

LA RAZÓN ²⁵ años

SÁBADO 13 DE JULIO DE 2024 • AÑO XXVI • 9.309



XIII PREMIOS



ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO

LA RAZÓN reconoce la gran labor de la industria turística

LA XIII EDICIÓN DE LOS PREMIOS TURISMO SE CELEBRÓ EN LA REAL CASA DE CORREOS CON GRAN RESPALDO DEL SECTOR

RAQUEL BONILLA. MADRID

España es un referente turístico a nivel mundial y los datos así lo corroboran. La llegada de viajeros internacionales durante 2023 marcó récord absoluto hasta superar los 85 millones de turistas. Y 2024 va por el mismo camino, pues todo apunta a que España superará de largo los 90 millones de turistas extranjeros.

El turismo es el principal motor de la economía nacional, una industria resiliente que ha sabido reinventarse. No hay duda de ello y por eso LA RAZÓN ha querido premiar, un año más, a las empresas e instituciones que tejen los mimbres del sector durante la XIII edición de los Premios de Turismo, reconociendo su buen hacer en materia de innovación, eficiencia, tecnología y servicio al cliente.

La Real Casa de Correos de Madrid, en pleno corazón de la Puerta del Sol, acogió la celebración el pasado 3 de julio. El acto fue conducido por Roberto Brasero en una gala amena y muy visual que contó con la presencia de autoridades, representantes políticos, empresas, agencias de comunicación y periodistas especializados del sector. En un entorno tan impresionante, Francisco Marhuenda, director de LA RAZÓN, dio la bienvenida a todos los asistentes y aprovechó la oportunidad para alabar «la calidad de la industria turística española que nos hace líderes a nivel mundial. Estamos ante un sector que nunca va a desaparecer, pero que ha demostrado que es capaz de reinventarse y liderar el cambio».



Mariano de Paco, consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid



Francisco Marhuenda dio la bienvenida a todos los asistentes

A continuación, tomó la palabra el consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, Mariano de Paco Serrano, quien aprovechó la ocasión para poner en valor los buenos datos turísticos alcanzados por la región madrileña gracias al trabajo común de lo público y lo privado: «Sería imposible ser referentes del turismo a nivel mundial en llegadas, gasto turístico y en oferta si las instituciones públicas y las empresas privadas no trabajaran de la mano. La gestión compartida es fundamental en este sector». Como prueba de ello, «en la Comunidad de

Madrid trabajamos cada día para hacer de la región el espacio más atractivo del mundo para vivir y para disfrutar de nuestra gastronomía, ocio, cultura y también de nuestro deporte. Y lo estamos consiguiendo, tal y como demuestra la llegada de la Fórmula 1 en 2026 o el potencial del turismo de golf. Son atractivos que están presentes durante todo el año y que nos sirven para desestacionalizar la oferta y hacer que los viajeros lleguen en cualquier momento y a cualquier rincón de la región», aseguró De Paco Serrano.

Durante esta nueva edición de los Premios



anuales de Turismo, LA RAZÓN ha querido reconocer a destinos, instituciones y empresas del sector que han marcado la agenda turística durante el último año. Por ello, se entregó el Premio por el desarrollo de la campaña «Golf in Greater Madrid» realizada por la Comunidad de Madrid junto a la Asociación de Campos de golf de Madrid, un galardón que entregó Pablo Ossorio, consejero delegado de Bodegas Hispano Suizas, a Mariano de Paco Serrano y a Enrique Gil, presidente de la Asociación de Campos de Golf de Madrid. Por su parte, el Premio a la cadena hotelera del año fue para Barceló Hotel Group, cuyo galardón recogió Antonio Bauzá, director de Marketing y Comunicación EMEA de Barceló Hotel Group. El Premio al mejor resort internacional de golf fue para Casa de Campo Resort & Villas en La Romana, República Dominicana, cuya estatuilla recogió Mónica Díaz Vecino, directora de Ventas de Golf de Europa & Asia.

