



— XII PREMIOS —



ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO

LA RAZÓN reconoce la labor del sector turístico

La XII edición de los Premios Turismo se celebró en Málaga con gran respaldo de autoridades, instituciones y representantes de la industria de los viajes

La industria turística mundial vuelve a marchar viento en popa a toda vela. Y España no solo no se está quedando atrás, sino que está liderando, con contundencia, el rumbo hacia el que todo apunta que será el mejor año de la historia del turismo de nuestro país. Los datos no dejan lugar a dudas, ya que durante los primeros cinco meses de 2023 España ha recibido casi 30 millones de visitantes internacionales, lo que supone superar las cifras prepandemia, que ya fueron las mejores hasta el momento.

Parte de la culpa de ese éxito reside, sin duda, en el buen hacer del sector turístico, que ha sabido aprovechar los peores años de la pandemia para actualizarse, reinventarse y ser más atractivo y competitivo que nunca. Por ello, LA RAZÓN ha querido reconocer la labor de instituciones nacionales e internacionales, así como de empresas, durante la XII edición de los Premios Turismo, un acto que se celebró en el Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga.

Fueron numerosas las autoridades que acompañaron a LA RAZÓN en esta cita tan especial de homenaje al sector turístico, como Arturo Bernal, consejero de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, Emiliano García-Page, presidente de la Junta de Castilla-La Mancha, Francisco de la Torre, alcalde de Málaga, Margarita del Cid, alcaldesa de Torremolinos, José María Román, alcalde de Chiclana, Lisardo Morán, gerente de Turismo Andaluz, Yolanda de Aguilar, secretaria general de Turismo de Andalucía, Ana Mata, diputada provincial de Málaga, Carmen Pita, directora de Promoción de Turismo de Galicia, Khalid Mimi, director de la Oficina

Nacional Marroquí de Turismo para España, Portugal y Latinoamérica, Amalia López, concejal del Ayuntamiento de Roquetas de Mar, Carmen García Galán, jefa de Área de Oficinas de Turismo de la Subdirección General de Promoción Turística de la Comunidad de Madrid, María Paz Flores, concejala del Ayuntamiento de Málaga, o Jesús Fernández Sanz, consejero de Sanidad de Castilla-La Mancha, entre otros.

Bajo la batuta de Roberto Braseiro, y después de disfrutar de una actuación del artista Gonzalo Alhambra, Arturo Bernal recogió el premio a la Mejor Promoción Internacional en nombre de Turismo Andaluz. «Somos el destino nacional que escoge uno de cada cinco viajeros internacionales, con un impacto de más de 22.500 millones de euros, de los que 15.000 lo hacen de forma directa,

generando un empleo que está en auge y nos permite ser una garantía de calidad de servicio, gracias a las excelentes infraestructuras que tenemos y a la profesionalidad de quienes trabajan en este sector. Todo esto nos permite decir con orgullo que Andalucía es líder en turismo y las previsiones nos hacen ser muy optimistas, ya que este verano se espera que nos visiten 11 millones de turistas, con un crecimiento muy por encima de 2019. Tenemos que estar muy orgullosos y seguir por este camino», aseguró.

Unas palabras que también reafirmó Emiliano García-Page tras recoger el Premio a la Mejor campaña turística por su promoción Castilla-La Mancha de cine de manos del diseñador Félix Ramiro. «El turismo en España es una potente razón para que todos nos sintamos tremendamente orgullosos. No tenemos mejor comercial que cada viajero que nos visi-

Los presentes auguraron un verano de récord y un año 2023 lleno de éxitos para el destino España

«El turismo es nuestro petróleo porque hemos convertido un hábito en una industria», aseguró Emiliano García-Page

Destinos nacionales e internacionales, alojamientos, cruceros, ocio y servicios fueron reconocidos en la gala

ta y se va contando maravillas. El turismo es nuestro petróleo porque hemos convertido un hábito en una auténtica industria, pues hemos encontrado la mejor materia prima en nosotros mismos y en lo que podemos ofrecer como país. Somos una gran potencia turística y estos galardones son una buena prueba de ello», aseguró el presidente de la Junta de Castilla-La Mancha.

El buen hacer de instituciones y empresas públicas quedó patente en la categoría de destinos nacionales e internacionales, en la que se reconocieron a entidades como Turismo de Marruecos, Premio al mejor destino internacional turístico sostenible; Malta, Premio a la mejor iniciativa de turismo religioso por su Camino Maltés; Comunidad Intermunicipal Beira Baixa,

Premio al mejor destino interior de Portugal; Comunidad de Madrid, Premio por su campaña Mad Rural; Xunta de Galicia, Premio a la promoción del turismo cultural; Roquetas de Mar, Premio al mejor destino de costa; Chiclana de la Frontera, Premio al mejor destino sostenible; Margarita del Cid, Premio especial al compromiso con el turismo de Torremolinos.

En la categoría de Cruceros los reconocimientos recayeron en MSC Cruceros, Premio a la sostenibilidad en el sector de los cruceros, y en CroisiEurope, Premio a la Mejor compañía de cruceros fluviales. Por su parte, en la categoría de Alojamientos, los galardones fueron para Tivoli Hoteles, Mejor cadena internacional en su 90 aniversario; Hotel Las Arenas Balneario, Premio al mejor hotel de congresos de la Comunidad Valenciana, un galardón que entregó Pablo Ossorio, de Bodegas Hispano Suizas; Hotel Avani Alonso Martínez, Premio al Hotel urbano más creativo por su diseño inspirado en el destino; La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel, Premio al Mejor resort por su alta gastronomía sostenible; Camping Las Gaviotas, Premio a las Mejores propuestas de calidad y servicios exclusivos, y Camping Lo Monte, Premio a la excelencia en servicios e instalaciones en camping.

Por su parte, la Categoría de Ocio se reconoció el buen trabajo del Teatro Real, Premio al fomento del turismo cultural de calidad; Concert Music Festival, Premio al Mejor festival sostenible de España, y Terra Natura, Premio a la Mejor propuesta de ocio y entretenimiento.

Por último, la categoría de Servicios turísticos avaló el buen hacer de compañías privadas como Mytrasfers, Premio a la innovación en movilidad turística; Smartrental Group, Premio a la empresa más innovadora en productos



hoteleros, serviced apartments y co livings; Bujaldon, Premio al mejor bróker de seguros de viajes para agencias; C. T. BELL, Premio a la Calidad en soluciones de telecomunicaciones para el sector hotelero; Grupo Nassau, Premio al Beach Club 2023; Flyschool Air Academy, Premio a la Excelencia en formación aeronáutica, y a European Bartender School, Premio a la Excelencia y trayectoria en formación.

Tras la gala, realizada en colaboración con Renfe y con el apoyo de Turismo de Marruecos y Félix Ramiro, los asistentes pudieron disfrutar de una cena diseñada por Alabardero Catering, acompañada de los mejores vinos de Bodegas Hispano Suizas, cócteles de Barrel Bartenders y cervezas Victoria.

POR
RAQUEL
BONILLA

XII PREMIOS TURISMO < ESPECIAL

KIKO HURTADO / BELÉN VARGAS



Foto de familia de todos los galardonados durante la XII edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN celebrada la pasada semana en Málaga



Gonzalo Alhambra abrió la velada con una actuación



El acto se celebró en el Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga



Roberto Brasero presentó la gala

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - DESTINOS

Caminar tras los pasos de la fe se ha convertido en una de las razones más poderosas para descubrir mundo. El Camino de Santiago es una de las rutas más emblemáticas en este terreno y ahora cuenta con un nuevo atractivo: el Camino Maltés, una nueva etapa que conecta la ciudad coruñesa de Santiago de Compostela con Malta, el gran secreto del Mediterráneo. Gracias a esta propuesta, Malta fue reconocido con el Premio a la Mejor iniciativa de turismo religioso, un galardón que recogió Natasha Vanesa Martín Ortiz, responsable de la Oficina de Turismo de Malta, en nombre del embajador del país.

«Es un honor para nosotros ser reconocidos por nuestros esfuerzos en promover y preservar el turismo religioso en Malta. Nuestra isla tiene una herencia religiosa diversa y profunda, que se remonta a miles de años atrás, y nos enorgullece poder compartir ese legado

Camino Maltés Descubrir la isla del Mediterráneo a través de la fe

**La Oficina de Turismo de Malta
recibió el galardón a la Mejor iniciativa
de turismo religioso**

con los peregrinos y turistas que nos visitan. Sobre todo, por el hecho de poder conectar nuestro territorio con Santiago de Compostela, creando ese vínculo con la

historia del Cristianismo y que, de esta manera, peregrinos de todas las partes del mundo puedan revivirla y cruzar los mismos caminos que los Apóstoles. Además, esta

nueva ruta sirve como aliciente para crear una estrecha conexión histórica entre España y Portugal con Malta, pues muchos de los Gran Maestros de la Orden de Malta, como António Manoel de Vilhena, era de origen portugués», aseguró Martín Ortiz.

Desde tiempos inmemorables, los antiguos caminos romanos, francos y normandos facilitaron el paso de los peregrinos desde diversas partes de Europa hasta Malta, convirtiéndola en un punto estratégico desde el que continuar el viaje hacia otros lugares de devoción cristiana. «Por ello, este premio nos inspira a seguir mejorando nuestras iniciativas de turismo religioso, desarrollando nuevos productos y servicios que permitan a los visitantes experimentar la espiritualidad y la cultura de las islas maltesas», añadió.

El Camino Maltés es una experiencia única por varias razones. En primer lugar, Malta cuenta con una rica historia que se remonta a 7.000

años atrás y el Camino Maltés ofrece la oportunidad de explorarla a través de visitas a iglesias históricas, capillas y otros lugares sagrados. El camino recorre diversos paisajes malteses, desde pintorescas colinas hasta impresionantes acantilados y vistas al mar. Durante los 34km de recorrido, desde la cueva de Rabat, cerca de la antigua ciudad de Mdina, hasta el Fort St. Angelo en la ciudad de Birgu, los caminantes pueden disfrutar de la belleza natural de la isla, lo que añade un elemento adicional de asombro y conexión con la naturaleza.

Malta es conocida por su cálida hospitalidad y amabilidad con los visitantes. A lo largo del Camino Maltés, los peregrinos son recibidos por parte de la comunidad local, comprometida en hacer que su experiencia sea inmejorable, mostrándoles la auténtica cultura maltesa y dándoles una cálida bienvenida en cada etapa del camino.

Pero además del Camino, Malta tiene mucho que ofrecer: cuenta

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Natasha Vanesa Martín Ortiz y Pepe Lugo

Buenas perspectivas turísticas

► Los meses de verano suelen ser una temporada alta para Malta, «por lo que nuestras islas están preparadas para recibir a un gran número de turistas y ofrecerles la mejor estancia. De hecho, los vuelos a La Valletta ya están completos para los próximos meses, superando los datos de

2019. Sin embargo, también promovemos Malta como un destino turístico en otras épocas del año. El Camino Maltés es un atractivo fuera de temporada, comenzando desde septiembre, para equilibrar la afluencia de visitantes a lo largo del año», explica Martín Ortiz.

La isla cuenta con una ubicación privilegiada en el Mediterráneo, ideal para practicar la aventura y los deportes

con una ubicación privilegiada en el mar Mediterráneo, lo que la convierte en un destino ideal para actividades de aventura y deportes acuáticos. «Por ello, para fomentar el turismo de aventura y deportes acuáticos se están desarrollando proyectos para promover el buceo, el ciclismo y otras actividades deportivas. Además, desde el año 2022, VisitMalta es uno de los patrocinadores de Eolo-Kometa Cycling Team, el equipo de ciclismo de Alberto Contador. Por otro lado, se están llevando a cabo proyectos para promover el turismo cultural, incluyendo la restauración y preservación de sitios históricos, la creación de rutas turísticas temáticas y la organización de eventos culturales. De esta manera, se celebrará la primera biennial de arte de Malta: maltabiennale.art, entre marzo y mayo de 2024. Por otro lado, en los últimos años hemos querido enfocar la oferta a un público más interesado en las escapadas gastronómicas y marcadas por el lujo, gracias a restaurantes con estrella Michelin y hoteles boutique. Y buscamos potenciar Malta como el destino perfecto para quienes quieren aprender inglés», detalla Martín Ortiz.

ESTÁS EN LA EDAD DE VOLAR. ESTE VERANO VIAJA HASTA CON EL 50% DE DESCUENTO* EN EL AVE.

*Si tienes entre 18 y 30 años, compra ya
y viaja hasta el 15 de septiembre.
Por cada dos viajes, el tercero **GRATIS** si eres Más Renfe.
Nadie te da más.*

Infórmate en [renfe.com](https://www.renfe.com)

**Disfruta de los descuentos en todos los trenes de Renfe.*



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE TRANSPORTES, MOVILIDAD
Y AGENDA URBANA



VERANO
JOVEN

DESCUENTOS EN EL TRANSPORTE PÚBLICO...
Y QUE TE QUITEN LO VIAJADO.

renfe Tu tren

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - DESTINOS

En el mundo del turismo hay una premisa que cada vez cobra más fuerza a nivel internacional: la importancia de ofrecer calidad turística de una manera sostenible para los destinos y adecuada para los visitantes. Y eso es lo que ha logrado consolidar con gran acierto el Reino de Marruecos.

Nuestro país vecino cada vez recibe más viajeros internacionales, hasta el punto de que se ha convertido en uno de los lugares más demandados por los viajeros en los últimos años, pero lo hace de una manera sostenida en la que la ecología y la responsabilidad a la hora de proteger el entorno se presentan como su máxima, lo que le ha hecho merecedor del reconocimiento al Mejor destino internacional turístico sostenible durante la última edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN.

Este merecido galardón lo recogió el pasado jueves 13 de julio en la ciudad de Málaga Khalid Mimi, director de la Oficina Nacional Marroquí de Turismo (ONMT) para España, Portugal y Latinoamérica.

Marruecos tiene una gran variedad de paisajes, desde playas, montañas, desierto hasta grandes centros urbanos. Junto con su di-

Marruecos Referente del turismo ecorresponsable

El país vecino se alzó con el reconocimiento al Mejor destino internacional turístico sostenible

versidad, el país del norte de África tiene una responsabilidad ecológica absoluta. Prueba de ello es que ahora es uno de los países líderes en términos de turismo sostenible. En concreto, desde la firma de más de 60 ciudades de la carta relativa al turismo responsable en enero de 2006, Marruecos está promoviendo firmemente un turismo responsable hacia las personas y el medio ambiente. De esta manera, el mismo entorno que realza el patrimonio cultural, de

identidad e intangible de sus diferentes regiones también se protege con esmero, lo que permite que, a su vez, esta industria cree riqueza y valores a lo largo y ancho del país.

Etiquetas de incentivo

De norte a sur, los operadores turísticos de Marruecos se comprometen cada año con la sostenibilidad y muchas iniciativas de turismo sostenible son recompensadas por su responsabilidad am-

biental. Para apoyar esta dinámica, Marruecos ha puesto en marcha etiquetas de incentivo como los trofeos marroquíes para el turismo responsable lanzados por el Ministerio de Turismo en 2008, la etiqueta «llave verde» para los hoteles o la «bandera azul» otorgada a 21 playas marroquíes por la limpieza de los arenales introducida en Marruecos por la Fundación Mohamed VI para el Medio Ambiente.

Tratamiento de aguas

Junto con estas iniciativas, Marruecos sigue mejorando y preservando las reservas y los parques naturales. En concreto, en los últimos años, Marrakech ha hecho todo lo posible por dotarse de una planta de tratamiento de aguas residuales que puede regar ocho de los golfos de la ciudad, además del palmeral. Esta ambición de preservación no tardó en duplicarse en otras ciudades del Reino, como la famosa estación de Noor en Ouarzazate, que es la séptima planta de energía solar termodinámica del mundo.

Todas estas iniciativas han permitido a Marruecos reforzar su posición internacional en lo que respecta a la responsabilidad ambiental. Desde su ratificación de la Convención Marco de las Nacio-

nes Unidas sobre el Cambio Climático en 1997, Marruecos fue el primer país africano en acoger la cumbre de la Conferencia de las Partes de 2001 en Marrakech (COP 7), que contribuyó, entre otras cosas, a la aplicación del acuerdo de Kyoto.

Y eso no es todo, ya que en noviembre de 2016, Marruecos fue seleccionado por segunda vez para acoger la COP22, cuyas ne-

Sabe combinar su diversidad de paisajes con una verdadera responsabilidad ecológica

gociaciones se vieron coronadas por el lanzamiento de la iniciativa «Cinturón Azul» con el objetivo de estimular el sector pesquero en Marruecos. Estas COP marcaron el comienzo del compromiso permanente del Reino con una comunidad internacional más consciente que nunca de la necesidad de luchar contra el cambio climático. Un nuevo desafío para el medio ambiente mundial en el que Marruecos está logrando una posición determinante.

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Ayoub Jillar, Soumaya Lamghari, Khalid Mimi, Salma Sebbar y Pepe Lugo



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Jesús Viñuales, Rita Silva, Joao Lobo, Antonio Beites, Joao Carvalhinho y Pepe Lugo

Beira Baixa Un destino auténtico de naturaleza, cultura y tradición

La Comunidad Intermunicipal recibió el Premio al Mejor destino de interior de Portugal gracias a su patrimonio natural, histórico y cultural

La unión hace la fuerza y por eso la Comunidad Intermunicipal Beira Baixa, a un paso de la frontera de España y Portugal en la provincia de Cáceres y a tan solo tres horas de Madrid, se ha convertido en uno de los refugios de interior más buscados de nuestro país vecino, razón que le ha hecho merecedor del reconocimiento al Mejor destino de interior de Portugal, un galardón que recogió Joao Lobo, presidente de la Comunidad Intermunicipal Beira Baixa.

«Este premio significa que Beira Baixa cuenta con un conjunto de atractivos turísticos singulares y un patrimonio natural, histórico y cultural de alto valor, con historias y gentes que saben dar y recibir. También significa que Beira Baixa ha sabido aprovechar sus activos y dar

a conocer este destino al mundo y diferenciarlo del resto. Sin duda, a día de hoy Beira Baixa es ya un destino turístico consolidado. Con diferentes propuestas de visita durante todo el año, se trata de un destino atractivo para familias, parejas y jóvenes aventureros. Es el lugar donde nace el sol y la felicidad, y eso lo dice todo. Este galardón indica que Beira Baixa ha dado pasos importantes en cuanto a la promoción turística del territorio. Nos enorgullece y nos aporta una responsabilidad añadida. Esta distinción se extiende a todos los actores del territorio, desde los municipios hasta los operadores privados que han sabido trabajar en red. Más que el premio, la expectativa es que este reconocimiento sea también el motor para generar nuevos flujos turísticos al territorio», afirmó Joao Lobo.

Entre las razones que han servido al jurado para otorgar este galardón destaca el excelente trabajo de promoción de la Beira Baixa a través de sus productos más auténticos y diferenciadores. «Identificamos un conjunto de bienes singulares que integran el territo-

rio, como la naturaleza, con énfasis en Serra da Malcata, Serra das Talhadas y los ríos Tajo y Cécere; historia y cultura, donde destacamos pueblos históricos, castillos, museos y las más bellas tradiciones como el bordado de Castelo Branco, los adufes, la Viola Beiroa, etc.

Hitos alcanzados

► **Se han dado pasos importantes hacia la afirmación del destino turístico Beira Baixa, como el trabajo de estructuración realizado, teniendo en cuenta tres productos ancla: naturaleza, historia y gastronomía con la creación de varios itinerarios y la valorización de las tradiciones y expe-**

riencias propias, como las tradiciones de Madeiro y Semana Santa. «Todo este trabajo se ha realizado con los municipios y agentes del territorio y los resultados son visibles, ya que todos juntos somos más fuertes para promover la Beira Baixa como un territorio único», asegura Lobo.

