora-

da, el mero hecho de haber conseguido ofrecer espectáculos ha sido todo un reto muy difícil de superar, con la complejidad de producir, programar, suspender y volver a reprogramar según variaban las medidas para paliar la crisis de la Covid-19», reconoció Javier Banderas durante sus palabras de agradecimiento.

José Francisco Salado, Javier Banderas, Juan Marín y Francisco Marhuenda

El Teatro del Soho CaixaBank tiene unas características especiales «que han hecho que en muy poco tiempo se haya ganado el respeto tanto del público como de la profesión y de ahí que se haya convertido en un referente no solo en Málaga si no a nivel nacional. Los puntos fundamentales son la excelencia encima del escenario y el hecho de que sea una iniciativa privada sin ningún tipo de subvención que se gestiona con una sociedad sin ánimo de lucro. Esto hace que quede clarísimo que el ADN del proyecto es fomentar la cultura de calidad por encima de los beneficios y que se articula con ayudas privadas pese a ejercer una labor con mentalidad pública: estar al servicio del espectador y de los ciudadanos. Y esto se observó desde su apertura, convirtiéndose en la locomotora económica del barrio del Soho y en un centro de referencia de Málaga», explica Aurora Rosales, directora de Teatro del Soho CaixaBank.

ES NÀUTIC: MEJOR CLUB NÀUTICO DEL MEDITERRÀNEO

EL PRIVILEGIO DE ACERCAR EL MAR A LAS PERSONAS

El Club Es Nàutic es una entidad sin ánimo de lucro abierta al viajero en cuya filosofía prima su vertiente social, con una animada vida cultural en la que se inculca el amor por el mar y la sostenibilidad



Interior del restaurante ubicado sobre el mar y desde donde se contemplan los barcos

R. Bonilla

El Mediterráneo es uno de los atractivos más potentes que tiene España y puede vivirse a bordo de un barco o desde un club náutico, convertido cada vez más en punto de encuentro para los viajeros. Ejemplo de ello es Club Nàutic Sant Antoni, ubicado al oeste de la isla de Ibiza, con una gran vida social gracias a su oferta de calidad, lo que le ha hecho merecedor del reconocimiento al mejor club náutico del Mediterráneo en la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, cuyo galardón recogió José Tur Torres, presidente del club náutico. «Estamos muy contentos y agradecidos por esta distinción. Creo que es el resultado del trabajo del equipo humano del club que avanza con mucha ilusión y que cree en lo que hace, y de una Junta Directiva que ha

tenido una visión clara de cuáles eran los objetivos y qué valores eran necesarios para conseguirlos», asegura Tur Torres.

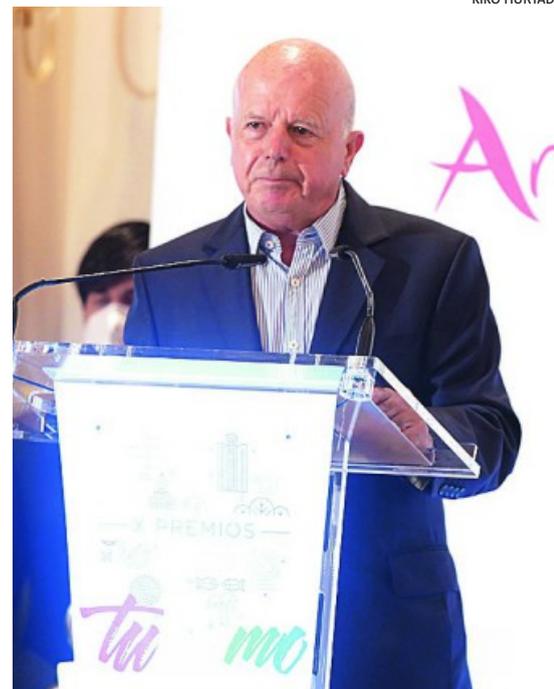
Es Nàutic inició hace diez años un proceso de remodelación integral que culminó en 2013 para ofrecer a sus socios y usuarios las comodidades y servicios propios de un club náutico de la máxima calidad, con la sostenibilidad ambiental como prioridad y bandera. Y esa constante renovación sigue, pues «hace quince días finalizó la instalación de fibra óptica en 77 amarres del club para ofrecer conexión a alta velocidad. Y este verano tendremos operativa una aplicación para que los socios y clientes puedan interactuar con el club desde su móvil: reservas de amarre, petición de servicios, acceso a wifi, facturación, pagos, check-in online, comunicaciones, accesos a las instalaciones...», detalla Tur Torres.