El Premio al mejor festival de música fue para En la Línea Música, cuyo galardón recogieron Déborah Casillas, directora del Concert Music Festival, y Juan Franco, alcalde del Ayuntamiento de La Línea de la Concepción. Por su parte, Castilla-La Mancha fue reconocida por el proyecto Raíz Culinaria al desarrollar actividades de interés para el sector gastronómico de la región, un galardón que recogió Patricia Franco, consejera de Economía, Empresas y empleo

XIII PREMIOS TURISMO ESPECIAL



Foto de familia de todos los galardonados en la XIII edición de los Premios Turismo organizados por LA RAZÓN

de la Junta de Castilla-La Mancha. El Premio a la mejor campaña emocional de marca fue para NH Collection Hotels & Resorts para su décimo aniversario, siendo Ioana Georgescu, vicepresidente Brand Strategy de Minor Hotels Europe & America, la encargada de recoger la estatuilla. Por su parte, el Premio a la empresa líder en transporte por carretera fue para Esteban Rivas, cuyo galardón recogió Esteban Rivas, presidente de la compañía, de mano de José Luis Santos, presidente de Hoteles Santos. A continuación, la Asociación de Agencias de Viajes de Incentivo, Idemice, fue reconocida por el desarrollo del turismo sostenible con su campaña «Madrid, territorio MICE», cuyo galardón recogió Iñaki Collado, presidente de la Asociación. Por su parte, el Premio al mejor club de ocio diurno fue para O Beach Ibiza, recogido por Guido Cattaneo Panizo, technical manager de O Beach Ibiza, mientras que el Premio al mejor hotel boutique recayó en Palacio Gran Vía, a Royal Hideaway Hotel, Granada, cuya estatuilla recogió Miguel Estévez, director general del alojamiento.

El Premio a las nuevas aperturas con lanzamiento de marca en España fue para Hotel Tivoli La Caleta Tenerife Resort, un galardón que recogió Marianne Bebic, directora de Marketing & Comunicación de Minor Hotels en el sur de Europa, mientras que el Premio al destino de lujo sostenible se fue para Puerto Banús, cuyo galardón



Roberto Brasero fue el encargado de conducir la gala

recogió Benjamín Sánchez Morett, director de Marketing de Puerto Banús. Además, el Premio al mejor destino de naturaleza fue para la Diputación de Huelva, cuyo galardón recogió David Toscano, presidente de la Diputación. Por otro lado, el Premio al Mejor Club de día para familias recayó en Bam Bu Ku by O Beach, cuyo galardón también recogió Guido Cattaneo Panizo, technical manager de O Beach Ibiza.

El Premio a la excelencia turística en enoturismo en la Ribera del Duero fue para Bodegas Hermanos Pérez Pascuas Viña Pedro-

sa. Recogieron el galardón Manuel Pérez Pascuas, consejero delegado y socio cofundador de la bodega; Adolfo Pérez Pascuas, consejero delegado y socio cofundador de la bodega, y Juan de la Vega Meiland, director general. Por su parte, la cadena de hoteles y villas en Mallorca y Menorca MarSenses Hotels & Homes recibió el Premio a la cultura corporativa GenSenses, un galardón que recogió Rodrigo Fitaroni, director General de MarSenses Hotels & Homes. El Premio a la cadena hotelera líder por su excelente atención y servicio al cliente fue para AllSun Ho-

«La calidad de la industria española nos hace líderes del mundo», afirmó Marhuenda

«En Madrid los viajeros ya llegan todo el año y a toda la región», aseguró Mariano de Paco Serrano

tels, cuyo galardón recogió Uwe Prein, CEO de Alltours España, mientras que el Premio a la excelencia turística en enoturismo en las Islas Canarias fue para Bodegas Linaje del Pago, cuyo galardón recogió José María Gómez Medina, director de la bodega.

Tras la foto de familia, la Real Casa de Correos de Madrid acogió una animada celebración que estuvo arropada por marcas de gran prestigio como Bodegas Hispano Suizas, Barrel, Cervezas La Cibeles, ron y ginebra Patio Naranjos y el cortador de jamón de Maestros Jamoneros.

ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO

Comunidad de Madrid y Asociación de Campos de Golf de Madrid

Un destino de golf único en el mundo

Desestacionalizar la oferta es una de las estrategias más eficaces para hacer del turismo una industria rentable a lo largo de todo el año y en cualquier rincón. Consciente de ello, la Comunidad de Madrid ha encontrado en el deporte la mejor herramienta para lograr este objetivo. Y lo está consiguiendo gracias a estrategias como la apuesta por el golf a través de acciones tan exitosas como la campaña «Golf in greater Madrid» de la mano de la Asociación de Campos de Golf de Madrid, lo que les ha hecho ser reconocidos en la XIII edición de los Premios Turismo otorgados por LA RAZÓN. El galardón fue recogido por Mariano de Paco Serrano, consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, y por Javier Ínsula, vicepresidente de la Asociación de Campos de Golf de Madrid, de manos de Pablo Ossorio, consejero delegado de Bodegas Hispano Suizas.