La gastronomía en la que nos deleitan sabores muy característicos como el aceite de oliva, el cordero merino de la Beira Baixa, la miel y un conjunto de recetas ancestrales como el estonado de cabrito, la bolada y las gachas de carolo. El papel de la Comunidad Intermunicipal ha sido reunir a los diferentes actores públicos y privados y comunicar de manera asertiva. Tomando como punto de partida estos productos ancla, buscamos trabajar en red, fomentar la creación de sinergias y promover la difusión de todo el territorio en su conjunto, consiguiendo ganar escala y consolidar la marca Beira Baixa», asegura Lobo.

Rutas como reclamo

Como ejemplo, destacan dos de las acciones que han llevado a cabo en los últimos meses: La Ruta del Aceite de Oliva Beira Baixa y la Ruta de la Primavera, en las que estructuraron su oferta, sensibilizaron a los operadores sobre el networking y dieron a conocer productos y atractivos turísticos auténticos y especiales que van más allá de lo que aparecía en los itinerarios turísticos hasta entonces. «Ambas propuestas invitan a sumergirse en las entrañas de la Beira Baixa y desafían a los visitantes a circular por los seis municipios: Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Penamacor, Proença-a-Nova y Vila Velha de Ródão. Hay mucho que ver y sentir en Beira Baixa y esta estrategia pretende que los visitantes aumenten el número de días de estancia en el territorio», explica Lobo, quien destaca que «Beira Baixa es un ejemplo a seguir como destino turístico por el hecho de saber conservar y difundir de forma creativa y dinámica, en red, lo mejor del territorio».

Entre los retos de Beira Baixa para los próximos años se pretende dar continuidad al trabajo realizado con el fin de maximizar los resultados y potenciar el destino turístico. «Los desafíos pasan por seguir fomentando el trabajo en red y trabajando para aumentar el conocimiento de la marca Beira Baixa, también con vistas a la integración de dos nuevos municipios, Vila de Rei y Sertã. También invertir más en el turismo ibérico, por su proximidad geográfica y porque España es el mayor mercado del mundo. Es también una ambición apostar por la descarbonización del territorio. Seguiremos, por tanto, comprometidos con la promoción y trabajando para diseñar acciones de activación creativas e innovadoras, capaces de atraer nuevos flujos turísticos durante todo el año», avanza Lobo.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - DESTINOS



KIKO HURTADO

Arturo Bernal recibió el galardón de manos de Pepe Lugo

Turismo Andaluz: Líderes en la conquista de nuevos mercados

Premio a la Mejor promoción internacional. La empresa pública intensifica su presencia en Asia e impulsa las rutas aéreas de la comunidad autónoma

Andalucía prevé superar por primera vez los 11,5 millones de turistas este verano, según los datos de la Consejería de Turismo, Cultura y de Deporte de la Junta de Andalucía. Esta cifra récord será posible gracias a todos los agentes implicados en el sector y a Turismo Andaluz, la empresa pública para la gestión del turismo y del deporte de Andalucía, que trabaja incansablemente en la promoción y el desarrollo de la industria turística a través de, entre otras acciones, la potenciación de la actividad, la realización de trabajos de investigación, estadística y asesoramiento o el análisis de los nuevos productos y mercados. El consejero andaluz de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, que fue el encargado de recoger el Premio a la Mejor promoción internacional, asegura que este galardón es un reconocimiento a «un trabajo en constante evolución» en el que

«Turismo Andaluz lleva la marca turística de Andalucía por todo el mundo con el convencimiento de que tenemos un producto inigualable que cada día debe irse adaptando a las necesidades del cliente y a sus expectativas».

Desde la empresa pública de turismo defienden un modelo de gestión en el que esté integrado el sector privado, un proyecto que llevan a cabo «integrando a los empresarios con el objetivo de impulsar la corresponsabilidad y la cogobernanza de esta industria», explica Bernal. El objetivo no es solo encontrar a ese turista de calidad «que alargue o multiplique sus estancias y genere un gasto elevado», sino ir más allá de todo lo que engloba la «potente marca Andalucía» en el mundo y «asumir los retos de nuestro tiempo a través de la combinación de tradición y modernidad, desde el respeto a las raíces, pero con la mirada innovadora», afirma el consejero andaluz. Para ello, Ber-

nal garantiza que la comunidad «tiene todo y está preparada para ser lo que quiera ser».

Respecto a la promoción internacional, Turismo Andaluz lleva a cabo un completo programa de acciones por todo el mundo a través de ferias, congresos, reuniones y actividades con el fin de consolidar a la región como un destino de calidad con visitantes todo el año y que reviertan positivamente en la economía de cada provincia. En este sentido, Bernal destaca el «Programa Integral de Conectividad Andalucía» para descentralizar las comunicaciones aéreas, atraer más y mejores rutas en todos los aeropuertos e impulsar la llegada de vuelos directos con mercados de larga distancia. Para el consejero, «la conectividad es una base fundamental del negocio turístico» y señala con preocupación «la conexión interna entre territorios de Andalucía con trenes de alta velocidad», un asunto en el que ya trabajan desde la entidad.

Verano récord con cifras que superan todos los registros

► **Un verano récord. Eso es lo que se espera en la temporada estival en la región. Una de cada cinco reservas que se realicen en España se llevará a cabo en Andalucía entre los meses de julio y septiembre. Se espera la llegada de 11,5 millones de turistas, 20,7 millones de pernoctaciones (11 millones nacionales y nueve internacionales), 31.500 vuelos en los aeropuertos de la comunidad autónoma y unos ingresos turísticos que superen los 8.500 millones de euros.**

Reino Unido, Francia y Alemania, por este orden, son los países que más turistas emiten a la comunidad. Al resto de países europeos le siguen los turistas estadounidenses, de Oriente Medio y de Asia y el Pacífico. En este contexto, Bernal ve como prioritario «trabajar de forma intensa en mercados como el de Asia y el Pacífico porque entre los años 2030 y 2035 serán los que más van a crecer». Según ha adelantado, «son los mercados de oportunidad» donde van a realizar planes de actuación y promoción «muy concretos» en los próximos ejercicios.

Digitalización

Otra de las claves del éxito de Turismo Andaluz es su apuesta decidida por la digitalización. De hecho, cuentan con un hub de innovación turística, Andalucía Lab, en el que reúnen todas las técnicas y herramientas que las empresas e instituciones deben manejar para generar un modelo de negocio de turismo sostenible y basado en la innovación y la gestión de los datos. «Nuestro objetivo es adelantarnos y para ello es imprescindible el tratamiento de los datos, el análisis y la innovación en la tecnología y en la gestión», explica el consejero de Turismo, que, a modo de ejemplo, enumera algunas de las acciones que llevan a cabo como «la incorporación del dato en todas las disciplinas relacionadas con esta industria, en aplicaciones tecnológicas y en criterios de sostenibilidad, la transferencia de conocimientos entre los sectores público y privado o el marketing digital inteligente» mediante el análisis de tendencias como los viajes en solitario o los nuevos soportes de promoción o la realidad virtual y aumentada.

En definitiva, Turismo Andaluz se ha hecho con el galardón gracias a los resultados de un trabajo que tiene como pilares la planificación, la gestión público-privada, la internacionalización y la apuesta por la innovación y la digitalización. «Hay que tener en cuenta que Andalucía es el principal destino del sur de Europa en capacidad y en términos de calidad-precio de su oferta y los mercados del continente son nuestros primeros clientes, pero tradicionalmente los emisores lejanos han sido muy relevantes para la comunidad y deben volver a tener peso», concluye Bernal, que señala como primordial intensificar el trabajo a largo plazo de la empresa pública en el mercado asiático para «tener una posición de ventaja» en el futuro.



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Carmen García Galán y Pepe Lugo

MadRural La sorpresa más auténtica de Madrid

La Comunidad de Madrid recibió el galardón por su exitosa campaña de promoción de las zonas rurales de la región

Después del parón de la pandemia, las ganas de viajar se han disparado. Y no hace falta esperar a las vacaciones de verano para disfrutar de pequeñas escapadas. Buena prueba de ello es el impulso de la Comunidad de Madrid como uno de los destinos más buscados de nuestro país tanto por los viajeros nacionales como internacionales. Parte de la «culpa» de ese éxito reside en la variedad de la oferta que propone, ya que, más allá de la capital, la región sorprende por una diversidad de paisajes y de planes aptos para los visitantes más exigentes. Buen ejemplo de ello es MadRural, un proyecto que agrupa la rica oferta turística rural de cuatro áreas de la Comunidad de Madrid: la Sierra Norte, la Sierra Oeste, la zona de Las Vegas y la Alcarria y Sierra de Gua-

darrama. Naturaleza, patrimonio histórico, cultura, ocio e infinidad de experiencias turísticas se dan la mano en este proyecto que ha logrado promocionar con gran éxito la cara más desconocida y natural de Madrid, razón que le ha hecho merecedora del Premio a la campaña de promoción por dar a conocer las distintas zonas de la región, un galardón que recogió Carmen García Galán, jefa de área de Oficinas de Turismo de la Subdirección General de Promoción Turística.

MadRural pone en valor el Madrid que no se espera el viajero con la participación de más de cien municipios

«Sin duda ha sido una enorme alegría recibir este reconocimiento por la puesta en marcha, hace dos años, del producto turístico MadRural. El premio reconoce el esfuerzo de los pueblos y las comarcas turísticas de la región, ya que es un proyecto que surge de ellos y que desde la Dirección General de Turismo y Hostelería hemos apoyado desde un primer momento y hemos tratado de darle la mayor visibilidad posible», asegura el consejero de Cultura, Turismo y Deportes de la Comunidad de Madrid, Mariano de Paco Serrano.

La campaña MadRural pone en valor una cara muy desconocida de la Comunidad de Madrid para el turista. «MadRural, “el Madrid que no te esperas”, integra la oferta de más de 100 municipios madrileños. Se trata de pueblos, algunos de ellos muy pequeños, que cuentan

con una oferta natural, gastronómica, cultural y patrimonial muy atractiva y que muchos turistas aún desconocen. Madrid es una de las principales áreas metropolitanas de Europa y también alberga dos Reservas de la Biosfera, el Parque Nacional más visitado de la Península Ibérica o el Hayedo de Montejo, que es Patrimonio Natural por la Unesco. La oferta de turismo activo y de naturaleza de nuestros pueblos es inabarcable: deportes náuticos, cicloturismo, senderismo, escalada, deportes de invierno o turismo ornitológico, entre otros», recuerda el consejero.

Exitosas cifras

Gracias a esta iniciativa, en poco tiempo se está generando un conocimiento muy amplio en el mercado turístico de las cuatro comarcas turísticas madrileñas y de sus recursos. Además de los espacios naturales se está dando a conocer la oferta enogastronómica como, por ejemplo, la veintena de bodegas visitables madrileñas y la gastronomía tradicional, o museos tan singulares como el de Picasso de Buitrago del Lozoya, el de los Tercios Españoles en Villarejo de Salvanés, el de Ulpiano Checa en Colmenar de Oreja o la Estación Espacial de Madrid NASA en Robledo de Chavela. «Se trata de una campaña muy ambiciosa. Nunca se había realizado una promoción tan importante de la oferta de turismo rural de la Comunidad de Madrid. Incluye acciones de marketing digital, branded content, viajes de familiarización de operadores turísticos, activaciones en centros comerciales, etc.», reconoce Mariano de Paco Serrano.

Dado los buenos resultados, el consejero madrileño asegura que «nuestro objetivo es dar continuidad a esta campaña para obtener mejores resultados, pero sobre todo seguir apoyando a los destinos rurales de la Comunidad de Madrid para que sigan mejorando su oferta. También seguiremos poniendo en valor los productos agroalimentarios, la creación de productos e itinerarios accesibles y desarrollaremos herramientas digitales que apoyen su promoción turística, etc. No obstante, el mayor reto es definir nuevas experiencias sostenibles y visibilizar y favorecer la comercialización de aquellas otras que pequeños empresarios ya vienen desarrollando y que nadie espera que en Madrid puedan disfrutarse, como talleres de apicultura, actividades de micología, visitas a ganaderías, observación de estrellas, vistas a campos de lavanda, entre otros».

Eje transversal de la nueva legislatura

► Desde un punto de vista promocional en la Comunidad de Madrid siguen trabajando para posicionar la región como un gran destino vacacional de larga estancia para mercados nacionales e internacionales. «Las ofertas gastronómicas, las agendas culturales y de ocio, las ofertas de turismo familiar, de turismo activo y deportivo son cada vez mayores y más competitivas. «Madrid ya no es un destino de paso y de estancias cortas. Estamos reposicionando a la región como un gran destino turístico que destaca por su oferta cultural y su estilo de vida, uno de los destinos que más rápido está evolucionando en el tablero internacional y que atrae a un viajero de calidad cada vez más internacional», asegura Mariano de Paco Serrano.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - DESTINOS

Castilla-La Mancha Destino de cine que bate récords de visitantes

Premio a la Campaña de promoción turística, basada en los escenarios más icónicos de la región, que atrapa a millones de viajeros



KIKO HURTADO

Félix Ramiro entregó el galardón a Emiliano García-Page junto a Arturo Bernal y Pepe Lugo

El turismo vive un año de bonanza. También en el interior, gracias a destinos tan punteros como Castilla-La Mancha. No es de extrañar, ya que se trata de una región de cine, tal y como reza su exitosa campaña de promoción turística, que ha sido reconocida durante la última edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN por su excelencia y buenos resultados y cuyo galardón entregó el diseñador Félix Ramiro a Emiliano García-Page, presidente de Castilla-La Mancha.

«Es un reconocimiento al que damos mucho valor, porque precisamente lanzamos nuestra campaña de promoción turística para poner el foco y la mirada nacional e internacional de los turistas en Castilla-La Mancha, como oferta

de calidad diferenciada, que apuesta claramente por la sostenibilidad, y una buena combinación de riqueza patrimonial, natural, cultural y gastronómica. El reconocimiento de LA RAZÓN supone sin duda un buen broche de oro para nuestra campaña», asegura García-Page.

La industria audiovisual es un reclamo muy potente para promocionar un destino. Favorece un fuerte impacto y genera una gran capacidad de atracción para aquellas personas que reconocen escenarios y emplazamientos de sus series y largometrajes favoritos, y quieren conocerlos de primera mano. Es, además, un gran escaparate universal. «En Castilla-La Mancha hemos apostado por diversificar los distintos canales de promoción, impulsando a su vez la

actividad que realizamos desde la Castilla-La Mancha Film Commission para la atracción de rodajes, ofreciendo una amplia diversidad de localizaciones y escenarios que nos hacen ser muy atractivos. Contamos con más de 1.000 localizaciones y una potente Red de Municipios de Cine, que cuenta con más de 350 municipios adheridos. Esa combinación de atraer nuevos rodajes a Castilla-La Mancha, y promocionar a la vez nuestros principales recursos turísticos con el cine y la industria audiovisual como hilo conductor, nos permite hacerlo para todos los públicos en distintos formatos, de manera actual, original y atractiva», reconoce el presidente de Castilla-La Mancha.

El turismo es una de las grandes industrias de esta región, razón para que se convierta en un eje cla-

ve en la política manchega. «Voy a continuar fijando la mirada en los próximos años en el turismo para seguir consolidando las cifras récord que estamos viviendo en los últimos tiempos. Es además uno de los sectores estratégicos que reconocimos en plena pandemia. Estamos apostando fuerte por el turismo a través de grandes inversiones, tanto desde el punto de vista público, como con nuevos proyectos de inversión internacional, que van a impactar de lleno en un mejor comportamiento del sector. Me refiero a la inversión que va a realizar Toroverde en Cuenca, o a la que en su día realizó Puy du Fou en Toledo, que sigue apostando claramente por la expansión del parque», añade García-Page.

Gracias a todo ello, los resultados en materia turística están siendo muy positivos para Castilla-La Mancha. «El año pasado conseguimos cerrar el ejercicio con récord absoluto en la demanda turística, con más de 5,4 millones de pernoctaciones, y este año hemos arrancado con mejores perspectivas: en los cinco primeros meses

La región ofrece gran diversidad de localizaciones muy atractivas para la industria audiovisual

Más de 350 localidades están adheridas a la red de municipios de cine, lo que atrae a importantes rodajes

Grandes expectativas para cerrar el año

►«Si todo evoluciona según lo previsto, y no hay ninguna sorpresa como la pandemia, que frenó en seco en 2020 el récord tras récord que en materia turística íbamos consolidando año tras año en nuestra región, estamos ante el mejor verano y el mejor año de la historia del turismo en Castilla-La Mancha», augura Emiliano García-Page, presidente de Castilla-La Mancha.

del año hemos superado, por primera vez en la historia, los dos millones de pernoctaciones, con un mes de mayo de récord en materia de turismo rural, y hemos sido la comunidad autónoma con mayor crecimiento acumulado anual en viajeros y pernoctaciones, en turismo rural. En lo que respecta al turismo hotelero, ha sido igualmente el mejor mes de mayo de la historia en Castilla-La Mancha, con un gran comportamiento en la demanda internacional. Estoy muy satisfecho con la magnífica acogida y crecimiento del turismo en Castilla-La Mancha, la confianza que trasladamos como destino y la implicación de toda la cadena de valor del sector del turismo, que es muy amplia, como sabemos, para hacerlo posible», afirma García-Page.

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Carmen Pita y Pepe Lugo

Ante el reto de la dorada Década Xacobeá

► El Camino de Santiago es un elemento estratégico para Galicia, y muy especialmente teniendo en cuenta que está ahora inmersa en la Década Xacobeá, ya que celebrará dos años santos más en 2027 y 2032. Y esta sigue batiendo récords, ya que los peregrinos que han llegado en este 2023 a Santiago ya superan en un 16% a los caminantes que sellaron su Compostela el año pasado, un Xacobeo en el que se rompieron todos los récords. En total y hasta el pasado dos de julio han sido 181.676 personas las que han llegado a la capital de Galicia, con un importante aumento de los viajeros procedentes del extranjero.

por el turismo musical y cultural es clara y le vamos a dar continuidad. Además de situar a Galicia en el mapa nacional e internacional, el turismo de musical y de festivales es un pilar en la recuperación del sector cultural y turístico que, además, nos ayuda a situar a Galicia como un destino de calidad», añade Rueda.

Ahora mismo «tenemos la oportunidad única de aprovechar los fondos europeos para diseñar una oferta turística atractiva en muchos ámbitos, y lo estamos haciendo. Por ejemplo, a través del Plan Xacobeo Next Generation, con el que rehabilitamos y ponemos en valor nuestro patrimonio. Pero además nos hemos dotado de otros planes para seguir aprovechando las grandes potencialidades de Galicia, como su costa, su cocina o su termalismo. De hecho, para cada uno de estos atractivos, tenemos un plan: el Plan del litoral, el Plan enogastronómico de Galicia y el Plan de cascos históricos y villas termales», asegura Rueda, quien destaca que «nuestra tierra es todo eso y mucho más. Es el conjunto de todas esas cualidades las que hacen que Galicia sienta bien, como señala nuestra campaña turística. Por eso, animo a todos los visitantes a que vengan y lo comprueben en persona. No se arrepentirán».

Galicia Cuando la música se convierte en un revulsivo cultural

La Xunta de Galicia recibió el Premio por la promoción del turismo cultural debido a su firme apuesta por la cultura y los festivales musicales

Hace años que la música se convirtió en un reclamo turístico de primer nivel, haciendo de ello una razón de peso para descubrir nuevos destinos, sobre todo en la época estival. Consciente de ello, la Xunta de Galicia ha puesto toda la carne en el asador para atraer al viajero ávido de nuevas experiencias musicales a través de una oferta cultural de calidad. Por ello, la Xunta de Galicia ha sido merecedora del Premio a la promoción del turismo cultural, estatuilla que recogió Carmen Pita, directora de Promoción de Turismo de Galicia.