Sin embargo, el rasgo característico que aporta mayor singularidad a este club es su vertiente social. «El club náutico es una entidad sin ánimo de lucro que está abierta a la sociedad, al pueblo y a los visitantes. Un lugar donde no existen barreras físicas y donde todo el mundo es bienvenido. El pantalán central del club constituye una calle más del pueblo de Sant Antoni, es la calle que sale hacia el mar. Nuestra estrategia competitiva siempre ha sido “la atención a las personas”: la amabilidad, la sonrisa, la predisposición a la ayuda, la cercanía, la profesionalidad... Esas son las señas de identidad de quienes conforman el equipo del club».

Entre los puntos fuertes de Es Nàutic destacan sus modernas instalaciones y sus servicios, «con un diseño arquitectónico emblemático y con zonas de amarre donde prima la madera, el aluminio y las plantas, en lugar del hormigón. Los servicios que ofrecemos abarcan un amplio abanico que busca cubrir todas las necesidades de los navegantes y disponemos de un restaurante sobre el

«Nos gusta pensar que el pantalán del club es una calle más del pueblo de Sant Antoni y nuestra estrategia competitiva se basa en la atención a las personas y la amabilidad»

KIKO HURTADO



José Tur Torres, durante su discurso de agradecimiento

mar con las recetas tradicionales, con el mejor pescado de la isla. Además, el visitante tiene todo un pueblo a su servicio; solo ha de cruzar la calle. Sin olvidar nuestro principal atractivo, que es la costa, nuestras calas, aguas transparentes, nuestra gente...», confiesa el presidente de Es Nàutic.

A todo ello se suma la apuesta por inculcar el deporte a los más pequeños y por transmitir los valores de la sostenibilidad y el respeto al mar. «Si hay algo que nos caracteriza es nuestra pasión por el mar y la necesidad que tenemos por contagiarla. Nuestro lema es “Acercamos el mar a las personas”, especialmente a los más jóvenes y para ello destinamos cuantiosos recursos al Área Deportiva del club, donde cada año más de 1.000 niños de la isla conocen el mar gracias a las actividades y proyectos que se realizan», explica Tur Torres.