«Este premio supone un reconocimiento al trabajo de gestión compartida que realizamos desde la Comunidad de Madrid con el sector, ya que se ha premiado a una campaña que se ha hecho en el marco del convenio de colaboración firmado con la Asociación de Campos de golf de Madrid», asegura De Paco Serrano, quien hace hincapié en que «el producto turístico de golf está creciendo

PREMIO POR EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA «GOLF IN GREATER MADRID»

en relevancia para el destino Madrid y ya hay personas que viajan expresamente para jugar en los campos de golf de la región, que cuenta con más de 20 campos de golf de gran calidad a escasos minutos de la capital, algo con lo que no cuentan ninguno de los grandes destinos urbanos del mundo. Por tanto, Madrid es la única gran ciudad que ofrece al visitante la opción del golf como oferta complementaria a su visita a muy pocos minutos del centro de la ciudad».

Dado el éxito cosechado, el trabajo no puede acabar aquí. Por ello, «la Comunidad de Madrid ha firmado un convenio con la Asociación de Campos de Golf de Madrid a ejecutar durante los años 2024 y 2025 para la mejora del posicionamiento de la Comunidad de Madrid como destino turístico de golf. Este convenio incluye el desarrollo de diversas acciones de promoción (fam trips, acciones en redes sociales, información a hoteles y agencias de viajes, etc.) que contribuirán a dar a conocer nuestra propuesta de valor como destino para este deporte».

Francisco Marhuenda, Pablo Ossorio, Mariano de Paco Serrano y Javier Ínsula

«La región cuenta con más de 20 campos de golf a escasos minutos de la capital»

«Madrid es el único resort de golf urbano del mundo y accesible durante todo el año»

No es de extrañar, pues, que la Comunidad de Madrid se haya convertido en un destino de turismo de golf de gran calidad que, además, permite disfrutar del resto de atractivos turísticos durante todo el año. Así, la Comunidad de Madrid es «the place to be» en Europa, el destino de moda. Y lo es por motivos de peso, ya que su gran oferta cultural se complementa con una nueva oferta gastronómica y de turismo de compras que lo convierte en un destino cada vez más atractivo y competitivo para el viajero internacional, manteniendo su identidad y valores propios que lo hacen completamente diferente.

Ventajas competitivas

Las diferencias o ventajas competitivas de Madrid como destino de golf respecto a otros destinos europeos son numerosas y se basan en varios atributos. Por un lado, destaca el excelente clima que permite su práctica durante a todo el año, a diferencia de la mayoría de los países europeos. A eso se suma la calidad de los campos de golf y su cercanía al centro de la capital, lo que permite alojarse en una gran capital turística y a escasos minutos estar en un campo de golf diseñado por nombres tan prestigiosos como Nicklaus, Olazabal, Von Haggue, Javier Arana, algunos de los mejores del mundo. Además, la competitividad en cuanto a calidad-precio respecto a otros destinos resulta abrumadora. Otra gran ventaja competitiva con la que cuenta la Comunidad de Madrid es la conectividad que ofrece con los mercados europeos, pues es, sin duda, la mejor del sur de Europa durante todo el año.

Pero lo más destacado es la completa oferta turística de Madrid, lo que la está convirtiendo en el destino de moda de Europa: cultura, ocio, gastronomía y compras. Madrid es el único resort de golf urbano del mundo. Habitualmente los destinos de golf se ubican en destinos vacacionales donde la oferta turística es muy limitada en las temporadas baja y media. Ocurre todo lo contrario en Madrid donde después de una jornada de golf se puede disfrutar de la excelente gastronomía, realizar experiencias culturales, del ocio nocturno de la capital, de su oferta de compras... una propuesta imbatible como destino de golf, y alojándose en la planta hotelera de cinco estrellas de Madrid que cada vez está incorporando nuevos establecimientos. Además, existen campos de golf en los destinos culturales Patrimonio Mundial por la Unesco de la región y se puede practicar golf en Alcalá de Henares, Aranjuez y San Lorenzo de Escorial. En este último destino se encuentra el Real Golf de La Herrería, que ofrece la icónica imagen del Monasterio de San Lorenzo de El Escorial mientras se juega al golf.