«Recibimos este galardón como se reciben todos los premios: con una mezcla de orgullo y humildad»,

asegura Alfonso Rueda, presidente de la Xunta de Galicia.

«Con orgullo porque se reconoce el gran trabajo realizado a nivel musical, con los conciertos del Xacobeo, a los que asistieron más de 1,1 millón de espectadores y que, por cierto, llegaron a gran parte del territorio, con actuaciones programadas en 70 ayuntamientos. Y también a nivel cultural, donde Galicia es un referente consolidado, con el Camino de Santiago como máximo exponente. Pero, como decía, también recibimos el premio con humildad. La humildad de saber que la exigencia no se rebaja, más bien al contrario, se eleva. Y en ello estamos trabajando», añade el presidente de la Xunta de Galicia.

El año pasado Galicia recibió 6,5

millones de turistas con 12,5 millones de pernoctaciones. «Fueron cifras de récord», recuerda Rueda, quien hace hincapié en que «lo bueno es que, a estas alturas del año, ya estamos batiendo las cifras del mismo periodo del año anterior. Es decir, estamos registrando datos históricos. Está claro que Galicia está de moda y aspiramos a seguir consolidando esa tendencia, pero siempre bajo la premisa de la sostenibilidad y el sentidoño, como decimos los gallegos».

Para alcanzar esa meta, la promoción de la cultura y de la música se presentan como un reclamo en el que Galicia tiene mucho que ofrecer, pues atrae a viajeros de todos los puntos de nuestro país, pero también de lejanos lugares del planeta. «La apuesta de Galicia

La música es un pilar en la recuperación del sector cultural y sitúa a Galicia como un destino de calidad

«Nuestra tierra sienta bien, por eso animo a todos a que lo comprueben en persona», dice Rueda

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - DESTINOS

Margarita del Cid: «Somos el origen de cómo entendemos el turismo hoy»

Premio al compromiso con el turismo. La regidora de Torremolinos cuenta con una larga trayectoria al frente de instituciones que han transformado el sector



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Margarita del Cid y Pepe Lugo

Desde el inicio de su carrera política, Margarita del Cid siempre ha estado vinculada de una forma u otra al turismo. Ha ostentado, entre otros cargos, el de presidenta de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental, vicepresidenta primera de la Diputación de Málaga y alcaldesa de Torremolinos, puesto que ocupa desde 2021. Siempre ha tenido clara su vocación de impulsar el sector y ha ayudado a su modernización no solo en esta localidad, sino en toda la provincia. Por su trayectoria, la actual alcaldesa de Torremolinos recibió el Premio al compromiso con el turismo de LA RAZÓN. Del Cid concibe este galardón como «un premio a Torremolinos y a su especial

relación con el turismo». Asimismo, la regidora señala que «ser alcaldesa de Torremolinos pasa por ser también una gestora implicada con la principal industria de nuestro país y de nuestra ciudad, ya que somos el origen del paraíso, de cómo entendemos el turismo hoy y que tantas oportunidades y empleo han generado en nuestra tierra».

Sus primeros pasos como responsable público los da en Torremolinos, un municipio fuertemente vinculado a la industria turística, lo que explica esta especial relación, que luego se afianza con otras responsabilidades a nivel provincial en la Diputación de Málaga. De hecho, entre 2011 y 2019, Margarita del Cid ostentará la presidencia de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del

Sol Occidental, que tiene entre sus funciones coordinar la acción promocional de los once municipios que conforman el litoral occidental de Málaga. De este periodo, la actual alcaldesa de Torremolinos destaca un «cambio de estrategia» que consistió en aunar esfuerzos para presentar el destino Costa del Sol como «un único destino». Ese mismo enfoque lo desarrollará después en la Diputación de Málaga, en la que ostenta la vicepresidencia primera desde 2019 a 2023, teniendo también la competencia de ser consejera delegada de Turismo y Planificación Costa del Sol. Durante estos años se refuerza el concepto de un solo destino turístico, de tal forma que la Costa del Sol empieza a englobar toda la provincia de Málaga. Respecto a las medidas que se deben

Apuesta por la digitalización del sector en Málaga

► Margarita del Cid apuesta por el uso del big data, la inteligencia artificial y los resultados que se obtienen al analizar las plataformas digitales para «actualizar constantemente» las estrategias de promoción. Según explica la regidora, «permite tener una precisión quirúrgica» para satisfacer de una forma rápida los cambios y evoluciones del mercado.

tomar próximamente en la Costa del Sol, del Cid considera que es urgente «mejorar la movilidad en la A-7» para que sea más fácil moverse entre municipios y aprobar «un Perte turístico que permita potenciar a aquellas ciudades y pueblos que dedican muchos recursos» a este sector. «El tren litoral, la mejora del Cercanías, y una política menos recaudatoria respecto a los peajes en las autopistas puede ser una primera piedra de toque, que continúe con una apuesta constante por un transporte más sostenible», añade.

Por otro lado, desde diciembre de 2021, ostenta la alcaldía de Torremolinos, municipio líder en número de plazas hoteleras y alojativas, que superan las 45.000. Mes a mes, Torremolinos se ha ido consolidando como punta de lanza de la recuperación del sector, logrando en 2022 volver a la cifras récord de un millón de visitantes y cinco millones de pernoctaciones.

Como retos de futuro, la alcaldesa de Torremolinos trabaja en el «posicionamiento estratégico de esta ciudad como municipio turís-

Del Cid ha sido partícipe del cambio de estrategia para promocionar la provincia de Málaga

La regidora pone el foco en los fondos europeos para «renovar y repensar» el modelo de ciudad

tico, de forma que los fondos europeos supongan una oportunidad para renovar y repensar la ciudad. A este respecto, advierte de que los fondos son necesarios para culminar «la reforma integral del paseo marítimo y el soterramiento de un tramo de una de las principales vías» de Torremolinos.

Igualmente, Del Cid apuesta por impulsar desde el ámbito municipal y en colaboración con otras administraciones, la regeneración urbana de Torremolinos, tomando como ejemplo los criterios de sostenibilidad y eficiencia energética que ya se trabajan desde el propio sector turístico y consciente de que esos avances suponen por sí un atractivo para aquellos mercados emergentes que buscan lugares sostenibles y con una mayor conciencia medioambiental.



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Amalia López y Pepe Lugo

Roquetas de Mar Un referente «indiscutible» en el turismo nacional

Premio al mejor destino de costa. El municipio almeriense alberga algunas de las playas más buscadas y cuenta con un plan turístico sostenible

Cuando un destino se convierte en uno de los más buscados en España significa que reúne tres requisitos indispensables: belleza, calidad en los servicios que ofrece y el fenómeno del «boca a boca» de aquellos que ya lo han visitado y sienten la necesidad de volver y compartir sus experiencias. Es lo que ocurre con las playas de Roquetas de Mar. Según el análisis realizado por la agencia SEO Eskimoz, son las segundas más buscadas en la red. Y no es de extrañar, pues el destino almeriense está compuesto tanto por extensas playas de grava, arena y bolos como de pequeñas calas de película. El enclave cuenta con entornos naturales de aguas cristalinas entre las que destacan las playas de la Bajadilla, de Aguadulce, de la Ro-

manilla o de la Serena. Además, dada su extensión, con más de cien mil habitantes, esta localidad cuenta con todos los servicios necesarios para disfrutar del destino durante todo el año, lo que le ha hecho ser merecedora del Premio al Mejor destino de costa, estatilla que recogió Amalia López, concejala del Ayuntamiento.

Gabriel Amat, alcalde de Roquetas de Mar, agradece el Premio al mejor destino de costa otorgado por LA RAZÓN y asegura que el galardón es para la localidad «el reconocimiento a muchos años de trabajo para conseguir ser un referente indiscutible del turismo de sol y playa» en España. «Son muchas las personas implicadas en el mantenimiento de nuestro litoral los 365 días del año y que nos lo reconozcan indica que estamos en el buen camino», recuerda.

La temporada de playas comienza al inicio de la Semana Santa y se extiende hasta el 15 de octubre, aunque dado el buen clima del que goza el resto del año y las diferentes actividades culturales, al aire libre y deportivas que se pueden realizar, la temporada turística nunca cesa.

Entre los principales reclamos se encuentran el festival de música urbana «Salinas Sound», que en su segunda edición «ha sido todo un éxito en el que más de 10.000 almas han disfrutado del festival», resaltan desde el consistorio, con artistas como Arcángel, Les Castizos,

Playas con calidad certificada

►Roquetas de Mar no solo debe ser un imprescindible en nuestra lista de destinos para visitar por la belleza de su zona costera, sino porque es una apuesta segura en todos los sentidos. Según los últimos datos, seis playas cuentan con el distintivo de «Bandera Azul», la «Q» de calidad y

la «S» de sostenibilidad. Además, a las seis playas (Bajadilla, Las Salinas, La Romanilla, Urbanización y Playa de la Serena), se le suman otras tres más (Ventilla, Los Bajos y Cerrillo) con los distintivos de las banderas «Ecoplayas», «ISO 9001» y «Turismo Roquetas».

Flaca, Bad Gyal o Ptazeta; el «Festival Maremusicum», con dos décadas de trayectoria y una apuesta constante por ofrecer las más destacadas agrupaciones e intérpretes en el ámbito de la música antigua de España; o el programa «A Pie de Calle», que cuenta con más de 150 actividades gratuitas –teatro, magia, cine, música, mercados, circo, entre otras– repartidas por espacios públicos y plazas en julio y agosto. Sobre estas actividades, Amat insiste en que «son las que están programadas», pero en Roquetas de Mar «cada cual puede organizar una ruta diferente porque hay mucho que ver y una riqueza natural que conocer a pie, en bicicleta o buceando».

Todo el año

El municipio cuenta con otras atracciones turísticas visitables todo el año como el Castillo de Santa Ana, una obra arquitectónica que data del siglo XIV y que fue reconstruido en 1997; el Aquarium Costa de Almería, que está diseñado siguiendo el ciclo del agua; el Aula del Mar, para conocer de cerca el apasionante mundo de los océanos y su relación con el municipio; la Plaza de Toros; los campos de golf, como el de Playa Serena; o el centro comercial Gran Plaza. Así, Amat explica que el municipio «ha encaminado muchas acciones a desestacionalizar el turismo» con el fin de mantener esta actividad que sustenta, junto a la agricultura, la economía local.

Otra de las características de este municipio es su apuesta por la sostenibilidad. «Llevamos años siendo conscientes de la necesidad de una gestión eficiente y ambientalmente sostenible de los arribazones de posidonia y algas a lo largo de los 16 kilómetros de playas del término municipal», afirma el alcalde para insistir en la nueva metodología que se está llevando a cabo –respetuosa con el entorno y que evita la pérdida de arena cuando se retiran las algas– de cribar y separar la materia orgánica y los residuos minerales recogidos en las playas. Con los restos vegetales se produce compost para la agricultura y la arena se utiliza para la regeneración de las playas en situación vulnerable. Este proyecto, que se lleva a cabo junto a otros de reciclaje y economía circular, tiene el objetivo de convertir al municipio en un enclave respetuoso con el mundo. Todo ello, además de las excelentes conexiones por carretera con el resto de Andalucía y su cercanía al aeropuerto de Almería, consolidan a Roquetas como la mejor opción vacacional.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - DESTINOS

Chiclana de la Frontera Un paraíso andaluz que cuida de su entorno

Premio al Mejor destino sostenible nacional. Cuenta con un modelo de ciudad de bajo impacto y donde los recursos naturales se mantienen inalterables

El turismo sostenible es un tema que está en boga, pero cumplir con todos los requisitos para alcanzar este hito requiere de planificación, respeto por el medio ambiente y de una gestión por parte de las instituciones y empresas que impulse la economía local a través de la diversificación, la cultura y el bienestar de sus residentes. En este sentido, el municipio gaditano de Chiclana de la Frontera, galardonado con el Premio al mejor destino sostenible nacional, lleva más de tres décadas apostando por un modelo de bajo impacto y en donde los recursos naturales se mantienen inalterables. En la actualidad, Chiclana cuenta con una de las mayores ofertas hoteleras de España: establecimientos de cuatro y cinco estrellas con casi 12.000

camas, 100.000 plazas de turismo residencial y cinco campos de golf junto a la increíble playa de La Barrosa. A este respecto, el alcalde de Chiclana, José María Román, recuerda que el modelo turístico de Chiclana «es uno de los más acertados de España en cuanto a las

construcciones hoteleras, con protección del sistema dunar y espacios verdes». Si se compara con otras zonas turísticas, «se constata que aquí se ha apostado por una baja edificabilidad y se prima más la calidad ambiental que la ocupación del territorio en

cuanto a edificabilidad», asegura el alcalde de Chiclana.

En este contexto, el ayuntamiento de este municipio de 90.000 habitantes –que se incrementa hasta los 250.000 en verano– lleva a cabo un plan estratégico en el que la prioridad son sus vecinos y la sostenibilidad ambiental, económica y social. Entre muchas de las iniciativas desarrolladas destaca la cohesión del casco urbano y la zona urbana de la costa. Según explica Román, «se estaban generando dos núcleos diferenciados, por lo que hemos trabajado en su cohesión a base de nuevas avenidas urbanas, creando la sinergia económica correspondiente». Además, con el objetivo de fortalecer esta «única ciudad», desde el consistorio se han puesto en marcha un conjunto de proyectos culturales, deportivos y sociales para

Un enclave para disfrutar todo el año

►Chiclana de la Frontera, en su apuesta por la diversificación cultural y turística, se ha consolidado como un destino que se puede disfrutar en cualquier época. De hecho, al ser una ciudad que cada año contabiliza una media de un millar de habitantes más, la oferta de ocio se ha dispa-

do. A las fiestas clásicas como la Semana Santa, la Virgen del Carmen o el Carnaval, se suman los multitudinarios conciertos del festival Concert Music, la Noche en Blanco, la Fiesta del Chicharrón, las visitas guiadas por el municipio gaditano o a los nuevos museos, entre otros.

«recualificar» Chiclana. Otros proyectos que se pondrán en marcha próximamente serán la reconversión de la carretera de Las Lagunas en una amplia avenida con acera y carriles bici, el soterramiento de contenedores junto a establecimientos hosteleros de la playa, un plan de digitalización y smart city, la implantación de una zona de baja emisiones en el centro o nuevos espacios públicos en la Alameda del Río.

Otro de los principales hitos conseguidos ha sido acabar con la estacionalidad. «En estas últimas décadas hemos adquirido numerosos terrenos para uso y disfrute de la ciudadanía, así como para ampliar los espacios naturales del municipio. Además, de cara a ampliar la oferta turística más allá del sol y la playa, hemos apostado por la creación de nuevos espacios culturales como el Museo de la ciudad, el centro de interpretación del Vino y la Sal, el centro de interpretación del yacimiento fenicio del Cerro del Castillo o los futuros equipamientos culturales de La Longuera y del espacio expositivo de muñecas María Emilia Lira», destaca Román. Asimismo, la oferta de ocio se completa con el Concert Music Festival Sancti Petri –uno de los festivales más aclamados de la temporada estival–, las rutas románticas, napoleónica y fenicia, los eventos de Tosantos

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, José María Román y Pepe Lugo

La localidad desarrolla un plan sostenible para cohesionar el casco urbano del centro y la zona de la costa

o el Carnaval y una magnífica oferta gastronómica en la que se cuele, incluso, el chiringuito «más sofisticado de España», según la revista «Condé Nast Traveler».

La ciudad, que cuenta desde el año pasado con el galardón de «Excelencia Turística de Andalucía», continúa trabajando en la implementación de políticas y prácticas que equilibren el desarrollo turístico con la preservación de sus recursos para garantizar un turismo sostenible y beneficioso a largo plazo con un paquete de inversiones que roza los 60 millones de euros. El objetivo del ayuntamiento es realizar «una importante transformación» para una ciudad que, en palabras del alcalde, tendrá el «mayor núcleo población» de la Bahía de Cádiz y será la tercera de la provincia.

Para MSC Cruceros la palabra sostenibilidad significa proteger el medio ambiente, apoyar a las personas que trabajan y que eligen viajar con ellos, así como a las comunidades y lugares que visitan y con los que hacen negocios. Bajo esa filosofía, su programa de sostenibilidad se organiza en torno a cuatro pilares clave: Planeta, Personas, Lugares y Contrataciones. Esto se traduce en un impulso para mejorar continuamente el desempeño ambiental de su flota; para cuidar a todos sus empleados y promover la diversidad y la inclusión; trabajando para asegurar que su impacto en las comunidades costeras a las que llega siga siendo positivo; y el abastecimiento de los productos y servicios que compran sea responsable.

Por todo ello, MSC Cruceros ha sido merecedor del Premio a la sostenibilidad turística durante la última edición de los Premios Tu-

MSC Cruceros Pionera en sostenibilidad sobre el mar

La naviera recibió el reconocimiento como la empresa más sostenible del sector turístico

rismo de LA RAZÓN, un galardón que recogió Fernando Pacheco, director general de MSC Cruceros, durante la gala celebrada el pasado jueves en Málaga.

«Sin ninguna duda, es todo un orgullo para nosotros. Este premio es más que un reconocimiento a la empresa más sostenible del sector, pues es también un reconoci-

miento a todo el trabajo y esfuerzo que desde el equipo humano de MSC Cruceros venimos haciendo desde hace muchos años para reducir el impacto medioambiental y preservar la riqueza de nuestros océanos. Este premio nos va a impulsar aún más si cabe para seguir invirtiendo en tecnología y en la búsqueda de nuevos combustibles», aseguró Pacheco durante su discurso de agradecimiento.

Compromiso

En MSC Cruceros reconocen la importancia vital del medio ambiente y de un planeta sano y viable, «y por eso creemos que es importante que asumamos un papel de liderazgo y hagamos de nuestros compromisos de sostenibilidad un elemento clave de nuestro discurso con los consumidores y la sociedad en general», detalla Pacheco. Sin ir más lejos, el pasado mes de junio inauguraron su último barco, MSC Euribia, que se ha convertido en el primer crucero en completar un

viaje con cero emisiones netas de gases de efecto invernadero, todo un hito para el sector. «Por tanto, esto es una firme prueba de que en MSC Cruceros cumplimos lo que prometemos cuando hablamos de ser más sostenibles y que demostramos nuestro compromiso con el despliegue de combustibles renovables y medidas de transición energética. Y es ahí donde creo que marcamos la diferencia. De hecho, para realizar el primer viaje de MSC Euribia compramos 400 toneladas de biocombustible, convirtiéndonos así en la primera compañía de cruceros en comprar bio-GNL como fuente de combustible con un ciclo de vida de reducción de emisiones significativo», añade Pacheco.

La situación climática actual ha provocado un aumento en la conciencia ambiental de la población y en la búsqueda de soluciones sostenibles para poder conservar nuestro entorno. Esto es algo que afecta a todos los ámbitos, incluido

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Fernando Pacheco y Pepe Lugo

Es la primera compañía de cruceros que compró bio-GNL como fuente de combustible cero emisiones

el sector turístico, ya que influye tanto en las decisiones que toman tanto las compañías como los clientes. La revolución de la sostenibilidad ya es imparable, pues, tal y como apunta Pacheco, «los viajeros están mucho más concienciados que antes y la gran mayoría tienen en cuenta ciertos factores relativos a la sostenibilidad a la hora de viajar. De hecho, según los resultados de nuestra primera "Radiografía del viajero actual: preferencias y su relación con los cruceros", alrededor de un 53% de los españoles da mucha importancia a su huella ecológica durante sus viajes y cada vez intenta prestarle más atención, eligiendo formas de transporte o alojamientos más sostenibles». Por ello, añade, «en MSC Cruceros nos sentimos muy orgullosos de ser pioneros con la implantación de nuevas políticas que hacen del turismo una actividad más "verde". Los barcos impulsados con bio-GNL ya son una realidad para nosotros y ahora estamos trabajando en nuevos combustibles, como el hidrógeno líquido, que está ya en los planes de los futuros barcos que se construirán bajo nuestra nueva marca Explora Journeys».