INTERMUNDIAL: COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIAJES POR LA INNOVACIÓN EN SEGUROS COVID

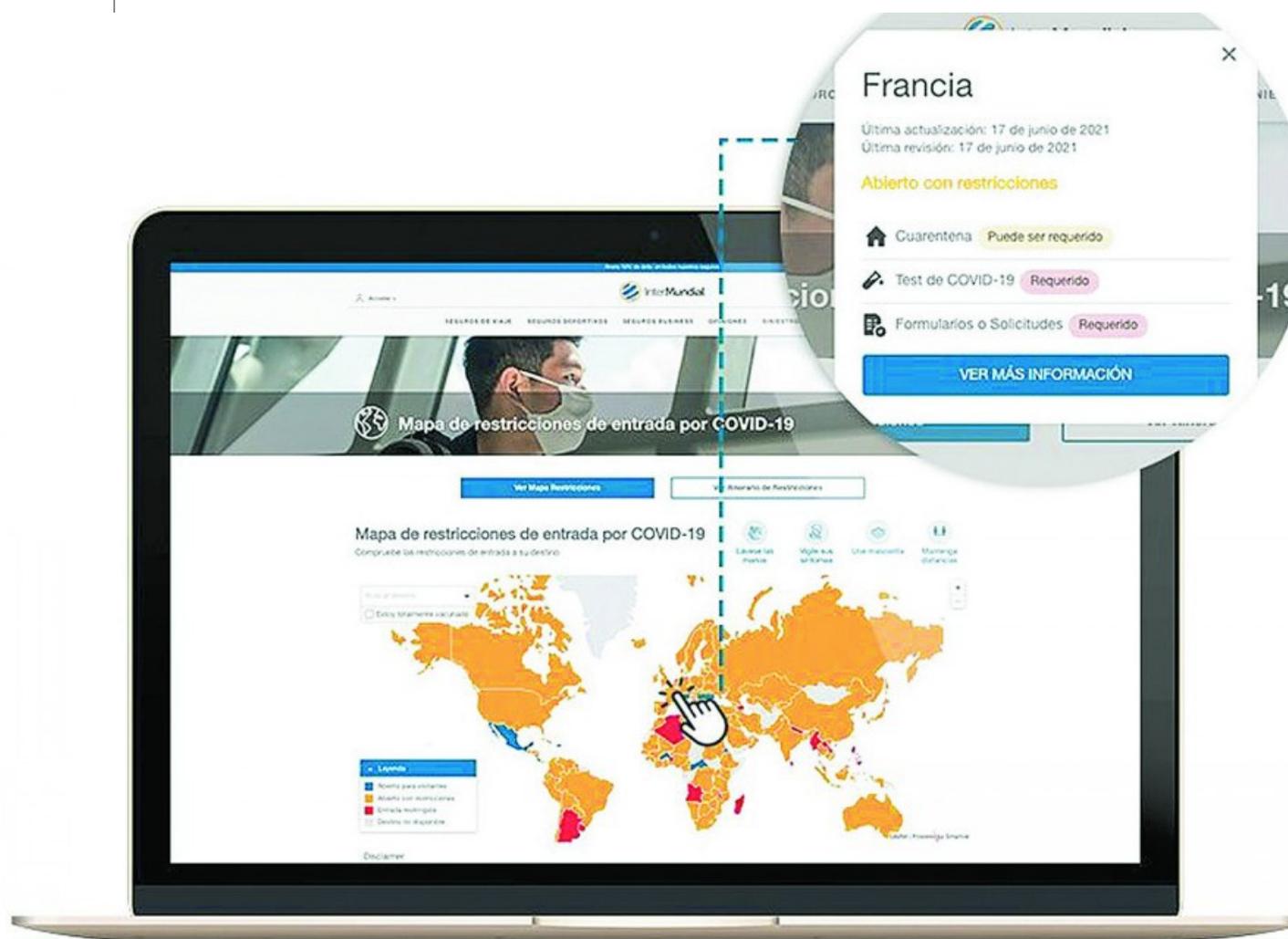
LA TRANQUILIDAD DE VIAJAR SEGUROS EN TIEMPOS DE COVID

InterMundial fue pionero a la hora de añadir las coberturas necesarias para proteger al turista en la pandemia y cuenta con productos únicos como Totaltravel Passport, que incluye PCR antes de viajar

Covid-19, el traslado sanitario y repatriación, gastos derivados de las pruebas diagnósticas o la prolongación de estancia por Covid y siempre ofreciendo los límites más altos de gastos, llegando incluso hasta los 2.500.000 € en algunos seguros con lo que nuestros asegurados tienen garantizada su tranquilidad. Seguimos innovando y diferenciándonos de los demás con productos únicos, como nuestro seguro Totaltravel Passport que es el único seguro de viaje que incluye el coste de una prueba PCR antes de viajar».

La seguridad siempre ha sido un factor importante a la hora de viajar, pero, tal y como reconoce López, «notamos una mayor concienciación sobre el seguro de viaje. La pandemia ha hecho que veamos que los viajes no están exentos de riesgos y que, por poco dinero, podemos protegernos de ellos con un buen seguro de viaje que nos dará la tranquilidad necesaria antes, durante y después de los desplazamientos. La pandemia ha reforzado lo que era una tendencia, que se ha convertido

«La pandemia ha reforzado lo que era ya una tendencia y ahora se ha convertido en una necesidad: el seguro de viaje ya es un producto imprescindible y muy valorado»



InterMundial seguros ha creado una herramienta online gratuita que permite al viajero conocer en tiempo real cuáles son las restricciones dentro y fuera de España

R. Bonilla

Ahora, más que nunca, la seguridad se convierte en un factor imprescindible que hay que incluir en la maleta, una cuestión en la que InterMundial lleva trabajando desde hace más de 25 años, apostando por la innovación como centro de su estrategia y parte fundamental de su ADN. Y prueba de ello es que ha sabido adaptarse en tiempo récord a las nuevas necesidades del viajero en estos tiempos de pandemia añadiendo las coberturas y garantías necesarias para proteger a los viajeros, lo que le ha hecho merecedor del premio a la compañía de seguros de viaje por la innovación en seguros Covid-19 en la X edición de los Premios de Turismo de LA RAZÓN, estatuilla que recogió Manuel López, presidente de InterMundial. «Recibir este galardón es un verdadero honor para

InterMundial. Nos ilusiona especialmente que se nos reconozca por la innovación de nuestros seguros de viaje, ya que, como especialistas, es algo por lo que siempre hemos apostado. Además, este reconocimiento llega en un momento muy especial, después de meses duros para todos, por lo que lo apreciamos y lo entendemos como un estímulo para seguir mirando el futuro con ganas y optimismo», asegura López.