DAVID JAR

Francisco Marhuenda, Antonio Bauzá y Mariano de Paco Serrano

Barceló Hotel Group

La solidez del liderazgo hotelero

PREMIO A LA CADENA HOTELERA DEL AÑO

Hablar de turismo en nuestro país implica, inevitablemente, pensar en Barceló Hotel Group, la división hotelera del Grupo Barceló que ha sido elegida como Cadena hotelera del año durante la XIII edición de los Premios Turismo otorgados por LA RAZÓN, un galardón que recogió Antonio Bauzá, director de Marketing y Comunicación EMEA de Barceló Hotel Group.

Sobran las razones para este reconocimiento, pues Barceló Hotel Group ha logrado consolidarse por méritos propios como la segunda cadena de España y una de las 30 más grandes del mundo en número de ha-

bitaciones. Las cifras no dejan lugar a dudas, ya que actualmente cuenta con 300 hoteles urbanos y vacacionales de cuatro y cinco estrellas –que suman 65.204 habitaciones–, distribuidos en 30 países y comercializados bajo cuatro marcas: Royal Hideaway Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels. Sin olvidar que también forma parte del grupo Crestline Hotels & Resorts, una compañía hotelera independiente con 129 establecimientos en EE UU.

Además de los números, la reputación y el conocimiento de la compañía están al alza, pues «Barceló Hotels & Resorts es la primera marca del sector turístico en el top

10 de las marcas más fuertes de España», confirma Bauzá. De hecho, la cadena hotelera revalida el tercer puesto de las marcas más fuertes de nuestro país en el ranking de Brand Finance. Ya eso se suma que aumenta su valor de marca en un 8,5% hasta alcanzar los 638 millones de euros, consolidando su posición entre las 50 más valiosas de nuestro país. Además, ha sido reconocida como «Mejor Compañía Gestora de Hoteles del mundo» en los «World Travel Awards», considerados los «Óscar del Turismo».

Un 2023 que supera las expectativas

Recientemente Grupo Barceló presentó su Memoria Anual 2023, un documento que recoge los resultados de la compañía, así como las iniciativas más destacadas realizadas por las diferentes divisiones del Grupo durante el pasado año. Este documento refleja que el trabajo bien hecho tiene recompensa, ya que la compañía ha superado todas las expectativas, pues «los principales indicadores reflejan unos resultados muy positivos que permiten afrontar el futuro con optimismo. Gracias al esfuerzo y trabajo de las más de 38.000 personas que forman parte de Grupo Barceló, el 2023 se cerró con una cifra de negocios de 6.700 millones de euros, un 17% más que el año pasado, y un resultado neto de 193,9 millones de euros, un 14% más que en 2022», detalla Bauzá.

Ejemplo de turismo regenerativo

Si hay algo que Barceló Hotel Group tiene claro es la necesidad de apostar por el turismo regenerativo. En este sentido, «la estrategia de sostenibilidad Barceló ReGen está destinada a impactar positivamente en los destinos en los que está presente, contribuyendo al desarrollo de la economía local, apostando por el cuidado del medioambiente y de las personas. Gracias al proyecto Sostenibilidad de impacto, la compañía puede identificar y medir tanto los impactos transversales y específicos de los hoteles en los destinos. Siempre siguiendo un objetivo principal: avanzar hacia un turismo regenerativo, un turismo más justo y ético, capaz de generar recursos locales y creando un impacto positivo global», explica Bauzá, quien destaca que, «con el objetivo de que todos los hoteles de la compañía sean sostenibles en el largo plazo, Barceló Hotel Group utiliza la innovación para mejorar los procesos que ayuden a reducir al máximo la huella medioambiental».