Electrificación de los barcos para seguir innovando

► En lo que respecta a la electrificación de los barcos, «también estamos apostando firmemente por ello y empieza a ser también una realidad que ya tenemos en más del 70% de nuestra flota. De hecho, el año pasado, dos de los barcos de la flota de MSC Cruceros

utilizaron la conexión eléctrica local por primera vez: MSC Virtuosa, en Reino Unido, en la nueva terminal de cruceros Horizon del puerto de Southampton, y MSC Poesia en Rostock -Warnemünde, en Alemania», recuerda Fernando Pacheco.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - CRUCEROS

CroisiEurope Exclusivos cruceros fluviales en Europa, Asia y África

Premio Mejor compañía de cruceros fluviales de Europa en reconocimiento a los 40 años de historia de esta empresa familiar



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Tomás Fernández y Pepe Lugo

Los cruceros fluviales son una opción cada vez más demandada por los turistas, que buscan en esta opción una manera diferente de recorrer y conocer a fondo diferentes ciudades conectadas por los grandes ríos navegables del mundo. CroisiEurope ofrece estos servicios, además, con el gran bagaje que supone los 40 años de historia que atesora esta compañía. «Somos una de las empresas de cruceros fluviales más antiguas del mundo, pero eso no impide que nuestros barcos sean de los más modernos», recordó Tomás Fernández, director comercial de CroisiEurope en España y Latinoamérica, al recoger el Premio a la Mejor compañía de cruceros fluviales de Europa durante la XII edición de los Premios Turismo.

CroisiEurope nació en Estrasburgo, a orillas del Rin. Gerard Schmitter, fundador de la empresa y abuelo de la familia que actualmente preside la compañía, tenía un restaurante a orillas del río, y pensó en llevar a los clientes en barco hasta su establecimiento. Tal fue el éxito de esta iniciativa que comenzó a servir la comida en el barco, y de ahí a ofrecer también pasar la noche en los camarotes. Hoy CroisiEurope es una de las principales compañías navieras del mundo y, como afirma Fernández, «llegamos a destinos donde ninguna otra naviera puede navegar», gracias a que sus barcos cuentan con los más innovadores sistemas de navegación y a que su diseño les permite navegar con muy poca agua.

CroisiEurope cuenta, además,

con un altísimo grado de satisfacción entre sus clientes. Según Fernández, «ofrecemos una experiencia a bordo de mucha calidad y muy reconocible para nuestros clientes, que repiten con nosotros en un 80%».

Vivir el destino

Unido a esto está la experiencia de poder visitar las ciudades de los circuitos con más calma, pues en muchos casos se pasan varias noches en el mismo destino y los visitantes pueden conocer a su ritmo cada rincón de las ciudades. «En nuestros cruceros lo interesante es el destino, no el barco. Además, llegamos a las ciudades por los ríos, en torno a los cuales se han levantado históricamente los asentamientos, por lo que podemos decir que estamos en pleno

centro histórico. Esto es un gran beneficio para nuestros clientes, que no pierden tiempo en desplazamientos», comenta Fernández.

En cuanto a las ofertas turísticas, «muchos de nuestros clientes prefieren no contratar visitas organizadas, sobre todo los españoles, pues cuentan con el tiempo suficiente para visitar a fondo y a su ritmo las ciudades que visitamos», confirma. Aunque en el barco los clientes tienen la posibilidad de comer y cenar a bordo, muchas veces estos prefieren sumergirse de lleno en locales autóctonos y vivir una experiencia completa.

No solo Europa

CroisiEurope es una compañía líder en operaciones en el mercado de Latinoamérica. «Somos una de las pocas compañías presentes directamente en el mercado hispanoparlante, esto es en España y todo Latinoamérica, con más de 350 salidas en español a lo largo de todo el año dedicadas a este mercado, lo que nos convierte en una de las más implicadas en atenderlo», destaca Fernández.

«En CroisiEurope diseñamos, construimos y comercializamos nuestros barcos»

«Aunque lo importante es el destino, nuestros barcos están a la vanguardia en innovación y confort»

Barcos diseñados y creados para cada destino

► CroisiEurope es la primera compañía de Europa y la segunda del mundo en número de barcos. «La principal ventaja es que diseñamos y construimos nuestros barcos, lo que nos permite tener naves especiales para cada destino. Por esto, somos únicos en algunos destinos. Por ejemplo, somos los únicos que navegamos el Loira o el Guadalquivir», explica Tomás Fernández.

También cuentan con una amplia oferta de invierno, centrada en los tradicionales mercadillos de Navidad, Año nuevo, etc., de las principales capitales europeas.

Gracias a su importante inversión en innovación, CroisiEurope es capaz de llegar a lugares donde ninguna otra compañía llega, pues ellos mismos construyen y diseñan sus barcos. «Tenemos barcos en los principales ríos de Europa, pero también en Asia, donde operamos en el Río Mekong, por ejemplo, entre Vietnam y Camboya. Somos los únicos en navegar por el Loira, porque hacía falta construir un barco especial con un calado máximo de 80cm, o los únicos en navegar por el Guadalquivir, porque había que construir un barco marítimo-fluvial», concluye Fernández.

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Marianne Bebic y Pepe Lugo

Tivoli Hotels & Resorts Nueve décadas de excelencia hotelera

Premio a la cadena internacional de hoteles por su 90 aniversario.
Esta empresa portuguesa gestiona alojamientos en siete países

Tivoli Hotels & Resorts nació en 1933 con la apertura de Tivoli Avenida Liberdade en el corazón de Lisboa. Lo que una vez fue un hotel en la avenida más famosa de la capital portuguesa, se ha convertido en una firma icónica de hoteles y resorts presente en destinos de todo el mundo. Desde Portugal, los Países Bajos o Brasil hasta Qatar, China o Italia. Y la firma llegará en las próximas semanas a España con la apertura de Tivoli La Caleta Tenerife Resort. Por todo ello, Tivoli celebra con entusiasmo su 90 aniversario ofreciendo a los huéspedes experiencias únicas para crear y recopilar recuerdos bajo la filosofía de vida «slow life», lo que le ha hecho merecedora del Premio a la cadena

internacional de hoteles, un galardón que recogió Marianne Bebic, directora de Marketing de Minor Hotels para Sur de Europa.

Inaugurado en marzo de 1933, Tivoli Avenida Liberdade se convirtió rápidamente en un verdadero icono de la ciudad y un punto de encuentro para celebridades, jefes de estado, actores, artistas y hasta para la realeza.

Con los años, se fue ampliando la marca con la incorporación del Tivoli Palácio de Seteais, un palacio del siglo XVIII en la histórica ciudad de Sintra, y con el cambio de siglo, en 1999, la marca incorporó sus primeros resorts en los principales destinos turísticos del Algarve; En Vilamoura, con Tivoli Marina Vilamoura y su privilegiada ubicación, y en Carvoeiro, con

el espectacular Tivoli Carvoeiro enclavado en un acantilado con espectaculares vistas al mar. Poco a poco en el siglo XXI Tivoli siguió con su crecimiento llegando en 2006 a Brasil, en 2018 a Oriente Medio y en 2022 a Asia.

Una trayectoria reconocida

Para la firma, recibir el Premio a la Cadena internacional por su 90 aniversario es muy especial. «Siempre es un momento muy importante recibir un reconocimiento a una marca que nació en Lisboa hace casi un siglo y actualmente está presente en tres continentes. Tivoli continúa creciendo en nuevos destinos como Holanda, Italia y próximamente España donde. Por supuesto que tiene un significado aún más especial en el

Cada hotel tiene un encanto que lo hace único

► A pesar de pertenecer a la misma cadena, cada hotel tiene su propio programa para ofrecer a los huéspedes lo mejor del verano y lo mejor del destino. Cada uno tiene su propia propuesta de experiencias; durante el primer fin de semana de julio en el Tivoli Palácio de Seteais los invitados disfrutaron de un espectáculo de ballet en los jardines del hotel; en los bares de la azotea en Tivoli Avenida Liberdade (Skybar Lisboa) y Tivoli Carvoeiro (Skybar Carvoeiro) se ofrece el mejor sushi, cócteles y música en vivo para disfrutar todas las noches de verano de Lisboa con la mejor vista de la ciudad y en Carvoeiro con una vista infinita al mar.

año en que la marca celebra su 90 aniversario», reconoció Bebic.

Pero este crecimiento solo tiene sentido si lo sustenta una diferenciación sobre sus competidores: «El ambiente animado y multicultural que caracteriza a la marca hotelera crea una conexión única entre los huéspedes y el destino. Ya sea en Lisboa, São Paulo o Doha, siempre hay un entorno refinado (un vestíbulo, un bar, un restaurante) donde los huéspedes locales e internacionales pueden compartir sus experiencias», aseguran desde la cadena. Además destacan su oferta gastronómica, «como SEEN São Paulo, SEEN Lisboa o Sky Bar Lisboa y Carvoeiro».

De cara al futuro, su principal reto es la celebración de su 90 aniversario con nuevos lanzamientos como el Room 90 y el Tivoli Timeless Tour. El primero consiste en una noche de hotel en una «exquisita habitación diseñada para sorprender y embriagar con detalles únicos disponible en Lisboa, Sintra, Carvoeiro y Vilamoura en Portugal y Ámsterdam». Por su parte, la segunda se trata de una experiencia de 10 noches diseñada a medida para que los huéspedes «disfruten de un viaje de lujo, comodidad y aventura entre los hoteles de cinco estrellas de la marca en Portugal», avanzan.

Tivoli Hotels & Resorts debutará en España con el lujoso Tivoli La Caleta Resort en Tenerife

La marca, que nació en 1933 en Lisboa, está presente en Portugal, Brasil, Países Bajos, China, Qatar e Italia

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - ALOJAMIENTOS



KIKO HURTADO

Carlos Boga recogió el galardón de manos de Pablo Ossorio, de Bodegas Hispano Suizas, junto a Arturo Bernal y Pepe Lugo

LA RAZÓN reconoció la labor de Hotel Las Arenas Balneario Resort galardonándole con el Premio al Mejor hotel de congresos en la Comunidad Valenciana durante la última edición de los Premios Turismo. Carlos Boga, director del hotel, fue el encargado de recogerlo de la mano de Pablo Ossorio, enólogo de Bodegas Hispano Suizas, quien subió al escenario a entregárselo.

«Este premio supone para nosotros un gran reconocimiento al trabajo bien hecho y al esfuerzo que realiza cada uno de los miembros de nuestra plantilla cada día. Sin duda, se trata de un incentivo para continuar con toda nuestra dedicación a conseguir el éxito en los eventos de nuestros clientes», declaró Boga en su discurso.

Datos de récord

Un logro sinónimo de éxito, representado en número de ocupaciones. «Esta temporada estamos batiendo récords. Tuvimos ya una primavera espectacular con ocupaciones por encima del 90%, y hemos cerrado el mes de junio con un 95%. Para julio, tenemos una ocupación por encima del 92% de nuestra capacidad y agosto se prevé también que sea un muy buen mes», adelanta.

¿Cuál es el próximo reto de Hotel Las Arenas Balneario Resort? Carlos Boga habla de su apuesta por la sostenibilidad. «Continuar avanzando en términos de sostenibilidad de la mano de Hoteles Santos y del Comité de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa y, por supuesto, mantener el nivel de satisfacción de nuestros clientes, sorprendiendo cada día con nuestros servicios e instalaciones», reconoce el director del hotel. Un plan creado en marzo de 2022 con el objetivo de dar un marco común a todas las acciones que se han venido haciendo a lo largo de su historia.

Entre las medidas principales, Boga destaca las mejoras en la iluminación, el uso de paneles solares, el cambio por «amenities» ecológicos, la eliminación y sustitución de los plásticos de un solo uso, el cálculo y la compensación de nuestra huella de carbono; la apuesta por los productos gastronómicos de Km 0 o la creación de un «rincón sostenible» en su espacio de cafetería.

Sin duda, paso a paso Hotel Las Arenas Balneario Resort lleva dos décadas consolidándose entre los mejores alojamientos de la comunidad valenciana y, ahora, suma un logro más entre los hoteles de congresos.

Hotel Las Arenas Balneario Resort

Una estancia de historia y recuerdos

Premio al Mejor hotel de congresos en la Comunidad Valenciana, pone el foco en su apuesta por el avance en términos de sostenibilidad

La sociedad más selecta de Valencia del siglo XIX acudía recurrentemente a un lugar relajante, especial y balsámico para su tiempo de ocio. Un espacio conocido, en aquella época, como el antiguo Balneario Las Arenas que ofrecía a sus visitantes baños de ola y de mar caliente que mejoraba la salud de aquellos que padecían traumatismos, artritis y enfermedades nerviosas.

Siglos más tarde, el espacio cobró una segunda vida con la creación del Hotel Las Arenas Balneario Resort. Un alojamiento que aún guarda parte de sus antiguas columnas y que sirve de estancia y festejo para sus huéspedes. «El antiguo complejo tenía un pabellón con restaurante sobre el mar, un American Bar, “grillroom”, cine de verano, bailes, concursos de

natación y verbenas. Por las tardes y por las noches de verano, en las piscinas actuaba una orquesta, reconocida como la atracción máxima de Valencia en aquella época», recuerda Carlos Boga, director del hotel.

Para el recuerdo

Familias, valencianos y ciudadanos con ganas de vivir una experiencia inolvidable ya han pasado por este lujoso hotel con historia. Su excelente ubicación es cómplice de ello: «Además de nuestra inmejorable ubicación frente al mar Mediterráneo, contamos con unas instalaciones perfectas para la celebración de este tipo de eventos, con un gran auditorio, 19 salas y 250 habitaciones confortables y completamente equipadas», confiesa Boga. Un don característico que se suma a

minucioso servicio que ofrecen a sus clientes, personalizado y con una oferta gastronómica altamente exclusiva.

«Alojándose en nuestro hotel, nuestros clientes buscan recibir un servicio de excelencia, vivir las mejores experiencias», asegura

Boga. Un reto al que responden con su propuesta culinaria, el spa, las piscinas y las diferentes actividades. Por ello, confiesa que el éxito está en hacer sentir al huésped «como en casa, gracias a las cómodas habitaciones y un trato inmejorable».

Autorretrato

►El Hotel Las Arenas Balneario Resort es el más icónico de Valencia. La mayoría de valencianos, desde finales del siglo XIX hasta nuestros días, han pasado por allí. Un lugar cargado de recuerdos y simbolismo, que ha aportado su granito de arena al desarrollo y la apertura de

la ciudad hacia el mar. Su servicio amable y discreto conquista el corazón de los clientes, que repiten cada año y nos recomiendan a sus familiares y amigos. Las instalaciones, situación, vistas, jardines y servicio, así como los estándares del más alto nivel, hacen que sea un hotel diferenciador.

Hotel Avani Alonso Martínez

Elegancia y modernidad en Madrid

Recibió el Premio al hotel urbano más creativo por su diseño inspirado en el destino con un interiorismo al más puro estilo madrileño

El hotel Avani Alonso Martínez supone el debut de la marca Avani Hotels & Resorts en España. Situado a pocos pasos de la emblemática plaza que comparte su nombre, esta joya arquitectónica que data del año 1919 nos deleita con su emblemática y centenaria fachada con balcones de hierro forjado. Tras su renovación interior, el hotel combina a la perfección su elegancia histórica con un diseño fresco y contemporáneo. Este hotel singular representa la propuesta moderna y funcional de la marca Avani, gracias a sus espacios meticulosamente diseñados, desde una perspectiva inteligente, flexible y social.

En la renovación, el hotel ha ampliado también la zona de desayunos para ofrecer una experiencia

gastronómica mejorada. Además, los huéspedes pueden disfrutar de la comodidad del nuevo servicio The Pantry, que ofrece una solución flexible con una selección de café, bollería, ensaladas y sándwiches para llevar. Entre los servicios e instalaciones disponibles, este

hotel ofrece también el gimnasio AvaniFit de última generación para que los amantes del bienestar continúen con sus rutinas de fitness.

El renovado alojamiento ha sido diseñado para viajeros con mentalidad millennial, ofreciendo una serie de experiencias cuidadosa-

mente seleccionadas que sumergen a los huéspedes en la cultura local: desde una ruta en segway a los lugares más significativos del arte urbano de la ciudad que finaliza con un picnic en el Parque del Retiro hasta un taller de pintura en la oscuridad para crear obras con pintura de neón, entre otras muchas actividades.

Un hotel único

► Avani Alonso Martínez dispone de 101 habitaciones que integran tecnología moderna con un confort inigualable. Reflejando la esencia de la capital española, la decoración de las habitaciones muestra también elementos distintivos que honran el patrimonio de la ciudad, desde la

ropa de cama con el estampado de pata de gallo que lucen los chulapos tradicionales madrileños, los cabeceros con diseños de gatos, cuadros de estilo vintage de Madrid, hasta las pantallas de las lámparas con mapas antiguos del centro de la ciudad. Todo «puro Madrid».

Una tarde especial

Para cualquiera recibir un reconocimiento es un hecho especial, pero para ellos, recibir este Premio a hotel urbano más creativo por su diseño inspirado en el destino por parte de LA RAZÓN «ha sido un hito significativo al ser el primero que recibe Avani Alonso Martínez. Estamos muy agradecidos por recibir este premio tras nuestro reciente debut en España», aseguró María García Valdehita, directora del hotel

al recoger el galardón, quien añadió que «es el reflejo de la propuesta diferencial que hemos traído a Madrid y del compromiso de nuestro equipo para hacerlo posible. Sin duda, supone un logro para la marca Avani Hotels & Resorts e impulsa su visibilidad a nivel nacional e internacional».

Para la cadena, su punto fuerte, aquel que les diferencia del resto de hoteles de la capital y por lo que se consideran merecedores del premio, es su cuidado con los más mínimos detalles. «Cada detalle ha sido cuidadosamente seleccionado para capturar la esencia única de Madrid. Su diseño y los elementos decorativos nos envuelven en la atmósfera de la ciudad. Cada paso que se da en el alojamiento es un paso hacia la rica complejidad de la historia y la cultura de Madrid».

Todo en el hotel hace referencia a la ciudad. Desde el primer paso que se da en el «lobby», ya se pueden ver referencias, como una estatua de un gato, animal característico de la ciudad, o las propias paredes, en las cuales no paran de verse frases y palabras en modernos rótulos como «Madrid, Madrid, Madrid», en honor al chotis más famoso, o «Mola», seña inequívoca de la jerga madrileña.

Avani ha llegado a una ciudad con necesidades y demandas en constante evolución para ofrecer

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, María García Valdehita y Pepe Lugo

«Este galardón es un hito significativo al ser el primero que recibimos con Avani Alonso Martínez»

su propuesta de valor diferencial centrada en su filosofía de diseño, servicios únicos adaptados a su público y su experiencia Avani diseñada para personas que priorizan la atención hasta en los pequeños detalles, el confort y el estilo. De esta manera, Avani Alonso Martínez aspira a convertirse en un alojamiento de referencia en Madrid, la capital del ocio y de la diversión en España y uno de los principales destinos de negocios en Europa.