Los argumentos que convierten a InterMundial en merecido ganador de este reconocimiento son muy sólidos, ya que ha sido pionero a la hora de ofrecer al viajero coberturas Covid en sus seguros. «En el mismo mes de marzo de 2020, en medio de la vorágine de noticias que llegaban sobre la pandemia, nuestros equipos hicieron un esfuerzo increíble para rediseñar en tiempo récord todo nuestro portfolio de productos e incluir garantías Covid en todos los segu-



Juan Marín,
Manuel López y
Francisco
Marhuenda

ros de viaje. Entendíamos que teníamos que estar al lado del viajero en ese momento y no lo dudamos», explica López, quien destaca que «ahora seguimos diferenciándonos mediante las garantías que ofrecemos y que incorporan desde la cobertura de gastos médicos por enfermedad

en una necesidad y el seguro de viaje es ya un producto muy valorado e imprescindible para todos los viajeros». En este sentido, según explica López, «empezamos a notar una reactivación en la contratación y en el volumen de consultas. La asistencia médica en el extranjero, la cobertura de las pruebas diagnósticas y la cancelación en caso de positivo Covid son algunas de las garantías más demandadas. Además, servicios complementarios como Traveldoctor, que permite el acceso a una consulta de telemedicina por videollamada las 24 horas del día en español y que está incluido en nuestros principales seguros han sido recibidos de forma excepcional por los viajeros». Y para elegir destino de forma sencilla, InterMundial ha diseñado una herramienta gratuita que facilita información en tiempo real sobre las restricciones y requisitos a la hora de viajar a cualquier destino del mundo o comunidad autónoma.

ROBERTO BRASERO: PREMIO ESPECIAL X ANIVERSARIO

LA FANTASÍA DE VIAJAR A TRAVÉS DE LA PEQUEÑA PANTALLA

Roberto Brasero invita cada día a los telespectadores de Antena 3 a recorrer los lugares más bellos de nuestra geografía mientras cuenta la previsión meteorológica en Tu Tiempo

R. Bonilla

La previsión meteorológica es, probablemente, una de las cuestiones a las que más importancia da cualquier viajero, ya que de ello dependerá, en gran medida, qué lugares visita y cómo disfruta de cada destino. Sin embargo, lo cierto es que llueve o haga calor, viajar se ha convertido hoy en día en una necesidad a la que pocos renuncian, más aún cuando la fatiga pandémica ya hace estragos en la mayoría de españoles. Por ello, ver cada día Tu Tiempo, el espacio que dirige y conduce Roberto Brasero en Antena 3, se convierte en un revulsivo para los viajeros, que descubren desde el sofá de su casa algunos de los rincones más bellos y desconocidos de nuestro país a través de las fotografías que los espectadores envían. Por ello, además de por su simpatía y desparramo en la presentación

Roberto Brasero dirige y presenta cada día Tu Tiempo, desde donde enseña a los espectadores algunos de los rincones más bellos de nuestro país



KIKO HURTADO

Roberto Brasero junto a Francisco Marhuenda y Juan Marín

de la gala de los premios anuales de Turismo de LA RAZÓN, Brasero recibió el premio especial de la X edición, un galardón que recogió totalmente por sorpresa. «¡No lo me esperaba en absoluto! Iba en calidad de presentador de la gala y al final, en el guión, aparecía un premio especial que se comunicaría en el último minu-

to. ¡Jamás me dio por pensar que podría ser para mí! Y tras la sorpresa, el agradecimiento. Y reitero aquí lo que dije desde el atril cuando lo recibí: Gracias a LA RAZÓN por el premio y sobre todo por celebrarlos», confiesa Brasero emocionado.