El horizonte de la compañía resulta prometedor, tal y como demuestran aperturas recientes como las de Benidorm y Lanzarote, «que confirman el compromiso de Barceló Hotel Group de seguir creciendo en nuestro país, donde en 2023 ha abierto nuevos hoteles en Huesca, Barcelona, Murcia, Granada, Pamplona y Las Palmas de Gran Canaria», asegura Bauzá. Todo ello sin dejar de lado la expansión internacional con la incorporación de establecimientos en Portugal, Polonia, Malta, Eslovenia y Marruecos. De hecho, en 2023 se han puesto en marcha nuevos hoteles en Oriente Medio y norte de África, posicionándose como la cadena hotelera española líder en la zona MENA, donde gestiona más de 20 hoteles en cinco países. «Y el objetivo es continuar creciendo en esta zona geográfica donde Barceló Hotel Group está valorando otros proyectos en esos destinos, así como en nuevos países como Bahréin, Qatar y Arabia Saudí», avanza Bauzá. Con la apertura de nuevos hoteles en Indonesia, Sri Lanka, Maldivas y Tailandia, el objetivo es seguir creciendo en otros destinos del sudeste asiático, una zona estratégica para la expansión de la compañía por su enorme potencial turístico. «Este crecimiento refleja la sólida convicción del grupo de que una compañía no puede ser medida por la cantidad, sino por la solidez, su rendimiento a largo plazo y su nivel de estrategia», asegura Bauzá.

ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO

Casa de Campo Resort & Villas es de sobra conocido por los amantes del golf. Quienes han tenido oportunidad de viajar a La Romana, en República Dominicana, disfrutar de sus magníficas instalaciones y jugar unos hoyos en sus imponentes campos no cesan de soñar con repetir. Mientras, los que todavía no han podido hacerlo, lo tienen apuntado en su lista top de deseos. Este lugar nombrado entre los 100 mejores resorts de golf del mundo por la revista «Golf» es, sin duda, el primer destino de este deporte del Caribe; un lugar mágico con medio siglo de vida en el que el viajero puede desconectar, vivir una experiencia de súper lujo en un entorno mágico y disfrutar de una de sus aficiones favoritas. Un verdadero privilegio.

Con todos estos ingredientes no resulta extraño que se haya alzado con el Premio al Mejor Resort Internacional de Golf en la gala de los Premios Turismo 2024. Mónica Díaz Vecino, directora de ventas para el segmento golf del resort en Europa, fue la encargada de recibir este reconocimiento que «supone un honor inmenso para Casa de Campo». Este premio «es un reconocimiento a nuestro constante esfuerzo por ofrecer a nuestros huéspedes y golfistas una experiencia de golf inigualable y unos servicios de alto nivel» insiste Mónica.

Esta obra del mítico legendario diseñador de campos de golf Pete Dye cuenta con tres

Casa de Campo Resort & Villas

Un paraíso para los amantes del golf

PREMIO AL MEJOR RESORT INTERNACIONAL DE GOLF

recorridos diferentes abiertos a los visitantes: «Teeth of the Dog», «Dye Fore» y «The Links». Estos tres campos son el principal aliciente de este enclave que, además, ofrece una gran variedad de paquetes para los aficionados al golf a fin de garantizar una experiencia única y un viaje especial e inolvidable a los apasionados de este deporte. No obstante, además de estos campos de golf de clase mundial, Mónica expone que entre las señas de identidad y los puntos fuertes de Casa Campo Resort & Villas se encuentran «nuestra ubicación privilegiada en un entorno natural espectacular con más de 2.000 Villas y Hotel, nuestro personal con un servicio amable y dedicado, así como nuestra oferta complementaria de ocio, que

el visitante no podrá encontrar en ningún otro complejo de estas características. Garantizamos una experiencia verdaderamente única y exclusiva». Porque este resort es un auténtico paraíso para los golfistas, pero no solo los aficionados a este deporte encuentran en este lugar un refugio idóneo para su descanso. Casa de Campo cuenta con una impresionante oferta complementaria, que lo convierte en un enclave de lujo idóneo para cualquier viajero: habitaciones y villas impresionantes; restaurantes gourmet; centro ecuestre para pasear a caballo; áreas para hacer footing; marina donde se ofrecen actividades como paddle surf y canoa; campo de tiro al plato; canchas de pádel, tenis y pickleball; spa con tecnología de

última generación, acceso a playas vírgenes de ensueño...