Además, Avani debuta al mismo tiempo en Italia con la apertura del hotel Avani Palazzo Moscova. Estas dos aperturas marcan la expansión de Avani en el mercado europeo, con propiedades adicionales que se lanzarán en ciudades de Italia y Alemania en los próximos meses, y en los Países Bajos.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - ALOJAMIENTOS

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Gaspar Saez y Pepe Lugo

Dos menús a la carta, exclusivos y sostenibles

► La carta de La Finca, el restaurante de La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel, consta de dos menús: «Cercanía» y «Entre dos Tierras». El primero está compuesto de seis entrantes; servicio de panes, mantequilla, aceite y paté; caviar de Riofrío; dos platos principales y postre. El segundo cuenta con seis entrantes; servicio de panes, mantequilla, aceite y paté; caviar de Riofrío; cuatro platos principales; mesa de quesos artesanos de Ruta Andalusí; prepostre y postre.

España cuenta con una de las mejores ofertas hoteleras del mundo y en cuanto a alojamientos de lujo, nuestro país ocupa uno de los mejores puestos internacionalmente, pues se ha llegado a un nivel excelente en el conjunto de ofertas y servicios.

Uno de esos servicios por excelencia es la gastronomía. En España es un valor en sí mismo, y La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel, ubicado en la Sierra de Loja, ha sabido sacarle el mejor partido en todos los sentidos, ya que su restaurante La Finca «se convirtió en 2022 en el primer y único restaurante con estrella Michelin de la provincia de Granada, lo que convierte a este complejo en uno de los destinos de turismo gastronómico más atractivos de la provincia», reconoció Gaspar Saez, director general de Barceló Hotel Group en Andalucía, quien recogió el galardón al Mejor hotel por su alta gastronomía sostenible durante la XII edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN.

La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel es un establecimiento 5* GL y un referente en el lujo en cuanto a eficiencia energética y sostenibilidad, pues cuenta con un 100% de energía española procedente

La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel El emblema del «slow travel»

Premio al Mejor hotel por su alta gastronomía sostenible en reconocimiento a su buen hacer

de los huesos de aceituna de sus propios bosques para abastecer sus instalaciones. «Con más de 350 hectáreas de terreno entre olivos, encinas, robles y almendros, La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel ofrece a quien lo visita la posibilidad de disfrutar de experiencias con categoría cinco estrellas, en las que la naturaleza y el producto local tienen un papel protagonis-

ta; y que invitan a cuidar del cuerpo y al ambiente, sin olvidar, al mismo tiempo, el respeto por el medio ambiente», destaca Antonio Bauzá, director de Comunicación y Marketing de BHG para EMEA.

Turismo responsable

La implicación ecológica es un factor cada vez más determinante para los viajeros a la hora de pla-

near sus escapadas. En este sentido, La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel es un claro ejemplo de turismo sostenible que aboga por planes y experiencias que conectan al viajero con el patrimonio cultural y natural de la Sierra de Loja.

Esto se hace también patente en los fogones de La Finca. La carta de este año, elaborada por Fernando Arjona y bajo el asesoramiento del chef Pablo González, se vuelve a inspirar en la cocina malagueña y granadina a través de novedosas propuestas que conforman un original menú compuesto en su totalidad por el producto de km 0.

La gastronomía es un pilar fundamental en La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel. Además de La Finca, este establecimiento

dispone de una variada oferta de restaurantes y bares que aúnan los productos locales de la mejor calidad, el amor por la cocina y un gran reconocimiento y experiencia. Destacan también El Cortijo, que pone en valor recetas de los antepasados andaluces; El Mirador, en el que se puede disfrutar de la auténtica cocina mediterránea; Royal Breakfast, una expe-

riencia gastronómica que otorga al desayuno la importancia que merece; o Bar La Plaza, el lugar ideal para disfrutar al atardecer de las tapas con un toque gourmet en un ambiente único.

«Mens sana in corpore sano»

La Bobadilla, a Royal Hideaway Hotel es un establecimiento que destaca también por su oferta wellness y sus actividades deportivas para conectar con la naturaleza, más allá del propio descanso. Por ejemplo, dispone de spa con tratamientos de Natura Bissé y, recientemente, ha integrado la cos-

mética natural, la práctica del «slow fit» o el «nordic walking».

En definitiva, un hotel en el que conectar con

el entorno a través de experiencias 100% genuinas que invitan a los huéspedes a adentrarse en la cultura local. Ya sea por medio de degustaciones de caviar de Riofrío, catas de aceite, rutas a caballo y un sinnúmero de ofertas de ocio, descanso y desconexión. Un destino en sí mismo donde sacar todo el jugo en unas vacaciones conscientes y en clave «slow».

La Finca es el primer y el único restaurante con estrella Michelin de toda la provincia de Granada

Camping Las Gaviotas Mar, montaña, historia y servicio

Reconocido por sus propuestas de calidad y servicios exclusivos en el sector del camping durante 40 años

El Camping las Gaviotas es un pequeño complejo turístico a orillas de la ensenada de Santa María del Mar donde confluyen el mar, la montaña y que guarda una parte importante de la historia industrial de Asturias, ya que linda con Arnao, donde se encuentra la mina de carbón submarina más antigua de Europa. En sus instalaciones, ubicadas en un entorno único, disponen de diversos tipos de alojamiento, desde el tradicional hotel, pasando por apartamentos, bungalós y parcelas, hasta la nueva forma de hacer camping, como son las tiendas «glamping». Todo ello para que sus clientes disfruten de las vacaciones y descansen en este entorno ideal para las fami-

lias, situado en el centro costero de Asturias y perfectamente comunicado para visitar cualquier lugar del Principado. «Nuestro camping se caracteriza por su clima familiar. Tenemos la suerte de contar con familias que llevan disfrutando de sus vacaciones en nuestras instalaciones desde hace más de 40 años», afirma Laura Arias García, directora del Camping Las Gaviotas.

Legado

De vender refrescos hace 70 años, a tener dos hoteles, apartamentos y un camping. Este es el resumen a lo largo del tiempo del Camping Las Gaviotas. Pero no nos quedemos con el titular, ya que los pormenores siempre son interesantes para ver realmente el relato. Y

«Tenemos la suerte de contar con familias que disfrutan de sus vacaciones aquí desde hace cuatro décadas»

«Este premio es una constatación del trabajo y el esfuerzo de una familia que ama y vive para este sector»

quién mejor para contarlo que la heredera de esta estirpe familiar, Laura Arias García. «La historia de mi familia es una historia bonita relacionada con el turismo en Asturias. Mis abuelos empezaron con un chiringuito en la playa. Cuando en los años 50 llegaban los autobuses con los primeros turistas, ellos les vendían las bebidas. Poco a poco fueron viendo las necesidades que demandaban estos clientes y fueron creciendo, pasando de un chiringuito a un pequeño bar, a una pensión y, poco a poco, fueron evolucionando a un hotel y un restaurante. Mi padre, más tarde, también trató de adaptar la actividad a las necesidades que fue viendo: en lugar de autobuses, vio cómo las tiendas de campaña iban creciendo alrededor de la playa y su preocupación fue que tuvieran unos buenos servicios y mejores instalaciones, lo que dio origen a lo que hoy es el camping Las Gaviotas. Después de 70 años seguimos intentando captar las necesidades de nuestros clientes para hacerles lo más agradables posible sus vacaciones y sus estancias con nosotros. Actualmente, después de años de crecer en este proyecto y dedicar los beneficios

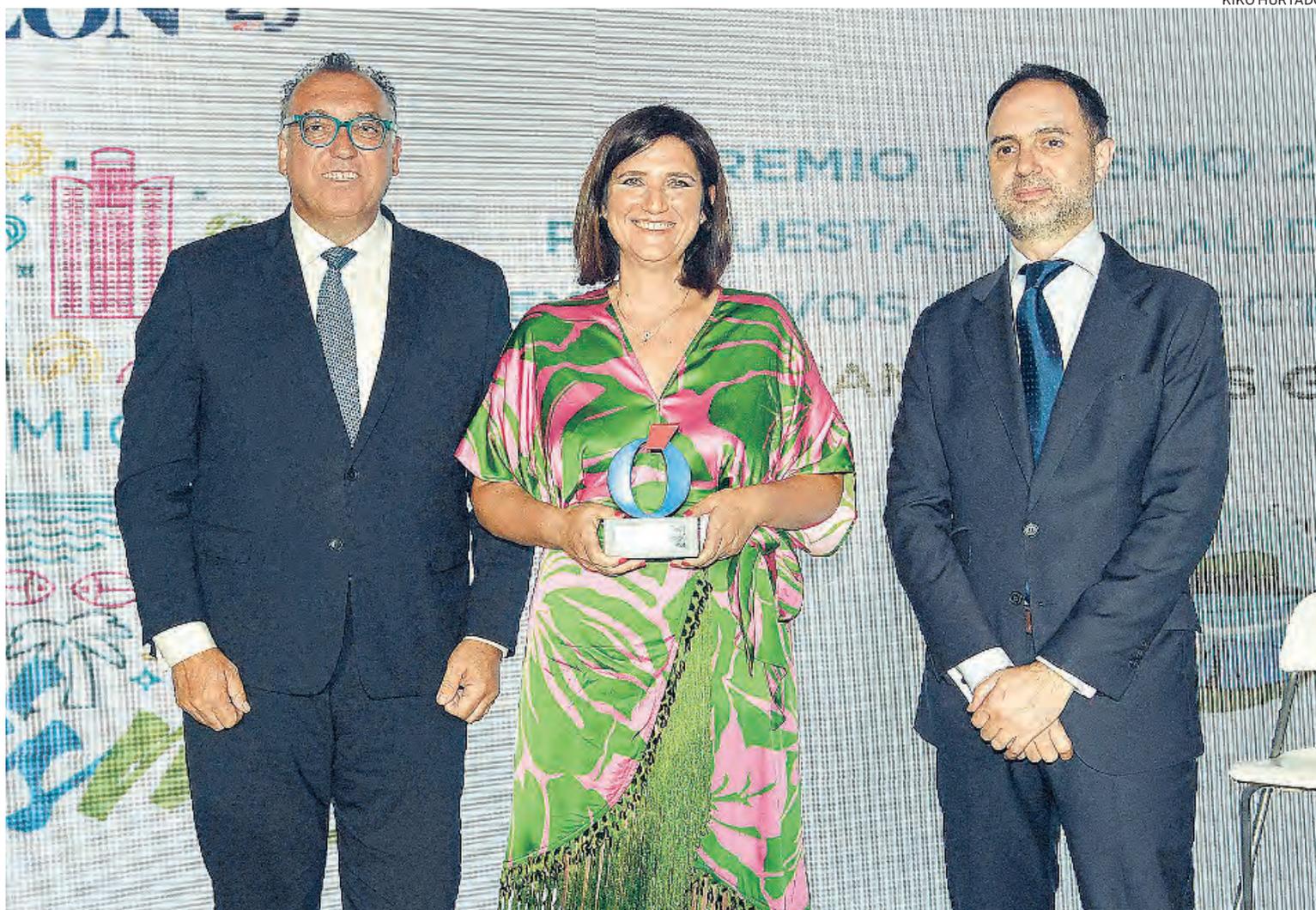
a su mejora, hemos conseguido un modesto complejo con dos pequeños hoteles: el Hotel Casa Román, con unas preciosas vistas al Cantábrico y que es el que inauguraron mis abuelos; y el Hotel Marqués de la Moral, situado también en un entorno entre el mar y la montaña y donde celebramos bodas y banquetes. Además, contamos con 25 apartamentos turísticos y el ya citado Camping Las Gaviotas donde se ofrece alojamiento, no solo en parcelas, sino en bungalós y tiendas glamping».

Entorno y dedicación

«El entorno que tiene el camping es precioso», afirma la directora. De hecho, el concejo de Castrillón, donde se ubica el camping, está lleno de playas de diversos tamaños y con características singulares: playas para perros, nudistas, grandes arenas, dunas... Playas para todo tipo de público. «Además, estamos pegaditos al aeropuerto de Asturias y a la autovía del Cantábrico que nos une en muy poco espacio de tiempo con cualquier punto de Asturias».

El camping se caracteriza por su dinamismo, con un equipo implicado y dispuesto a aportar ideas para mejorar e innovar en los alojamientos y en los servicios, «en especial en la gastronomía, que en Asturias es muy importante, para que nuestros clientes tengan una estancia confortable y disfruten de todo lo bueno que tiene Asturias».

Historia, equipo e implicación. Búsqueda de la excelencia. Ubicación privilegiada. Poco más se puede pedir a cualquier negocio turístico, así que es de honor otorgarle Premio a las propuestas de calidad y servicios exclusivos en el sector del camping al Camping Las Gaviotas. «Es un premio muy importante por su carácter nacional y por quien nos lo entrega, el periódico LARAZÓN. Representa mucho agradecimiento a todas las personas que han hecho posible que hoy estemos aquí. Me refiero a nuestros trabajadores, que son también acreedores del premio, y a nuestros clientes que siguen honrándonos con sus visitas. Es también la constatación del trabajo y el esfuerzo de varias generaciones de una familia que ama y vive para el trabajo que desarrolla. Este reconocimiento nos provoca más ilusión, si cabe, y nos da fuerza para seguir creciendo y mejorando cada día», concluyó Laura Arias García, directora del Camping Las Gaviotas, en su discurso de agradecimiento en la gala.



Arturo Bernal, Laura Arias García y Pepe Lugo

KIKO HURTADO

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - ALOJAMIENTOS



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Raimundo Martín Benedicto y Pepe Lugo

Camping Lo Monte

Ubicación, calidad y buen precio

Este resort de cuatro estrellas entre Alicante y Murcia recibió el **Premio a la excelencia en servicios e instalaciones en el sector del camping**

Lo Monte es un camping resort de cuatro estrellas. Se ubica en las playas de Pilar de la Horadada, pueblo alicantino limítrofe con la Región de Murcia. En él podremos encontrar 42 cabañas y 210 parcelas. «Nuestro principal objetivo, desde que se lo inauguramos en 2011, es ofertar a los clientes un producto turístico sostenible, de máxima calidad y muy cercano a la naturaleza», explica Raimundo Martín Benedicto, gerente.

Camping Lo Monte nació del empeño de su propietaria, doña María Isabel Benedicto Artigot, en invertir en un negocio alternativo al de la construcción de viviendas turísticas, un sector muy consoli-

dado en esa zona y muy en boga por aquellas fechas. «Tras estudiar varias alternativas, nos inclinamos por el sector del camping porque, a pesar de encuadrarse en un mercado muy maduro, presenta un crecimiento sostenido en el que la oferta no llega a cubrir la demanda existente y atesora, además, una serie de valores fundamentales que están en línea con nuestra forma de ver la empresa, como son la sostenibilidad, el respeto por el medio ambiente y el fomento de las relaciones humanas», asegura el gerente.

Como dice Raimundo Martín, el del camping es un sector muy maduro, así que, ¿cómo se hace un hueco un nuevo agente? La respuesta, para Lo Monte, está espe-

cialmente en el origen, una oferta de máxima calidad y unos precios muy competitivos. Esto les ha permitido la consolidación de su negocio. Pero también, y no debemos olvidarlo, su ubicación privilegiada, con más de trescientos días de sol anuales y temperaturas siempre suaves, gracias a la cercanía del mar, que permiten abrir todo el año. Esto ha ayudado sin duda a poder ofrecer sus servicios a una tipología de cliente muy amplia, que abarca desde las familias con niños hasta matrimonios jubilados de toda Europa. «Nuestros clientes exigen calidad y variedad, como no puede ser de otra manera, y nosotros intentamos satisfacer sus demandas mejorando continuamente las instalacio-

nes (spa, piscinas, toboganes acuáticos, etc.) y los alojamientos, de los que siempre valoran especialmente su amplitud, limpieza y sensación de tranquilidad».

Accesibilidad y calidad

En el mismo sentido, otro de los puntos que ha ayudado enormemente a camping Lo Monte a hacerse un hueco en este sector tan competitivo es la importancia que siempre le han dado a la accesibilidad. De hecho, el Servei Territorial de Turisme i Cultura, en 2012, certificó y valoró muy positivamente el esfuerzo realizado por el camping Lo Monte para mejorar las condiciones de accesibilidad. «Para nosotros es un elemento fundamental, medular, que nos identifica con la calidad. Esta idea es muy importante, ya que debemos tener claro que la accesibilidad no está determinada sólo por el diseño de las instalaciones, sino por la manera en que se organiza y gestiona el camping para albergar a personas con discapacidad y para conseguir una mayor funcionalidad en beneficio de toda la clientela. Dicho de otro modo: la accesibilidad es un sinónimo de calidad para todos, una manera de hacer las cosas que nos ha valido ser premiados por la Generalitat Valenciana y por las guías alemanas ADAC y DCC, además de ser seleccionados por la OMT para suscribir el Código Ético Mundial para el Turismo», destaca Raimundo Martín Benedicto.

Y con estos datos que acabamos de dar de accesibilidad, mejora continua de sus instalaciones y calidad en sus servicios, es más que merecido el reconocimiento en la última edición de los Premios Turismo LA RAZÓN a Camping Lo Monte por su excelencia en servicios e instalaciones en el sector del camping. «Este premio es muy importante para el Camping Lo Monte. Supone el reconocimiento a una trayectoria aún corta, pero con gran proyección de futuro, y consolida las bases sobre las que se erigió. Este galardón es un gran estímulo para seguir trabajando, para ahondar en nuestros principios y para tratar de seguir mejorando día a día», agradeció en la gala Raimundo Martín Benedicto.

Y esta «proyección de futuro» de la que habla pasa por «seguir aprendiendo y convertirnos en un establecimiento de referencia en un mercado donde nuestros competidores están haciendo las cosas muy bien. Queremos crecer, pero sin perder de vista nuestro origen y espíritu familiar», asegura.

«Nuestros clientes exigen calidad y variedad, y nosotros procuramos satisfacer sus demandas»

«La accesibilidad está determinada por la manera en que se organiza y gestiona el camping»

Teatro Real

Arte para todos los públicos

Premio por su fomento al turismo cultural de calidad, reconoce la obligación de adaptarse a los gustos, necesidades y evolución del espectador

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Francisco Ramos y Pepe Lugo

Ópera nacional de referencia y una gran proyección internacional en suma, el Teatro Real está considerada la mayor institución de las artes escénicas del país y uno de los teatros de ópera más prestigiosos a nivel europeo. Sus espacios, históricos y elegantes, son una parada obligatoria para los visitantes de la capital.

La música por la que pasea el Teatro Real viaja desde la ópera hasta las notas más actuales. «No es una burbuja al margen de la sociedad, está en ella y camina y respira en sintonía con ella», asegura Ignacio García-Belenguer, director general del Teatro Real. Ejemplo de ello es el anual Universal Music Festival, gracias al que decenas de

artistas actuales, como Gloria Trevi o Lola Índigo, tienen la oportunidad de actuar en el escenario madrileño. «Es nuestra obligación estar, casi desde el minuto uno, al tanto de la evolución de la sociedad, de sus necesidades y de sus gustos», confirma.

«Nos gusta hablar más de excelencia que de calidad», afirma el director general. «Intentamos que todo lo que ofrece el Teatro en su escenario merezca el aprecio y la estima de los espectadores, y que todo lo que hacemos fuera de él revierta en la sociedad civil». Por todo esto, LA RAZÓN ha reconocido el significado que el Teatro Real tiene para las personas, amantes o no del arte, y les ha otorgado el Premio por su fomento al turismo cultural de calidad, un galardón que

recogió Francisco Ramos, director de Marketing, Ventas, Publicidad y Atención al Cliente del Teatro Real. Un galardón que supone la constatación de que los esfuerzos por estar más cerca a todos los públicos son percibidos positivamente: «En cualquier caso, lo importante es seguir trabajando con el mismo ahínco para abordar cualquier reto que se nos plantee», asegura García-Belenguer.