La pandemia de la Covid-19 ha dado al traste con muchos planes

«Yo he planificado viajes gracias a las ideas que me han dado las fotos que recibo a diario»

viajeros y, sobre todo, nos ha hecho entender a la mayoría de españoles que viajar no solo es un privilegio, sino también una necesidad, sobre todo después de haber permanecido en casa durante meses. «Lamentablemente la pandemia nos ha enseñado que hay otros factores de los que depende el turismo mucho más allá del tiempo, de si llueve o hace frío en aquel lugar que visitamos. Y pienso que, efectivamente, el tiempo meteorológico nos preocupa porque se trata de una manera de intentar aprovechar el tiempo cronológico del ocio y de las vacaciones, cada vez más escaso y por lo tanto también máspreciado», reconoce Brasero.

España foto a foto

Y cuando no se puede viajar, o simplemente cuando tenemos en mente cuál será el próximo destino que visitaremos, el espacio conducido cada día por Roberto Brasero en Antena 3 se convierte en una fantástica ventana por la que mirar, ya que gracias a las fotografías que envían los espectadores es posible recorrer y descubrir paisajes inéditos de nuestro país. «Soy consciente de que con ello animamos a la gente a viajar e incluso incentivamos al espectador a buscar esos rincones. Y yo mismo soy un ejemplo de ello, ya que gracias a las fotos que a diario recibo de algunos he planificado escapadas e incluso vacaciones a esos lugares. Pero insisto, no se trata de una foto en un momento dado, sino tener en mi ordenador cada día imágenes de esos sitios, en distintas estaciones y bajo las temperies más variadas».

Y ejemplo del impulso que da Roberto Brasero y el espacio Tu Tiempo al sector turístico es su última iniciativa, un concurso con el que anima a los espectadores a buscar la mejor playa de España. «Es ya todo un clásico del verano que ponen en marcha mis compañeros de la Web de Antena 3 Noticias. Y lo cierto es que tiene mucho éxito y no solo en los que entran a votar sino también entre quienes quieren proponer su playa o su rincón favorito. ¡Hay muchas ganas de dar a conocer lo nuestro!», reconoce Brasero, quien asegura que «tras la playa puede venir la mejor ruta y en otoño los mejores parajes seteros y en invierno... ¡Ya veremos! Lo importante en televisión es lo mismo que en los viajes: ¡Estar siempre en movimiento!». Y ese movimiento es el que defiende e impulsa Brasero cada día, un movimiento que hace posible el saber hacer del sector premiado en estos galardones.



GONZALO PÉREZ



Andalucía presume de tener más de 1.000 kilómetros de costa y múltiples zonas que cuentan con el sello «Andalucía Segura»



ANDALUCÍA, EL PRIVILEGIO DE UN DESTINO DIVERSO Y SEGURO

La Covid-19 obliga a priorizar los viajes cercanos y poco masificados, de ahí que Andalucía se alce como uno de los lugares más demandados por los españoles, ya que ofrece muchas opciones con todas las garantías de seguridad



R. Rodríguez

En el verano decisivo para la remontada de la industria turística nacional, Andalucía se presenta como un destino completo, de calidad y, sobre todo, seguro, ya que ha logrado consolidarse como una de las principales opciones del sur de Europa, con una oferta diversa a la que se añade el esfuerzo del conjunto de la región para ofrecer al viajero todas las garantías durante su estancia.

Esta temporada alta la recuperación turística pasa por el empujón del viajero nacional. Y ahí Andalucía tiene mucho ganado, pues históricamente ha sido el primer destino nacional para los españoles. Y no es de extrañar, pues la comunidad cuenta con segmentos y propuestas adapta-

das a todas las necesidades del viajero en estos momentos y con muchos ingredientes a su favor: un clima envidiable y una enorme extensión con múltiples contrastes, 1.000 kilómetros de costa, la estación de esquí más meridional de Europa o la mayor superficie natural protegida de Europa. Y ahora, si hay algo que destaca es la calidad de las playas andaluzas, con múltiples zonas que cuentan con el sello «Andalucía Segura» y 115 de ellas con bandera azul, sin olvidar los largos arenales en los que la tan demandada distancia social está más que asegurada.