Este resort ha celebrado recientemente su 50 aniversario y continúa mirando al futuro con mucha ilusión: «Después de todos estos años de excelencia, Casa de Campo Resort continúa planteándose numerosos retos. Entre los principales objetivos que contemplamos a corto y medio plazo se encuentran mantener nuestros altos estándares de calidad y servicio; continuar innovando para ofrecer a nuestros huéspedes experiencias nuevas y emocionantes y, por supuesto, seguir promoviendo el golf como parte integral de la experiencia turística en República Dominicana. Pretendemos continuar liderando el sector y siendo un referente a nivel mundial».

Detrás de este proyecto hay un equipo humano excepcional, que trabaja duro todo el año para hacer realidad el sueño de cuantos tienen el privilegio de poder visitarlos. Díaz Vecino quiere hacerles partícipes de este honor: «Quisiera destacar que cualquier proyecto que Casa de Campo pone en marcha no sería posible sin el trabajo duro y la dedicación de todo el increíble equipo que lo forma. Estamos muy orgullosos de lo que hemos logrado y estamos emocionados por lo que el futuro nos depara, ya que continuamente estamos innovando y mejorando nuestros productos y servicios», concluye emocionada la directora de ventas para el segmento de golf del resort en Europa.

DAVID JAR



Francisco Marhuenda, Mónica Díaz Vecino y Mariano de Paco Serrano

Renovación integral para afinar el lujo

En los últimos años se han realizado diferentes reformas para mejorar y redecorar algunas de las instalaciones del excepcional diseño de Pete Dye, pero se prevén más cambios. Para continuar garantizando una experiencia de lujo y manteniéndose en el pódium del turismo de golf en El Caribe, Casa de Campo prevé cerrar al próximo el próximo 2025 para someterse a algunos retoques. Díaz Vecino explica que el objetivo de esta renovación integral «no solo es afinar su atractivo estético, sino también mejorar la experiencia de juego en todos los niveles. Será como rejuvenecer el campo. Se seguirá la visión original de Dye, pero se incluirán avances agronómicos de última generación para proporcionar mejoras estratégicas. Además, la introducción de Paspalum Pure Dynasty proporcionará una tolerancia y resistencia al juego excelentes durante todo el año, sea cual sea el parte meteorológico», avanza.



DAVID JAR

Francisco Marhuenda, Déborah Casillas, Juan Franco y Mariano de Paco Serrano

cultural y digital, expone que esta cita musical «ha sido un revulsivo para nuestra ciudad, ya que ha supuesto un enorme salto de calidad en cuanto a eventos culturales y de ocio se refiere. Hasta la fecha, se venían realizando eventos musicales en nuestro municipio, aunque con un formato más pequeño y con una gestión directa por parte del Ayuntamiento o bien con la colaboración puntual de productoras, pero nada comparable a lo que desde estos dos últimos años se ha podido disfrutar. El reto era muy ambicioso, ya que se intentaría crear un producto que permitiese desestacionalizar el turismo de la ciudad y que produjese un retorno económico y de mejora de la visibilidad de la ciudad, y la experiencia ha superado con creces los mejores resultados planteados, pudiéndose disfrutar de campañas de comunicación en televisión, radio, prensa escrita, publicidad en estaciones de trenes y AVE, vallas publicitarias en carretera, etc, lo que ha permitido posicionar a La Línea de la Concepción en el panorama turístico nacional».

Apuesta arriesgada con buen retorno

Según el teniente alcalde, este festival ha sido una apuesta arriesgada, pero «el retorno ha sido descomunal». Asimismo, «nos ha permitido posicionarnos como el referente a nivel de eventos musicales dentro de la comarca del Campo de Gibraltar e incluso competir con otros festivales mucho más asentados en la Costa del Sol. Todo esto crea una corriente de positivismo y va transformando la visión que perciben los propios ciudadanos de su ciudad. Parafraseando al alcalde, estos cambios van calando en la comarca convirtiéndonos en la ciudad de moda en el Campo de Gibraltar», añade.