Una amplia programación

El Teatro Real despide la temporada con una variada programación dirigida a todo tipo de público, desde los más jóvenes hasta los mayores de la casa. Entre el 10 y 16 de julio se ha celebrado la octava edición de la Semana de la Ópera. «Una oportunidad para acercar la ópera a nue-

vas audiencias y trascender los límites de nuestro edificio a través de retransmisiones gratuitas», asegura su director general. Para ello, se han llevado a cabo cuatro espectáculos en una pantalla gigante instalada en la Plaza de Isabel II: ópera, recital, danza y flamenco. Además, se ofrecerá en directo la ópera Turandot, en escena hasta el 22 de julio, y que será el eje central de la Semana de la Ópera, con transmisión, el pasado 14 de julio, para más de cien pueblos y ciudades de España. El teatro también ofrece la emisión del recital lírico de Javier Camarena, el cantante con más bises en la historia del Teatro Real, la actuación del bailar Eduardo Guerrero en el ciclo Flamenco Real y el espectáculo del New York City Ballet, que se presentó el pasado marzo en el Teatro Real.

Más allá de la ópera, en el mes de julio se cierra la programación infantil en el Real Teatro de Retiro con el espectáculo «Festín musical en familia», un concierto lírico y participativo con piezas de distintos compositores; el ciclo Flamenco Real y el habitual Universal Music Festival.

«El Teatro Real no es una burbuja al margen de la sociedad, está en ella, camina y respira en su sintonía»

«Intentamos que todo lo que ofrece el Teatro merezca el aprecio y estima de los espectadores»

Autorretrato

► **El Teatro Real es la primera institución de artes escénicas y musicales en España, ópera nacional de referencia y con proyección internacional. En los últimos años, ha recibido numerosos reconocimientos, como el «International Opera Award» a Mejor Teatro del Mundo. Su programación procura la excelencia, cuidando tanto el repertorio lírico tradicional como el contemporáneo con atención a la recuperación del patrimonio español.**

Todas estas actuaciones dan paso a la nueva temporada del Teatro Real, a la que, aun sin haber comenzado, Ignacio García-Belenguer define como «una de las más profundas y creativas de la última década», debido a la amplitud de nuevos títulos y producciones.

Son muchas las razones por las que Teatro Real destaca entre la multitud. Especial, familiar y sensible, su equipo está en constante actividad: «Tenemos el foco en mantenernos como ópera de referencia nacional y serlo también internacionalmente, además de poner especial atención al público joven; ser sostenibles y trabajar por su transformación tecnológica, digital y audiovisual», confirma el director.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - OCIO

Los mejores artistas nacionales e internacionales se dan cita por sexto año consecutivo en el poblado marino de Sancti Petri (Cádiz) gracias al trabajo incansable de Concert Music Festival, un evento consolidado en el panorama musical que siempre ha apostado por la calidad, la exclusividad, la variedad de géneros y la sostenibilidad. El festival, que se celebra cada año en los meses de julio y agosto, se ha convertido en una convocatoria imprescindible durante el verano para visitantes de todos los rincones de España y Europa. Premios como el Ondas a Mejor Festival, la nominación a Mejor Festival en Los40 Music Awards o el recién concedido premio al Mejor festival sostenible de España de LA RAZÓN avalan la trayectoria y excelencia de uno de los eventos más esperados del año.

En este contexto, la subdirectora del festival, Inés Chaguaceda, reco-

Concert Music Festival

Una nueva forma de vivir la música

Premio al mejor festival sostenible de España. Innovadoras iniciativas avalan su responsabilidad con el planeta

gió el pasado jueves el galardón de LA RAZÓN que reconoce la labor de Concert Music por la sostenibilidad, el reciclaje y la preservación del medioambiente y explicó algu-

nas de las medidas que se aplican durante la celebración del evento. «Llevamos a cabo varios proyectos como el reciclaje de todas las botellas de plástico que se utilizaron el

año pasado para construir un parking de bicicletas», señaló Chaguaceda. Otras medidas, dentro de la estrategia de economía azul que sigue la empresa, son la implantación de pulseras del front stage fabricadas con papel de algas; el uso durante los conciertos de serpentinas y confeti fabricados de papel biodegradable y tintas al agua; la incorporación de bolsas compostables y biodegradables para la recogida de residuos; reducción de la huella de carbono con el consumo de energías procedentes de fuentes renovables y la utilización de vehículos híbridos; o la reducción de la huella ambiental mediante la reutilización de infraestructuras existentes o la contenerización selectiva en origen para el reciclado de residuos. Asimismo, en 2021 se convirtió en el primer festival de España en hacerse con «Certificado QSostenible Eventos» que otorga el prestigioso Consejo Internacional de Empresas Sostenible.

Respecto al cartel, en esta edición ya han actuado algunos de los artistas más demandados por el público como Sebastián Yatra, Nicky Jam y Manuel Turizo, Alejandro Sanz (que volverá el 3 de agosto) o Ludovico. No obstante, el festival contará en los próximos días y hasta el cierre con cantantes como Carlos Rivera (hoy, 21 de julio), Rod Stewart (22 de julio), Emilia (27 de julio), Víctor Manuel (28 de julio), Chambao (29 de julio), Los Morancos (30 de julio), Israel Fernández & Rosario La Tremendita (31 de julio), El Kanka (1 de agosto), Danny Ocean & Lali + Bresh (2 de agosto), Bizarrap (4 de agosto), Simply Red (5 de agosto), Notre Dame (5 de agosto), Zaz (6 de agosto), Claptone (6 de agosto), Taburete y su nuevo espectáculo «Matadero 5» (7 de agosto), la estrella del pop Pablo López (8 de agosto), Pablo Alborán (9 de agosto), David Bisbal (10 de agosto), Fangoria & Nancys Rubias (11 de agosto), Robin Schulz (11 de agosto), Gipsy Kings featu-



Arturo Bernal, Inés Chaguaceda, Rafael Casillas y Pepe Lugo

Restaurante «R» y gastronomía mediterránea

► Además de contar con los mejores artistas del panorama internacional y una completa estrategia medioambiental, Concert Music Festival ofrece la oportunidad de disfrutar de los conciertos desde una de las terrazas donde degustar un selecto menú con carta del

Restaurante Antonio de Zahara de los Atunes. Se trata de una cocina de mercado que apuesta por la gastronomía mediterránea y los productos de máxima calidad. Asimismo, se pueden reservar palcos vip y mesas exclusivas en el escenario Lenovo.

Se trata del primer festival de España con el «Certificado QSostenible» que otorga el CIES

ring Tonino Baliardo (12 de agosto), Lola Índigo (13 de agosto), Vanesa Martín (14 de agosto), Bad Gyal + Bresh (15 de agosto), Tom Odell (16 de agosto), Antonio Orozco (17 de agosto), Alok (17 de agosto), Mónica Naranjo (18 de agosto) o Duki (19 de agosto).

Además del espectacular cartel, la experiencia Concert Music Festival incluye otros exclusivos servicios como la prestigiosa gastronomía a degustar en el Restaurante Alma (con carta elaborada por el Restaurante Antonio de Zahara de los Atunes) o sus espacios de Terrazas Alma o Sancti Petri, lugares únicos donde vivir los directos con la mejor visibilidad, grupos reducidos y atención premium. También se puede disfrutar del evento en los Palcos del Cielo de Sancti Petri, un espacio reservado al lujo.

En definitiva, asistir a un festival en verano brinda la oportunidad de disfrutar de la música favorita, descubrir nuevos artistas, bailar al aire libre y crear recuerdos duraderos con amigos y seres queridos. Concert Music Festival va más allá, creando una experiencia única que une a personas en torno a la pasión compartida por la música y el cuidado del planeta.

KIKO HURTADO

Terra Natura Benidorm y Murcia Sostenibilidad como motor turístico

Premio a la mejor oferta de entretenimiento. Ofrecen una experiencia donde la conservación de la biodiversidad se aúna con el ocio familiar

Terra Natura fue creada con el objetivo de dar a conocer al gran público, y al mismo tiempo proteger, especies animales en peligro de extinción desde una vertiente didáctica y lúdica. Esta pionera aventura empresarial, que forma parte del área de diversificación de Grupo Fuertes, ha evolucionado constantemente adoptando medidas para dar un servicio a sus clientes basado en criterios de excelencia y dotado de los más altos estándares de calidad. Asimismo, desde los centros que la marca gestiona tanto en Murcia como en Benidorm, se ha desarrollado una política de continua reinversión para mantener dicha calidad en infraestructuras y servicios, motivos para que haya sido reconocido por LA RAZÓN en sus Premios Turismo, un galardón que recogieron

Luis Perea, director de Terra Benidorm, y Gustavo Martínez, director de Terra Natura Murcia.

La sostenibilidad y el ocio medioambientalmente responsable se funden para ofrecer una experiencia única de entretenimiento y aprendizaje en los par-

ques de naturaleza y animales. Estos espacios, dedicados a la conservación de la biodiversidad, cuentan con más de 2.000 animales de 250 especies diferentes, muchas de ellas en peligro de extinción o protegidas por estar gravemente amenazadas.

El compromiso con la protección de los animales y su bienestar ha llevado a estos parques de naturaleza a colaborar en más de 50 proyectos de conservación y 30 programas de reproducción de animales que se encuentran en riesgo de extinción o amenazados. La sensibilización medioambiental acompaña al visitante en un intenso recorrido para descubrir la biodiversidad que esconden los continentes de América, Asia y Europa en el caso del parque de Benidorm, y de África y la Península Ibérica en el caso del parque situado en Murcia. Además, al atravesar el umbral de Terra Natura, el visitante se sentirá un viajero que vivirá todo tipo de aventuras gracias a la tematización y fiel representación de las características de cada zona.

Experiencias adaptadas para el público de todas las edades con-

forman una completa oferta de ocio, en la que se pueden realizar actividades como la alimentación de animales, las demostraciones divulgativas de aves rapaces o la visita a algunas instalaciones interiores, para conocer de cerca las rutinas que siguen los cuidadores y veterinarios con el objetivo de preservar el estado de bienestar de estos animales.

Ambos parques zoológicos están avalados por organismos como la Asociación Ibérica de Zoos y Acuarios (AIZA) y la European Association of Zoos and Aquaria (EAZA), que otorgan prestigio a escala nacional e internacional y garantizan altos estándares de calidad en el bienestar animal.

Parque acuático familiar

En la época estival Aqua Natura complementa perfectamente las actividades a disposición de sus visitantes. El agua se convierte en el principal objeto de diversión en los parques acuáticos de Murcia y Benidorm, diseñados especialmente para las familias. Toboganes, piscinas, multipistas y atracciones, junto con su animación ofrecen un sinfín de alternativas de entretenimiento destinado a todos los rangos de edad y para un público local y turista, que encuentra en estos espacios unas instalaciones seguras para refrescarse y vivir sensaciones diferentes.

Dos centros únicos

► Terra Natura Benidorm, ubicado en Alicante, es un parque zoológico que desarrolla una labor educativa y de conservación en favor de la biodiversidad del planeta, mediante su participación en diferentes programas internacionales de reproducción de especies en grave peligro de

extinción. Se recrean los hábitats del supercontinente Pangea, así como de los continentes de América, Asia y Europa. Y Terra Natura Murcia, ubicado en Espinardo, es un parque zoológico cuyos valores principales son la educación, conservación e investigación.

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Luis Perea, Gustavo Martínez y Pepe Lugo

La oferta se complementa con un amplio catálogo de servicios: restaurantes, tiendas, cafeterías...

La oferta de estos centros se completa con un amplio catálogo de servicios adaptados a todos los gustos, que se compone de varios puntos de restauración, cafeterías o tiendas donde adquirir un recuerdo, que hacen de la visita una vivencia única e inolvidable.

Pero eso no es todo, ya que Terra Natura y Aqua Natura también son líderes en la proyección de su enfoque sobre la educación y el respeto a la naturaleza y al medio ambiente, siendo un referente en el sector del ocio y el entretenimiento familiar y activo con una oferta singular y que aporta valor y conciencia social a sus clientes. La innovación mediante el uso de nuevas herramientas tecnológicas permite dotar al usuario de una experiencia más completa y diferencial.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - SERVICIOS TURÍSTICOS



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Aura Gaitán y Pepe Lugo

Mytransfers Máxima eficacia en traslados

Recibió el premio a la innovación en movilidad turística por la fiabilidad y excelencia tecnológica en sus traslados

Dentro de los viajes, ya sean por motivos de ocio, turismo o profesionales, juegan un papel muy importante los traslados, tanto del aeropuerto o estación de tren como durante los diferentes movimientos metropolitanos que se necesitan. Mytransfers es una referencia en el sector del traslado de personas gracias a su amplísima experiencia y la eficacia de su trato con el cliente.

Se trata de una compañía ubicada en Palma de Mallorca, desde donde ofrece un servicio fiable, de absoluta confianza y garantía, pues se basa en la tecnología más vanguardista para ofrecer soluciones de transporte y movilidad globales a sus usuarios. En ocasiones,

las transferencias (o transfers), son servicios que los viajeros no suelen valorar a la hora de contratar un viaje, pero tienen más ventajas de las que se presuponen.

Como afirma Aura Gaitán, directora de operaciones de Mytransfers, «el transfer es más barato que un taxi local y más seguro, pues trabajamos con chóferes previamente testeados y chequeados para estar en posesión de todos los permisos y seguros legales. Viajar

«Viajar con Mytransfers es ir a lo seguro, eliminando la posibilidad de que te estafen en destino»

en un país extranjero puede ocasionar siempre estrés, engaños, etc. Nosotros sabemos cómo va el tema de los taxis en otros países. Viajar con Mytransfers es ir a lo seguro, eliminando la posibilidad de que te estafen en destino».

Más que aeropuertos

Mytransfers cuenta con un servicio 360 en el transporte de personas, y no se centra únicamente en llevar o traer pasajeros del aeropuerto al hotel, o viceversa. «Somos la única empresa de transfers que ofrece servicios punto a punto», destaca Gaitán.

«A través de nuestra plataforma se puede reservar cualquier tipo de trayecto, como por ejemplo de un hotel a otro en caso de circuitos turísticos, de un restaurante a un

hotel, a museos o a cualquier lugar de la ciudad, sin la necesidad de pasar a través de un hub de transporte», concluye. Además, los servicios que ofrece Mytransfers son propios. Toda la tecnología tecnológica esta desarrollada «in-house», es decir, sin depender de ninguna empresa externa. Esto genera unas garantías que no tienen parangón en ninguna otra empresa del sector del transfer. Como afirmó Aura Gaitán, «en Mytransfers ofrecemos a todos nuestros chóferes y empresas colaboradoras lo último en sistemas propios de Dispatch, lo que nos permite una conexión total y sin deficiencias».

El secreto de su éxito, unido a un excelente servicio de atención a cliente, es que Mytransfers tiene como objetivo trabajar para ser la empresa más conectada a nivel de APÍs. «Trabajamos con las OTAs más grandes del mundo», comenta Gaitán.

Calidad y garantía

Aunque es posible encontrar otras compañías que ofrecen servicios de transporte, Mytransfers se diferencia del resto en la contratación del producto, pues otras empresas no llegan a ayudar a sus colaboradores a nivel tecnológico. «Recordemos que la tecnología turística no sirve para nada si tenemos un producto final defectuoso. Al final de lo que se trata es de llevar a los clientes a buen precio, con la máxima comodidad y a tiempo, del punto A al punto B».

Con estas premisas y ese buen hacer como carta de presentación, no es de extrañar que Mytransfers haya sido reconocida con el Premio a la innovación en movilidad turística durante la XII edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN, un galardón que recogió Aura Gaitán en la gala de entrega. «Es el reconocimiento a todo equipo de personas que formamos Mytransfers, y nos anima a seguir trabajando para ofrecer nuestros servicios a todos los viajeros pues, viajen donde viajen, sean de altos ingresos o no, necesitan poder desplazarse tanto desde su casa al aeropuerto de origen como desde el aeropuerto de destino al destino final», agradeció Gaitán.

En este sentido, Mytransfers es una compañía que se ha ganado ser referente nacional e internacional dentro del sector de la movilidad turística, lo que le ha valido la confianza de miles de usuarios, gracias a su excelente servicio y a su tecnología de última generación, que facilita y asegura un servicio de transporte de calidad y fiable.

La tranquilidad de viajar seguros

► Mytransfers es una compañía que ofrece a sus clientes la garantía y seguridad de unos traslados eficaces y seguros, tanto desde el aeropuerto o estación al hotel y viceversa, como cualquier otro destino que requieran dentro de la ciudad (museos, restaurantes, etc.). «A través de nosotros se puede reservar cualquier tipo de trayecto sin la necesidad de pasar a través de un hub de transporte», destaca Aura Martín, directora de operaciones de Mytransfers. La excelente relación de Mytransfers con chóferes y servicios locales aseguran a sus clientes un servicio de calidad y totalmente eficiente.

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Fernando Rodríguez, Ruth Ramos y Pepe Lugo

Smartrental Group Una experiencia inolvidable

Premio a la empresa más innovadora en productos hoteleros, serviced apartments y colivings, gestiona más de 3.000 estancias en todo el país

Líderes en innovación hotelera, Smartrental Group lleva más de una década trabajando por encontrar la mejor experiencia en hospedajes para sus clientes. Actualmente, esta empresa encargada del alquiler de alojamientos de media y largas estancias, gestiona de manera interna más de 3.000 plazas en las principales ciudades y destinos turísticos de España.

La ilusión, ganas y ambición en sacar adelante este proyecto fue la motivación de sus socios fundadores, entre ellos Fernando Rodríguez. El empresario cuenta a LA RAZÓN sus principios, en los que, sin apenas recursos económicos, lucharon porque Smartrental Group saliera adelante. Una situación que supuso el más grande de los retos.

«El mayor de los desafíos fue en-

contrar y retener talento dentro de la compañía, ya que la marca aún no estaba consolidada y los salarios que podíamos ofrecer eran básicos, así que buscábamos perfiles junior a los que formábamos, en un inicio con contratos temporales, pero al poco tiempo poníamos de encargados». Una situación que motivaba a los trabajadores a dar el salto a empresas más consolidadas que ofrecían mayor recompensa, lo que dejaba a sus socios, de nuevo, con toda la labor en sus manos.

LA RAZÓN ofrece un reconocimiento acorde a su esfuerzo en los Premios Turismo 2023, otorgándole a Smartrental Group el Premio a la empresa más innovadora en productos hoteleros, serviced apartments y colivings. «Conseguir este premio es un reconocimiento a una trayectoria de muchos años, de mucho esfuerzo y mucho trabajo, y ser reconocidos

de manera pública para nosotros tiene una gran importancia. Estamos muy agradecidos, muy orgullosos y sin duda nos anima a seguir creciendo con la mismas ganas, perseverancia e ilusión», confiesa Fernando Rodríguez, socio fundador, vicepresidente y encargado, además, de recoger el

galardón junto a Ruth Ramos.