La oferta amplia y diversa de la que presumen las ocho provincias andaluzas resulta única en segmentos como la cultura, la gastronomía o el golf. Pero también en productos como turismo de interior, naturaleza y turismo activo,

Buen clima, cómodas comunicaciones y una infraestructura alojativa de gran calidad convierten a las ocho provincias andaluzas en un destino envidiable para volver a viajar

segmentos que han resistido mejor la situación de crisis, al poder disfrutar de ellos al aire libre en grandes espacios de una región que, por sí, es inmensa.

Y sigue sorprendiendo porque este año el destino ofrece nuevos productos turísticos como «Andalucía es flamenco» o «Andalucía deja huella», que reúne la oferta de turismo ecuestre, con actividades en la red de senderos ecuestres y múltiples propuestas en torno al caballo. Pero no solo eso, ya que también destacan las propuestas turísticas con motivo de la conmemoración del V Centenario de la primera Vuelta al Mundo, que a través del proyecto «Andalucía, Origen y Destino» ofrece un completo programa de actividades junto a otros países ligados a la expedición de Magallanes. Además, este año también se poten-

cias las actividades deportivas, como el cicloturismo.

Andalucía es un referente en productos muy demandados ahora, a lo que se suma la experiencia de un destino pionero en materia turística, que ha sabido reinventarse para seguir resultando atractiva. Por todo ello, se alza como un destino preparado ante las actuales circunstancias marcadas por la pandemia, con multitud de empresas que ya cuentan con distintivos que reconocen su cumplimiento de las medidas de seguridad sobre la Covid-19.

Espacio patrocinado por:



COSTA DEL SOL

Vista panorámica de Puerto Banús, uno de los rincones más exclusivos de la Costa del Sol



VIVIR, SENTIR Y DISFRUTAR LA COSTA DEL SOL

La provincia de Málaga propone al viajero un sinfín de alicientes tanto a orillas del mar como en el interior, con alternativas para disfrutar del tiempo al aire libre, de la naturaleza, de la gastronomía y de la cultura

R. RODRÍGUEZ

En este verano en el que toca quedarse en España por prudencia, hay mucho por hacer y vivir. Y a la provincia de Málaga no le falta de nada para cumplir con las expectativas de los viajeros más exigentes, pues pocos lugares como la Costa del Sol reúnen en un mismo destino tantos atractivos: sorprendentes parajes naturales, privilegiados enclaves, un gran patrimonio cultural amplio y diverso, sus deslumbrantes costas, sus cuidados pueblos del interior, la hospitalidad de sus gentes... Y, por supuesto, su excelente gastronomía.

Costa del Sol es un destino que cautiva, que invita a soñar y a vivir emocionantes experiencias en torno a segmentos turísticos

muy diversos, tanto en el litoral como en el interior. Por ello, se alza como un destino que satisface todas las motivaciones del viajero, que seduce y enamora.

La provincia de Málaga ofrece un sinfín de alicientes, y qué duda cabe que el interior ha complementado la tradicional oferta de sol y playa, ofreciendo al visitante un escenario natural único. Destacan, por ejemplo, proyectos tan emblemáticos y atractivos como el Caminito del Rey, la Gran senda, el puente del Saltillo, el proyecto del corredor del Guadalhorce, el futuro proyecto de la Viñuela y las joyas de interior Ronda y Antequera. Además, la Costa del Sol pone a disposición del visitante infinitas opciones para disfrutar de experiencias inolvidables. Numerosos rincones y rutas para



Interior de la espectacular cueva de Nerja

FOTOS: TURISMO COSTA DEL SOL



amantes del deporte y el turismo activo, spas y balnearios donde olvidar el estrés, un legado histórico y cultural impresionante, pueblos blancos donde las tradiciones se mantienen intactas, paseos en barco por el mediterráneo y mucho más.

Y todo ello se complementa con la faceta gastronómica, con una marca de reconocido prestigio como sabor a Málaga, cultura, deporte, arte, fiestas y monumentos repartidos por toda la provincia y que componen en su totalidad un lienzo de emocionantes contrastes. Sin olvidar su historia, su carácter, la cultura malagueña, su estilo de vida y sus gentes que siguen enamorando a visitantes de todo el mundo.