Tanto está calando el proyecto, que el objetivo de ciudad gaditana es dar continuidad al proyecto como mínimo cuatro años más. «Se han renovado las instalaciones deportivas que permitirían crear nuevos espacios con mayores aforos y, por qué no, soñar con eventos de mayor formato. Es un reto que lanzaremos al Grupo Concert tour para que pueda valorar su viabilidad», añade Sebastián Hidalgo, quien también quiere mostrar su agradecimiento a quienes creyeron en este proyecto desde el primer momento, «en particular a Pablo Zambrana y Luis Miguel Delgado, personal del Ayuntamiento de La Línea, a Rafa Casillas y a toda su familia y al Grupo Concert Tour, que han demostrado por qué son todo un referente a nivel empresarial dentro del sector y por último a toda la corporación municipal de La Línea por creer que era posible cambiar el rumbo de una ciudad tan maltratada a nivel mediático para generar una imagen positiva y que permita posicionar a la ciudad dentro del panorama turístico».

En la Línea Música

La mejor música suena en La Línea de la Concepción

PREMIO AL MEJOR FESTIVAL DE MÚSICA

En cuanto las temperaturas empiezan a ascender y el buen tiempo hace acto de presencia, los amantes de la música comienzan su particular peregrinaje por los festivales más destacados de la geografía española. El turismo musical no para de cosechar éxitos y se está convirtiendo en una de las opciones de ocio más aclamadas por el público de todas las edades. «En La Línea Música», que se desarrolla en los meses de primavera y otoño en El Palacio de Congresos y Exposiciones y en la Plaza de Toros «El Arenal» del municipio gaditano La Línea de la Concepción, es una de las citas musicales que se ha hecho imprescindible y se ha convertido en un referente cultural y un importante reclamo turístico.

En su última edición, este ciclo de conciertos organizado por Grupo Concert Tour ha subido al escenario a artistas de la talla de Malú, Diana Navarro, Abrahán Mateo, Luz Casal, El Barrio y Omar Montes; y completará la oferta cultural con las actuaciones de Andy Lucas, Los Chicos, Salvador Sobral, Martita de Graná, Ángel Martín y El Arrebató en los próximos meses. Tal ha sido la aceptación que muchos conciertos han colgado el cartel de «agotadas localidades».

De ahí que este ciclo de conciertos con artistas de primer nivel se alzara el pasado 3 de julio con el Premio al Mejor Festival de Música en los XIII Premios de Turismo organizados por LA RAZÓN. Juan Franco, alcalde de esta localidad, y Déborah Casi-

«Este tipo de eventos pueden convertirnos en la ciudad de moda en el Campo de Gibraltar»

llas, directora de Concert Music Festival, fueron los encargados de recoger el galardón. «Se nos galardona por el mejor ciclo de conciertos a lo largo de 2022. Estamos muy contentos porque se nos reconoce con logros como este. Seguimos transformando nuestra ciudad y cambiando la imagen que se tiene de nosotros fuera de nuestras fronteras. Actos como estos nos reconfortan», comenta el orgulloso alcalde.

Por su parte, desde La Línea de la Concepción, Sebastián Hidalgo Hidalgo, teniente alcalde del área de promoción social

«Hemos podido competir con otros festivales asentados en la Costa del Sol»

ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO

Castilla-La Mancha

Honesto tributo a la cocina de raíz

Bajo el nombre de Raíz Culinaria se alza el tributo más honesto a la tradición y el origen de la cocina de Castilla-La Mancha, pues este sello representa una cocina auténtica y con carácter; una gastronomía al servicio del tiempo de extraordinaria riqueza y diversidad. Por todo ello, Raíz Culinaria ha sido reconocido en la última edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN como motor de actividades de interés para el sector gastronómico de Castilla-La Mancha. El reconocimiento fue recogido por la consejera de Economía, Empresas y Empleo, Patricia Franco, quien asegura que «estos galardones son un impulso para continuar promocionando y haciendo crecer el reconocimiento a nuestra gastronomía, por eso quiero agradecer también la labor de los 93 embajadores de la marca y animar al sector a incorporarse a la promoción de la misma a través del decreto de uso de Raíz Culinaria, que el Ejecutivo autonómico trabaja para aprobar en las próximas semanas».

Los Premios Turismo de LA RAZÓN celebrados el 3 de julio han servido para avanzar la sexta edición del Congreso Culinaria, que se celebrará este año los días 21 y 22 de octubre en la ciudad de Cuenca, y que cuenta ya con algunos de los grandes chefs del panorama nacional e internacional como ponentes confirmados en una cita que llevará por lema «Culmen».