¿Por qué son número uno? Smartrental Group es una compañía de property management 2.0, es decir, un operador 360. «Los productos que ofrecemos son disruptivos y diferenciales frente a otras marcas más tradicionales del sector, ya que hemos sabido aglu-

Autorretrato: los inicios

► «Smartrental Group nació hace 12 años con mucho esfuerzo e ilusión tanto por mi parte como de mi socio Fran y algún otro más que estuvo en los inicios», confiesa su socio fundador, Fernando Rodríguez. «Comenzamos con nuestros ahorros, y sin apenas salario durante los primeros años,

en los que reinvertíamos en el proyecto todos los ingresos. Montábamos muebles por la noche y hacíamos “checkings” por el día. Contratamos personal de limpieza y de mantenimiento, pero el resto lo hacíamos nosotros. Así tres años, pero cargados de ilusión y ganas».

tinar a la perfección la STR (corta estancia) con la MTR (Media Estancia), que cada vez están más unidas y van más de la mano», destaca su fundador. Una opción ideal para perfiles como nómadas digitales (aquellos que trabajan viajando), pues pueden alojarse unos días, semanas o meses, gente que se mueve por trabajo, estudiantes e incluso personas que hacen turismo. «Cada vez está todo más consolidado y más unido. Smartrental ofrece una solución para cada forma de viajar», asegura.

«Coliving», un estilo de vida

«Algo más que un piso compartido» es lo que significa el término «coliving», que lleva años coexistiendo entre el estilo de vida de centenares de personas. Esta práctica, con mayor recurrencia en ciudades como Madrid, Barcelona o Sevilla consiste en compartir las estancias comunes de un edificio, a cambio de pagar una renta me-

«Nuestros clientes exigen calidad y variedad, y nosotros procuramos satisfacer sus demandas»

«Cada vez está todo más unido. Smartrental ofrece una solución para cada forma de viajar»

nor. Una experiencia que facilita la vida a personas que no pueden permitirse la adquisición de una casa o un alquiler, debido a los, cada vez más, elevados precios.

Smartrental Group pone en marcha su propia oferta de «coliving» con el plan «Live it», disponible en Madrid y Barcelona. Una forma de vida diferente, multicultural y multilingüística. Un total de 300 habitaciones con espacios comunes, azoteas, eventos y actividades en las que poder interactuar con el resto de los vecinos. Además, los ubicados en Barcelona también cuentan con gimnasio y un espacio para trabajar.

Aun así, su proyecto no ha parado de crecer, pues Smartrental Group, además de su sede en Madrid, posee un porfolio de estancias en Barcelona, Valencia, Ibiza, Las Palmas de Gran Canaria y Portugal.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - SERVICIOS TURÍSTICOS

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Cristóbal Toledo y Pepe Lugo

Grupo Nassau Trabajo, sueños, sonrisas y buen rollo

Premio Beach Club 2023 por los seis locales de distinta índole que posee en la isla de Ibiza

Los inicios de Grupo Nassau no fueron los que todos podemos imaginar cuando pensamos en negocios de fiesta y turismo en Ibiza. Seguramente nos viene a la cabeza un grupo de amigos, un inversor con capital o, incluso, un grupo ya existente que diversifica su negocio. O, tal vez, hoteleros de toda la vida que buscan ampliar su negocio. Pero, en este caso, nada más lejos de la realidad. Quizás un poco lo último, ya que, efectivamente,

Grupo Nassau es una empresa familiar. Pero una empresa familiar, de la familia Braun, fundada por una madre y un hijo, que a la vez son socios en la compañía.

Los comienzos de Grupo Nassau fueron hace ya 36 años, con el hotel boutique Casa Munich (en referencia a su lugar de nacimiento). Con el paso del tiempo, Casa Munich fue dándose a conocer, creciendo hasta alcanzar su estado actual. Idílica y oculta, a día de hoy, Casa Munich se asemeja a un pueblo en miniatura, con sus ori-

ginales y elegantes bungalows sobre una superficie ajardinada de 10.000 m². Se encuentra ubicada dentro del parque nacional de Las Salinas, entre las antiguas salinas y colinas cubiertas de pinares.

Pero el sueño de aquel niño, Christian Braun, que llegó a la isla con solo nueve años, era abrir un beach club. Y lo logró 17 años después. «Era algo que no existía por entonces y ese fue el inicio de Nassau Beach Club, nuestro buque insignia. Nuestro concepto de beach club es que el cliente pueda

disfrutar de un servicio de alto nivel tumbado en una cama sin necesidad alguna de moverse», afirma Cristóbal Toledo, director general de Grupo Nassau.

Diferentes experiencias

Nassau Beach Club Ibiza es un sofisticado y exclusivo local frente al mar que ofrece una experiencia gastronómica y de ocio única. Con impresionantes vistas al mar, este lugar es perfecto para relajarse y tomar el sol. El beach club está dividido en diferentes espacios, como el restaurante, la zona lounge y la zona de playa, cada uno de los cuales ofrece algo especial.

Tanit Beach Ibiza es el otro beach club del grupo. Inaugurado en 2015, con música elegante, su refinada decoración, un servicio excelente y su exquisita comida hacen del Tanit Beach Ibiza el lugar para relajarse, disfrutar y desconectar.

Dunes Ibiza es un lugar donde comer, tomar cócteles y disfrutar de la mejor música y compañía. Situado en pleno corazón de Playa d'en Bossa, aparece con un concepto que combina gastronomía, diversión y buena música.

Cas Costas es un restaurante gri-

Il que apuesta por el turismo familiar, con actividades para los más pequeños, pero con una carta de brasa digna de los paladares más exigentes.

1742 es la última incorporación a Grupo Nassau. Se trata de un restaurante «fine dining» con un cocinero holandés dos estrellas Michelin en un palacio de casi 300 años de antigüedad. Tanto es así que, con solo dos meses de vida, este local ya ha sido mencionado en la Guía Michelin.

En resumen, un poco de todo, pero primando la calidad en cada una de las cosas que hacen y sirven. Aunque esto, también tiene un secreto. «Nuestro objetivo siempre ha sido que el cliente viva la mejor ex-

«La última incorporación es 1742, un restaurante “fine dining” que ya aparece en la Guía Michelin»

«Nuestro concepto de beach club es que el cliente pueda disfrutar de un servicio de alto nivel»

periencia posible en nuestros locales, donde se transmite siempre la misma filosofía: empleados contentos, clientes felices. Esta es la mejor manera de fidelizar a «nobos», revela Cristóbal Toledo. «El servicio único de nuestros empleados, sus sonrisas y su buen rollo, son una experiencia que hay que vivir para entender. Esto es lo que realmente nos diferencia».

Y es que son muchos los que se atreven a ponerse de cara al público en un local que prevén que será emblemático, pero también es cierto que son pocos los que lo consiguen. Y son menos todavía los que pueden presumir de haber recibido el galardón Beach Club 2023 en los Premios Turismo de LA RAZÓN. «Recibir este premio es, sobre todo, una gran alegría, porque nos da la seguridad de que todo el trabajo, que tanto yo como todo el equipo hacemos día tras día, está dirigido en el rumbo correcto. Ahora, solo nos queda seguir creciendo, pero también seguir mejorando cada día, y con sorpresas que todavía no se pueden contar pero que pronto saldrán a la luz», acaba, misterioso, Cristóbal Toledo, director general de Grupo Nassau.



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Mónica Bujaldon y Pepe Lugo

Bujaldon nació hace cincuenta años, como una corredería local donde el socio fundador, Jacinto Bujaldon, trabajaba comercializando seguros generales entre los habitantes de la localidad barcelonesa de Canovelles, acompañado de su esposa Ana Santiago.

Con el paso de los años se incorporaron a la empresa familiar los descendientes. En primer lugar, Aleix Bujaldon, especialista en el área financiera (y actual CEO de la empresa) y, posteriormente, Mónica Bujaldon, especialista de área contable y laboral.

Vocación de servicio

Con savia nueva, nace la inquietud de redirigir el negocio hacia otro sector, pero siempre dentro del mundo del seguro, y empieza la primera etapa de Bujaldon como un modesto bróker de seguros de viaje, totalmente desconocido para las agencias y con una penetración prácticamente nula en un sector. Tras años de arduo trabajo, Bujaldon comienza a hacerse un pequeño hueco en un mercado monopolizado por gigantes, fidelizando a agencias gracias a la vocación de servicio, y empezando a crecer de una manera exponencial.

A principios del año 2020, la campaña de la venta de seguros

de viaje se preveía muy fructífera, pero llegó la pandemia y el negocio desapareció por completo. Bujaldon, y a diferencia de otros competidores que prácticamente se borraron del panorama, optó por seguir dando soporte y asesoramiento a las agencias de viaje, trabajando sin descanso y ante la adversidad de ver como un ne-

gocio en auge desaparecía por completo. «Debemos dar las gracias a todo el equipo, que se involucró al máximo para intentar minimizar la situación y el impacto, no solo económico, sino emocional, moral y psicológico de nuestros clientes», recuerda Aleix Bujaldon Santiago, CEO de Bujaldon.

Tras ese periodo de vacío, Bujaldon se convirtió en el primer bróker en lanzar al mercado un seguro con garantías Covid-19 que daba la posibilidad a los clientes asegurados de cancelar su viaje programado si se daba esa circunstancia. Luego hubo otros, hasta disponer de más de cuarenta productos con las más variadas

garantías, siendo el último bróker en retirar los seguros de cancelación voluntaria por parte de los asegurados.

Después vinieron situaciones como la erupción del volcán de La Palma, donde el bróker facilitó asistencia y soporte de manera totalmente altruista a los afectados; el conflicto bélico entre Ucrania y Rusia; o el terremoto de Turquía.

Aquí Bujaldon siguió actuando siempre con contundencia y facilitando a las personas aseguradas tanto la repatriación como la posibilidad de cancelar su seguro de viaje sin incurrir en ningún gasto. «Algo impensable para algunos, para Bujaldon se trata de una práctica habitual», asegura el CEO.

Esto, unido a que las agencias de viajes confían en el buen hacer del bróker en los momentos más complicados de su negocio, provoca que las agencias de viajes confíen en Bujaldon como su principal proveedor de seguros para ofrecer a sus clientes.

Bujaldon lanzó el primer seguro de garantías Covid-19 con posibilidad de cancelar un viaje programado

«Este galardón refuerza nuestra convicción de haber obrado y seguir obrando de la mejor manera posible»

En la actualidad Bujaldon es, según los indicadores, uno de los principales actores del mercado asegurador del viaje, con un equipo profesional y cercano, y orgulloso de haber formado parte de un lustro de la historia de un modesto negocio de una pequeña población de Barcelona.

Visto todo esto, no es de extrañar que Bujaldon haya sido reconocida con el Premio al mejor bróker de seguros de viajes para agencias en los Premios Turismo de LA RAZÓN. «Este galardón nos crea la necesidad de disponer de más objetivos que cumplir, pero también refuerza nuestra seguridad y convicción de haber obrado y seguir obrando de la mejor manera posible. Este premio lo recibe todo nuestro equipo humano al completo y es también para las agencias de viajes que confían cada día en Bujaldon», agradeció Mónica Bujaldon en la gala.

Bujaldon Seguridad en todos sus viajes

La agencia barcelonesa se alzó con el Premio al mejor bróker de seguros de viajes para agencias

Sobre Bujaldon

► Bujaldon es un bróker especializado en la comercialización de seguros de viaje de venta online exclusivamente a través de las agencias de viajes. La principal razón de la existencia de Bujaldon está orientada a la vocación de servicio, siempre a la van-

guardia de las últimas novedades y ofreciendo a las agencias de viajes la posibilidad de contratar las mejores pólizas del mercado para sus clientes y, en caso de que les ocurra algún siniestro, dar asesoramiento para gestionarlo con la compañía aseguradora de la manera

más eficiente. La mejora constante y la monitorización de cada una de sus acciones le permite, no solo progresar, sino crecer cada vez más, llegando a convertirse en el bróker más nombrado por su eficiencia en prácticamente todos los ámbitos de los últimos años.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - SERVICIOS TURÍSTICOS

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Javier Martín-Borregón y Pepe Lugo

y desarrollar soluciones a medida para cubrir esas necesidades. Por tanto, se trataba, y así sigue tratándose, de la única Entidad de Telecomunicaciones Globales en España especializada y dedicada en exclusividad al sector hotelero», asegura el CEO. «Nuestro ADN a día de hoy sigue siendo el mismo: conocer de primera mano las necesidades del sector y desarrollar soluciones a medida. Estas son, en su gran mayoría, soluciones en terrenos como el Wifi, datos fijos, televisión, IPTV, Chrome Cast, CCTV o voz. Es decir, somos la solución global y cubrimos cualquier necesidad».

El ADN diferencial

«Nuestro factor diferencial es muy claro, y no es otro que este ADN del que hablábamos». Las empresas con las que compiten son, mayoritariamente, las grandes compañías multinacionales que configuran el sector. Estas tienen como principal ventaja que por su volumen y marketing reciben de forma continua un flujo muy importante de oportunidades de nuevos clientes. Pero, del mismo modo y en general, esto mismo es su gran desventaja, ya que «debido a su volumen no le es nada sencillo dar un servicio de calidad ante un despliegue o incidencia», opina Martín-Borregón.

Por el contrario, ahí radica el valor diferencial y fundamental de C.T.Bell. Haciendo la misma comparativa que con las grandes multinacionales, C.T.Bell, al ser una entidad mucho más pequeña, no se le presenta un volumen tan grande de nuevas oportunidades de negocio, pero, al mismo tiempo, gracias a tener este volumen más reducido, le es posible dar un servicio que las grandes compañías no pueden: un trato de excepcional calidad a sus clientes y absolutamente a su medida. Esta calidad también determina la altísima fidelidad con la que cuenta C.T.Bell por parte de sus clientes.

Y así piensan seguir, ya que, de cara al futuro, C.T.Bell tiene como reto el mismo que ha tenido a lo largo de su trayectoria, el de seguir liderando las «soluciones en telecomunicaciones a medida de cada necesidad, siendo capaces de aportar las últimas tecnologías (algo que no es sencillo en un mercado con tal velocidad de evolución en las soluciones) y priorizando tanto en las soluciones aportadas como en lo fundamental: el trato con el cliente y su satisfacción», destaca Francisco Javier Martín-Borregón, CEO de C.T.Bell.

C.T. Bell: Proximidad y calidad en telecomunicaciones hoteleras

C.T.Bell es el fruto de la idea de un emprendedor que a los 25 años se lanzó a un mercado que, hasta ese entonces, era exclusivo de un ente público (la compañía Telefónica). Ese sector era el de las telecomunicaciones y, al calor de las primeras y pequeñas liberalizaciones que se iban efectuando, C.T.Bell encontró su lugar para enraizar y empezar a crecer. De esto se cumplen, este 2023, 34 años; 34 años de vida que tienen como añadido que C.T.Bell recibió el Premio a la calidad en soluciones de telecomunicaciones para el sector hotelero en la XII edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN. «Este premio, para nosotros, representa mucho, ya que supone, en alguna medida, el reconocimiento a una trayectoria dilatada en la que una pequeña Pyme Española ha logrado, no solo sobrevivir, sino tener un nivel de aceptación

Recibió el Premio a la calidad en soluciones de telecomunicaciones para el sector hotelero

importante en un entorno de competencia de grandes compañías multinacionales con recursos casi ilimitados. Y esto creemos que supone un reconocimiento a ese valor que puede tener la especialización», destaca Francisco Javier Martín-Borregón, CEO de C.T.Bell.

C.T.Bell es una compañía global de telecomunicaciones de servicios plenos que busca satisfacer las necesidades del mercado hotelero en este aspecto. Para entender mejor su despliegue cabe decir que es capaz de ofrecer soluciones tan sencillas como dotar de los mejores equipamientos en Wifi,

«Este galardón supone un reconocimiento a ese valor que puede tener la especialización»

«Nuestro factor diferencial es nuestro ADN: conocer de primera mano las necesidades del sector»

datos, CCTV, Voz, Chrome Cast, IPTV... Pero también puede llegar hasta los despliegues más complejos de redes inteligentes vía infraestructuras de redes GPON o similares. «Tuvimos el honor y la oportunidad histórica de liderar los grandes cambios que liberalizaron el sector de las telecomunicaciones en España vía LOT y de ser de los primeros operadores globales privados que hubo en España», recuerda Francisco Javier Martín-Borregón.

Con su fundación, C.T.Bell tenía la idea clara de llegar a satisfacer, vía especialización, las necesidades en telecomunicaciones de un sector concreto, que era el turístico. Pero, quería especializarse todavía más, y se centró en enfocarse absolutamente a la actividad de los establecimientos hoteleros. «C.T.Bell tenía (y sigue teniendo) como vocación fundamental escuchar las necesidades del sector

Flyschool Air Academy es uno de los centros de formación de referencia en el ámbito aeronáutico, con base en Madrid y Mallorca. Lleva más de una década formando pilotos de líneas aéreas, y más de 4.000 han pasado por sus aulas, realizando 15.000 horas de vuelo anuales. Por todo ello, Flyschool Air Academy ha sido galardonada con el Premio a la excelencia en formación aeronáutica por LA RAZÓN, un galardón que Alberto Herraiz, jefe del Departamento de Teóricas (CTKI), agradeció en la gala de los Premios Turismo 2023.

«Muchísimas gracias a LA RAZÓN por este reconocimiento. Para nosotros, significa mucho estar aquí, compartiendo trayectoria con los mejores profesionales del sector turístico. Nuestra escuela comenzó como un sueño hace doce años en la base de Cuatro Vientos de Madrid. Tras muchos años de esfuerzo y de rodearnos de los mejores, nos hemos convertido en una de las

Flyschool Air Academy Advanced, Professional y Cadet Program

Recibió el Premio a la Excelencia en formación aeronáutica

principales escuelas de referencia de pilotos de la capital. Hemos triplicado nuestra flota y nuestro equipo de profesionales, hemos abierto una base en Mallorca, y creado nuestro propio centro de

mantenimiento. Enhorabuena a todos los que están hoy aquí y es un orgullo que un medio como LA RAZÓN haya sabido reconocer nuestros logros», afirmó Herraiz en su discurso.

Para Alberto Herraiz, «probablemente nos encontremos en unos de los momentos más dulces de la aviación a nivel global, con una tasa de crecimiento del 4,6% anual, siendo las aerolíneas españolas las que más están creciendo, ejemplo de trabajo bien hecho durante y después de la pandemia». Añade que, «se espera incorporar a 550.000 pilotos, a nivel mundial, en los próximos 20 años. Una demanda nunca vista que supondrá importantes mejoras salariales».

Como profesión de presente y futuro, formarse en Flyschool Air Academy da las garantías necesarias para afrontar el reto con éxito. Así, la escuela ofrece dos opciones de formación para la obtención de la licencia de piloto comercial. La primera, realizar un curso integrado: una formación de calidad por los alumnos que la llevan a cabo en 18 meses, simultaneando las clases teóricas con los vuelos de formación y saliendo de la escuela con mayor número de horas de vuelo instrumental.

La segunda opción es el curso modular, que permite avanzar progresivamente en la formación y compatibilizar con otros estudios o trabajo e, incluso, realizar parte de la formación con plataformas distance learning. «Los alumnos pueden elegir distintos paquetes de formación de entre 260 y 500 horas de vuelo. Todos nuestros cursos incluyen el novedoso Airline Pilot Standards Multi Crew Cooperation Course (APS MCC), con un total de 40 horas de vuelo en nuestro simulador certificado Airbus A320», explica Herraiz.

Además, los alumnos tienen la garantía de que los cursos cumplen con todos los requisitos de la Agencia Europea de Seguridad Aérea (EASA), siendo de las primeras escuelas en implementar los últimos requisitos formativos como el PBN, UPRT y KSA. Además, el profesorado es de altos vuelos, ya que el cuadro docente teórico está formado por un equipo multidisciplinar de pilotos de línea aérea, controladores aéreos, médicos e ingenieros aeronáuticos, todos con amplia

KIKO HURTADO



Arturo Bernal, Alberto Herraiz y Pepe Lugo

«Se espera incorporar a 550.000 pilotos, a nivel mundial en los próximos 20 años. Una demanda nunca vista»

Gracias al programa de formación exigente, la escuela ha logrado un 95% de aprobados en exámenes oficiales

experiencia y formados en técnicas pedagógicas para facilitar a los alumnos el aprendizaje de los objetivos. «Los vuelos de instrucción en avión se realizan mediante instructores de vuelo de alta experiencia, examinadores y alumnos que, tras demostrar su excelencia académica, realizan el curso de instructor de vuelo y se incorporan a nuestra plantilla docente. La formación en simulador de Airbus A320 es llevada a cabo por comandantes instructores de líneas aéreas españolas».