Más información detallada en la web y en sus ebooks: www.visitacostadelSol.com/ebooks



Costa del Sol cuenta con espacios naturales perfectos para el turismo activo



El Caminito del Rey es una de las rutas icónicas de la Costa del Sol

LA GALA EN IMÁGENES



Francisco Marhuenda y Juanma Moreno



Juanma Moreno y Emiliano García-Page



Juanma Moreno, Francisco Marhuenda, Francisco Salado, Francisco Hiraldo y Eugenia Carballido



Juanma Moreno, Juan Ignacio Zafrá y Emiliano García-Page



De izquierda a derecha, Alfonso Rueda, Andrés Navarro, Emiliano García-Page, Juanma Moreno, Francisco Marhuenda, Eugenia Carballido, Francisco Hiraldo y Patricia Franco

REPORTAJE GRÁFICO: KIKO HURTADO Y BELÉN VARGAS



De izquierda a derecha, Andrés Navarro, Francisco de la Torre, Juan Marín, Juanma Moreno, Francisco Marhuenda, Francisco Salado, Francisco Hiraldo y Eugenia Carballedo



Juan Marín y Alfonso Rueda



Juanma Moreno, Emiliano García-Page y Patricia Franco



Andrés Navarro, Francisco de la Torre y Francisco Hiraldo



Vista de la mesa presidencial

LA GALA EN IMÁGENES



Esperanza González, Cristóbal Ortega, Margarita del Cid, Patricia Navarro, Nuria Rodríguez, Carmen Sánchez, Teresa Pardo y Carlos Hernández



José Manuel García, Cristina Lasvignes y Manuel Torres



Nacho Rodríguez, Gaspar Sáez e Ignacio Martín



Óscar Medina, José María García Urbano, Paola Moreno y José Alberto Armijo



Rafael Casillas JR, Rafael Casillas, Inés Chaguaceda y Manuel Torres



Enrique López, José Damián Toboso, José Alberto Armijo y Jonathan Méndez



Cristóbal Ortega, Ana Puga y Antonio José Martín



Juan Ignacio Zafra, Javier Banderas y María de los Ángeles Ruiz

REPORTAJE GRÁFICO: KIKO HURTADO Y BELÉN VARGAS



Andrés Navarro, Emiliano García-Page, Francisco Marhuenda, Patricia Franco y Francisco Hiraldo



Alfonso Rueda



Nuria Muñiz y Manuel López



Andrés Guerrero, Mariola Valladares y Carlos Boga



José Tur y Belén Villalonga



Mariví Motilva y Javier Frieria



Laura de Arce y Félix Romero



Alberto Martín, José María Díaz y Sergio Palomo

LA GALA EN IMÁGENES



Juan Marín durante su discurso de clausura



Francisco Salado, Francisco Marhuenda, Francisco Hiraldo, Eugenia Carballado, Juanma Moreno, Andrés Navarro, Emiliano García-Page y Alfonso Rueda



Manuel Torres, Ignacio Martín, Gaspar Sáez, Nacho Rodríguez, Rafael Casillas, Rafael Casillas JR e Inés Chaguaceda



Mariví Motilva, Javier Frieria, Miguel Ángel Doblado, Cristina Lasvignes, José Manuel García, Carlos Boga y Mariola Valladares



José Alberto Armijo, Damián Toboso, Juan Ignacio Zafra, Óscar Álvarez, Enrique López y Jonathan Méndez



José María Díaz, Sergio Palomo, Alberto Martín, Rafa López, Nuria Muñiz y Julián Guillén

REPORTAJE GRÁFICO: KIKO HURTADO Y BELÉN VARGAS



Eugenia Carballo, Juanma Moreno, Andrés Navarro y Alfonso Rueda



Jessica de León Verdugo, Margarita del Cid, Patricia Navarro, Manuel Muñoz, Juan Marín, Pepe Lugo, Francisco de la Torre y Pedro Martín



Francisco de la Torre dio unas palabras de bienvenida a su ciudad



Carlos Hernández, Ana María Mayorga, Sebastián Torres, Alberto Ortiz, Domingo Martínez, Antonio Díaz, Manuel Lara y Julia Álvarez de Toledo



Celia Díaz, Nuria Rodríguez, Ángel Martínez, Miguel Guerrero, Antonio José Martín, Carmen Sánchez y Esperanza González



Ana Puga, Javier Hernández, Miriam Ortiz, Critóbal Ortega, Isabel Naranjo y Saúl Minguela



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

**VIVE
COSTA
DEL SOL**

VISITACOSTADELSOL.COM