Gracias a esta formación exigente, la escuela ha logrado alcanzar el 95% de aprobados en exámenes oficiales, lo que permite a los alumnos presentarse a las convocatorias muy preparados y, por tanto, incorporarse rápidamente al mercado laboral.

Medios de formación

► Con una flota de 20 aeronaves, la escuela garantiza la realización de las horas de vuelo necesarias para la obtención de la licencia de piloto comercial en los plazos previstos. Los modelos empleados son Cessna 172, Piper PA28 y PA34 Séneca, Cruiser PS28 y Tecnam P2006T MKII, con un gran equipamiento y de menos de

dos años. Cuentan también con simuladores ALSIM 250 en cada base para la formación en vuelo por instrumentos, basados en avión multimotor genérico con pantallas analógica y digital, así como simuladores de Airbus A320 para la formación más avanzada y previa a la entrada del alumno en compañía aérea.

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - SERVICIOS TURÍSTICOS

European Bartender School

La mezcla ideal está en EBS

Premio excelencia y trayectoria en formación a esta empresa con más de 20 años de experiencia en el sector y 28 escuelas

European Bartender School (EBS), reconocida como la escuela de bartending más importante del mundo, está marcando un hito en la industria de la mixología con su innovador enfoque educativo. Y no es por menos que fue reconocida con el Premio excelencia y trayectoria en formación, galardón que recogió Vicente Vidal Quintana, general manager de la compañía. «Este premio es un reconocimiento de gran relevancia para nosotros como institución educativa en el sector. Es un honor ser reconocidos por el impacto tan significativo que European Bartender School (EBS) ha tenido en el desarrollo de la industria de la mixología. Creemos que este premio no solo valora la calidad de nuestro programa educativo, sino también la perseverancia, más de dos décadas de dedicación a la creación de una educación de máxima calidad, así como nuestra pasión por mejorar la vida de nuestros alumnos. Consideramos este premio como un testimonio de nuestro compromiso constante con la excelencia y el impulso de la industria a nivel global. Estamos muy agradecidos», aseguró Vidal Quintana durante su discurso.

EBS cuenta con más de 20 años de experiencia y un alcance global incomparable: 28 escuelas alrededor del mundo, tres de ellas en España (Madrid, Barcelona y Mallorca). Sus programas, diseñados por expertos del sector, son un referente para quienes buscan destacar en el competitivo mundo de la coctelería, y han consolidado a EBS como la institución líder en formación de bartenders. «Nuestro Curso de Coctelería Internacional de cuatro semanas ha sido creado cuidadosamente para proporcionar a los estudiantes las habilidades y competencias necesarias que les ayudarán a convertirse en bartenders seguros y con gran confianza en su trabajo. Desde las técnicas de mezcla más sofisticadas hasta el arte de la presentación, nuestros alumnos



KIKO HURTADO

Arturo Bernal, Vicente Vidal Quintana y Pepe Lugo

adquieren los conocimientos prácticos y teóricos para desarrollar una carrera exitosa en bartending», explica Marta Domínguez, head of marketing de European Bartender School.

Pero EBS no se limita a brindar una educación excepcional, sino que se enorgullece de ofrecer una

experiencia única en la vida que los estudiantes nunca olvidarán. «La atmósfera vibrante y colaborativa, combinada con la oportunidad de establecer conexiones con una red global de más de 70.000 graduados, instructores y referentes del sector, hace que la experiencia EBS sea inigualable».

El objetivo de EBS es revolucionar la industria de la hostelería, brindando a sus estudiantes los programas de bartending y barista más completos y vanguardistas del mundo. «Estamos comprometidos con nuestra misión de formar profesionales excepcionales, listos para enfrentar los desafíos del sec-

tor y dejar una huella duradera en la industria de la hostelería. Con un enfoque apasionado y una dedicación inquebrantable a la excelencia educativa, EBS es el destino ideal para aquellos que quieren formarse y cambiar el rumbo de su vida», comenta Domínguez.

Experiencia y conexiones

El modelo educativo de EBS se basa en la práctica y la estimulación del alumnado. Las escuelas proporcionan una experiencia social única, facilitada por la convivencia de los estudiantes en sus alojamientos exclusivos. EBS es capaz de crear un entorno real, estimulante, especialmente preparado para adquirir las habilidades fundamentales del bartending. «Los estudiantes comparten clases, prácticas y un sinnúmero de actividades de ocio. Una experiencia que, sin duda, marcará un antes y un después en sus vidas», afirma la head of marketing.

Cabe destacar, también, que EBS ha creado una plataforma única, EBS MatchStaff, que conecta a sus graduados con establecimientos

«Nuestros programas son un referente para quienes buscan destacar en el mundo de la coctelería»

«Estamos comprometidos con nuestra misión de formar profesionales excepcionales»

en todo el mundo, ofreciendo emocionantes oportunidades laborales y una red global de posibilidades profesionales. Esta combinación única de formación y conexión establece a EBS como líder en la industria.

Además, EBS tiene emocionantes planes de futuro. «Estamos comprometidos en expandir nuestro alcance, abriendo nuevas escuelas en destinos donde aún no estamos presentes, brindando a más personas la oportunidad de recibir nuestra formación. Asimismo, estamos trabajando en la expansión y crecimiento en la profesión del Barista. Manteniéndonos a la vanguardia de la industria y adaptándonos a las necesidades de nuestros estudiantes», concluye Marta Domínguez, head of marketing.

Sobre European Bartender School

► Desde su fundación en 1999, y la inauguración de la primera escuela en Kos, European Bartender School (EBS) ha experimentado un crecimiento incomparable, hasta establecerse como la escuela de bartending líder a nivel mundial. Cuentan con 28 escuelas en 20 países de cinco continentes y han formado a más de 70.000 estudiantes. EBS se enorgullece de contar con una Junta

de Educación integrada por los mejores bármans y expertos del sector, quienes garantizan que los cursos están actualizados con las últimas tendencias de la industria. Además, sus escuelas están ubicadas en lugares privilegiados, desde ciudades emblemáticas hasta destinos exóticos, brindando a los estudiantes una experiencia inolvidable.

LA GALA EN IMÁGENES - XII PREMIOS TURISMO < ESPECIAL

REPORTAJE GRÁFICO: KIKO HURTADO Y BELÉN VARGAS



Andrés Navarro, Emiliano García-Page y Manuel Torres



Andrés Navarro, Jesús Fernández, Emiliano García-Page, Arturo Bernal, Francisco de la Torre y Pepe Lugo



El Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga acogió la XII edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN



Jesús Fernández y Sergio Alonso



Francisco de la Torre, Emiliano García-Page y Andrés Navarro



Los personajes de Concert Music Festival amenizaron el evento con sus coloridos disfraces

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - LA GALA EN IMÁGENES



Joao Carvalhinho, Rita Silva, Joao Lobo, Antonio Beites, Jesús Viñuales y Aura Gonçalves



Federico Díaz, José María Román, Inés Chaguaceda y Rafael Casillas



Julián Guillén y Aura Gaitán



Natasha V. Martín y J. Manuel Orol



María García y Marianne Bebic



Félix Ramiro, Esperanza González y Manuel Torres



Sergio Alonso, Begoña Callejo, Raquel Bonilla y Manuel Torres



Tomás Fernández, Julián Guillén y Fernando Pacheco

LA GALA EN IMÁGENES -XII PREMIOS TURISMO < ESPECIAL

REPORTAJE GRÁFICO: KIKO HURTADO Y BELÉN VARGAS



Andrés Navarro, Pablo Ossorio, Francisco Ramos y Manuel Torres



Andrés Navarro, María Paz Flores, José María Román, Francisco de la Torre y Pepe Lugo



Gemma del Corral, Margarita del Cid y Pepe Lugo



Javier Pérez Parra, Santos de la Torre y Manuel Torres



R. Cobos, A. López de Álamo, M. García y M. Romero



Nacho Rodríguez, Manuel Torres, Cristina Domínguez y Gaspar Sáez



Soumaya Langhari, Khalid Mimi, Salma Sebbar y Ayoub Jillar

ESPECIAL > XII PREMIOS TURISMO - LA GALA EN IMÁGENES

REPORTAJE GRÁFICO: KIKO HURTADO Y BELÉN VARGAS



El evento contó con importantes personalidades políticas y del sector turístico

Andrés Navarro y Emiliano García-Page, en primer plano, durante la entrega de premios



La gala continuó con un cóctel en el museo

Pedro Peña, Begoña López, Gustavo Martínez, Luis Perea y Javier Zapata

Lounge Mi Momento con coctelería Premium por Barrel Bartenders



Turismo de Marruecos ofreció una degustación

Domingo Martínez, Fran Cárceles, Lucía de Andrés y N. Díaz

Pablo Álvarez durante la cena a cargo de Alabardero Catering



SOMOS TU PARTNER DE EXPERIENCIAS

creaas[®]

AGENCIA DE EVENTOS
Y MARKETING DIGITAL

AVDA. DE LA INDUSTRIA 34
28108 - ALCOBENDAS - MADRID

916516655 | CREAAS.COM



Desde 2011

BARREL
BARTENDERS

BARRELBARTENDERS.COM
916516655

SERVICIO DE BARTENDERS
COCTELERÍA
TEAM BUILDING
EVENTOS PRIVADOS

ESPECIAL > DESTINOS

Andalucía, una escapada de ensueño para reconectar

La región ofrece una combinación única de cultura, ocio, playas y deporte para disfrutar del verano con los servicios turísticos más completos de España

El sol se esconde más tarde, pero los helados se derriten más rápido; el calor se apodera de buena parte de España, pero llegan las vacaciones. Como diría el poeta andaluz Manuel Machado en su poema que titula como la estación del año en la que nos encontramos, «paleta completa: verano». Una paleta de colores y sensaciones que nos da una oportunidad para reconectar. En julio, agosto y septiembre los españoles no renuncian a disfrutar de las vacaciones ya que, llegados a esta época, se hace necesario disfrutar de unos días de desconexión. En este contexto, Andalucía ofrece opciones para todos los gustos: desde sus atractivos culturales de siempre a las mejores playas y entornos naturales, pasando por eventos, fiestas y festivales a lo largo de toda la geografía.

Una de las opciones más refrescantes –y no solo por la posibilidad de darse un chapuzón– es visitar alguna de las playas paradisíacas y de ensueño que podemos encontrar en los más de 800 kilómetros de costa con los que cuenta la comunidad autónoma. Además, en este enclave privilegiado al sur de Europa los días y las noches dan una tregua a las altas temperaturas del interior de la península. Sin duda, las playas de Andalucía constituyen un patrimonio natural con personalidad propia y son la opción ideal para pasar las vacaciones de verano. El litoral, desde la Costa de Almería, la Costa Tropical gra-

nadina, la Costa del Sol en Málaga o la Costa de la Luz de Cádiz y la Costa de la Luz de Huelva, conforma un paraje natural idílico, unido al sol omnipresente. A todo ello se suma la increíble oferta cultural, deportiva, gastronómica y hotelera que gira en torno a la vida de las ciudades y bellos pueblos que envuelven a estas playas.

Además, el litoral andaluz reúne una gran cantidad de espacios singulares que hay que visitar al menos una vez en la vida. Por ejemplo, en la comunidad se encuentra el acantilado dunar más alto de Europa y un rincón muy poco conocido y casi inaccesible. El Acantilado del Asperillo, ubicado

en la localidad onubense de Almonte entre las poblaciones de Matalascañas y Mazagón, es un sistema de dunas fósiles que se extienden a lo largo de doce hectáreas de costa. Junto a este enclave se encuentra la Laguna del Jaral, un gran claro en un frondoso bosque de pinos, en el que se encuentra una bajada a la playa a la que, curiosamente, solo se puede acceder mediante una cuerda. También en Huelva es muy recomendable visitar la playa de Doñana, que con sus 28 kilómetros se consolida como la más larga de España.

Cádiz, famosa por su extensa costa, ofrece playas espectaculares como La Barrosa, ubicada en la localidad de Chiclana de la Frontera. Esta playa cuenta con arenas doradas y aguas cristalinas, ideal para disfrutar de un día de sol y mar. Otra playa destacada en Cádiz es Bolo-

nia, caracterizada por su belleza natural y su famosa duna de arena, un lugar perfecto para los amantes de la naturaleza. Asimismo, muy cerca de ella se encuentra el Conjunto Arqueológico Baelo Claudia. Declarado Monumento Histórico Nacional, esta ciudad-factoría pesquera romana sorprende por su buen estado de conservación.

Un litoral de lo más variado

En Málaga encontramos la Costa del Sol, conocida por sus magníficas playas. Una de las más destacadas es Playa de la Malagueta, ubicada en pleno corazón de la ciudad. Esta playa urbana combina la belleza del mar con la comodidad de tener todos los servicios cercanos. Otro destino en Málaga es Nerja, donde se encuentra la Playa de Burriana o una de las pocas cascadas de agua dulce en España que caen directamente al mar, en el paraje natural de Maro-Cerro Gordo.

En la provincia de Granada encontramos la Playa de la Herradura, situada en la localidad de Almuñécar. Esta playa cuenta con un entorno natural privilegiado, rodeada de montañas y con aguas tranquilas, perfectas para nadar y practicar deportes acuáticos. Además, en Granada también se encuentra la Playa de Calahonda, conocida por su belleza y su ambiente tranquilo.

Por último, Almería alberga, entre otras de gran belleza, la famosa Playa de los Genoveses, situada en el Parque Natural de Cabo de Gata. Este paraíso virgen se caracteriza por sus aguas turquesas y sus impresionantes acantilados. Otra pla-



La Mezquita de Córdoba superó en 2022 el millón y medio de visitantes



El conjunto Arqueológico Baelo Claudia está en Cádiz

ya destacada en la región es la Playa de Mónsul, famosa por su paisaje único y su arena fina. Rodeada de montañas y con formaciones rocosas peculiares, esta playa es una joya del sur. No obstante, cualquier paraje de Almería no dejará indiferente a nadie, ya que cuenta con las playas más buscadas en la red de España.

En general, el litoral andaluz ofrece un sinfín de paisajes y características únicas en sus más de 900 playas. Desde extensos arenales hasta calas escondidas, aguas cristalinas y entornos naturales impresionantes, estas playas son destinos ideales para disfrutar del sol, de la naturaleza y de la belleza del sur de España. Asimismo, todos los destinos ofrecen la posibilidad de practicar cualquier deporte, entre los que destaca el golf.

Por otro lado, sin dejar atrás las ciudades costeras, los festivales y las ferias son otros de los alicientes por los que cada año más visitantes se decantan por Andalucía en estas fechas. La Feria de Málaga se celebra este año del 12 al 19 de agosto y es una de las más animadas de la región. Al contrario que la icónica Feria de Abril de Sevilla, en ésta todas las casetas son públicas y se vive en dos escenarios distintos: por el día, la feria está en el centro y, por la noche, en el recinto ferial del Cortijo de Torres, donde se encuentran más de 200 casetas y una gran cantidad de atracciones. Además, hay que destacar la Feria Taurina de Málaga, la más importante del verano en España. En Cádiz, destaca la Feria del Caballo de Jerez, que se celebra en mayo, y las Carreras de Caballos de Sanlúcar

POR
FRAN
CÁRCELES



M.G.

El Centre Pompidou Málaga es uno de los museos más recientes de la ciudad, abierto desde 2015, y con aumento de visitantes cada año



La Costa de Maro ofrece impresionantes vistas

Andalucía cuenta con reconocidos campos de golf

Playa de los Genoveses, un paraíso de aguas cristalinas

de Barrameda, que este año tendrá lugar del 10 al 12 de agosto. Con 178 años de historia, esta cita se puede complementar con una visita al pueblito y sus monumentales iglesias, restaurantes y la playa de Bajo de Guía. Por último, en la provincia de Almería se celebran en junio las fiestas de moros y cristianos, que se desarrollan en más de una treintena de poblaciones, entre las que se encuentran algunas como Carboneras, Mojácar o Senes.

Epicentro de festivales

Además, para los amantes de la música, Andalucía se convierte en verano en un epicentro de festivales que atraen a visitantes de todas partes. Para los gustos más clásicos, en Granada se puede disfrutar del Festival Internacional de Música y Danza, que nació en la Alhambra y

tiene lugar en junio y julio; en Ronda, del Festival de Cante Grande, una cita que reunirá a grandes figuras del flamenco el 19 de agosto; o en Córdoba, del Festival de Jazz, que tiene lugar en el mes de julio. No obstante, los fanáticos de la música latina, pop y comercial también pueden disfrutar del festival Puro Latino en Sevilla (junio), Torremolinos (julio) o en el Puerto de Santa María (del 3 al 5 de agosto) con artistas como Maluma o Nicky Jam; del festival Dreambeach (del 9 al 13 de agosto), en la playa de Villaricos (Almería), con artistas de la música electrónica de la talla de The Prodigy; o del Concert Music Festival, que se celebra en los meses de julio y agosto en Chiclana de la Frontera (Cádiz) con artistas tan célebres como Alejandro Sanz, Bizarrap o Niña Pastori, entre otros.

Y por si no fuera poco, Andalucía es cultura y no puede entenderse sin contemplar su historia y su posición en el mundo. La riqueza cultural que atesora la región transportará al visitante a la más temprana antigüedad, con importantes yacimientos arqueológicos —legado de las distintas civilizaciones que se asentaron en esta bella y rica tierra—, así como con increíbles monumentos que fueron el símbolo de poder más absoluto de diferentes culturas durante los siglos pasados. La Alhambra de Granada y el barrio del Albaicín, la Mezquita y el Puente Romano de Córdoba o la Catedral, la Giralda, el Archivo de Indias y el Alcázar de Sevilla son hitos monumentales de la humanidad, un inmenso legado artístico heredado de una historia milenaria.

No hay que dejar pasar tampoco la oportunidad de disfrutar de las ciudades de Úbeda y Baeza, en Jaén, ambas Patrimonio de la Humanidad, o localidades como Arcos de la Frontera, en Cádiz, Ronda, en Málaga, o Moguer, en Huelva. Como complemento, el viaje por Andalucía ofrece la oportunidad de conocer obras de pintores de siglos pasados y de las exposiciones contemporáneas más completas del panorama actual. En Sevilla se encuentra el Museo de Bellas Artes, con obras de Velázquez, Murillo, Zurbarán y Valdés Leal, el Museo Arqueológico, CaixaForum o el Conjunto Arqueológico de Itálica; en Granada, el Museo de la Alhambra; y en Málaga, epicentro de arte contemporáneo y clásico, están varios de los museos más importantes de Andalucía como el Museo Picasso,

que cuenta con una extensa colección del pintor, el Museo Thyssen Málaga, con una notable colección que abarca desde el Renacimiento hasta el arte contemporáneo o, entre otros, el Centre Pompidou Málaga, la única sede fuera de Francia del Centro Nacional de Arte y Cultura Georges Pompidou.

En definitiva, Andalucía en verano ofrece una combinación única de oferta cultural, gastronómica, deportiva, playas y festivales. Desde la rica historia y monumentos hasta la deliciosa cocina, las hermosas playas y los vibrantes festivales, hay algo para todos los gustos y una experiencia inolvidable en cada rincón de la región.

Contenido ofrecido en colaboración con la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía.

Andalucía

ES TIEMPO DE VERANO