Vanguardia

Ese culmen precisamente está alcanzando la marca gastronómica regional, que cumple cuatro años de vida habiendo situado a la cocina de Castilla-La Mancha a la vanguardia del panorama gastronómico internacional, con el respeto al origen y la apuesta por la calidad como elementos señeros de una marca que mira al futuro con el optimismo de la madurez. «Este año es muy importante para Raíz Culinaria, porque la sexta edición del Congreso al que da nombre va a servir, además, para la puesta de largo del nuevo Plan Estratégico de Raíz Culinaria, en el que estamos trabajando de la mano del sector», avanza Franco.

PREMIO AL PROYECTO RAÍZ CULINARIA

Récord turístico absoluto

«El pasado mes de mayo fue de récord absoluto para los alojamientos hoteleros de Castilla-La Mancha y ha sido también el mejor mes de mayo para el turismo rural», asegura la consejera de Economía, Empresas y Empleo de Castilla-La Mancha, quien subraya que, en su conjunto, entre los meses de enero y mayo, «el sector turístico de la región ha superado ya los 1,11 millones de viajeros alojados y los dos millones de pernoctaciones, cifras que no sólo suponen los registros más altos de la historia para este periodo, sino que hacen que entre enero y mayo hayamos superado los dos millones de pernoctaciones turísticas en la región por segunda vez consecutiva», por lo que se muestra optimista de que el sector pueda cerrar otro año de récord en este 2024.

«El sexto congreso Culinaria se celebrará los días 21 y 22 de octubre en Cuenca»

El Congreso Culinaria celebrará su sexta edición «los días 21 y 22 de octubre en Cuenca, volviendo a ser un espacio de encuentro para el debate y la reflexión en torno a la gastronomía un punto de encuentro entre chefs consolidados y de gran renombre regional, nacional e internacional y los jóvenes estudiantes de gastronomía que se miran en ese espejo para seguir construyendo su futuro», asegura Franco, quien explica que «el Congreso cuenta ya con ponentes confirmados como Oriol Castro, chef de Disfrutar, el mejor restaurante del mundo según la lista 50 Best; Ferrán Adriá y Andoni Aduriz, entre otros».

La despensa de España

Considerada la despensa de España, Castilla-La Mancha ofrece una extraordinaria riqueza y diversidad de productos que la convierten en una gastronomía única. «Somos firmes defensores de la excelencia de la materia prima poniendo de relieve no solo el producto, sino técnicas ancestrales autóctonas que han traspasado fronteras, y que han sido el germen de otras muchas cocinas del mundo. La raíz culinaria castellanomanchega se extiende por los cinco continentes y es la base de platos y técnicas ancestrales que hoy en día son patrimonio culinario de la humanidad», reza el manifiesto de Raíz Culinaria.

La cocina castellanomanchega no entiende de excesos ni extravagancias, sino que se muestra de manera transparente tal y como es, caracterizada por la sinceridad y la verdad. Se trata de una cocina sincera porque la sencillez aparente predomina en ella, poniendo de manifiesto la singularidad de los productos. Sin embargo, trasciende en el tiempo, no solo en cuestión de producto sino también en cuanto a técnicas que se han salvaguardado a lo largo de los siglos, no solo aquí en España, sino en todo el mundo. Además, es pionera en salvaguardar su identidad culinaria, pues los archivos históricos confirman la clave de ese orgullo identitario, que ha hecho que, desde hace siglos, se recoja en libros el saber hacer gastronómico de esta apasionante región.



Francisco Marhuenda, Patricia Franco y Luis Martín Izquierdo

DAVID JAR



DAVID JAR

Francisco Marhuenda, Ioana Georgescu y Luis Martín Izquierdo

NH Collection Hotels & Resort

Líder en vivencias extraordinarias

PREMIO A LA MEJOR CAMPAÑA EMOCIONAL DE MARCA EN SU DÉCIMO ANIVERSARIO

El sector hotelero es líder en inspirar al viajero y NH Collection Hotels & Resort, la marca premium «upper-upscale» de Minor Hotels, es un excelente ejemplo de ello, razón que le ha hecho merecedor del Premio a la mejor campaña emocional de marca durante la XIII edición de los Premios Turismo otorgados por LA RAZÓN el pasado 3 de julio en Madrid.

«Es un gran honor para NH Collection Hotels & Resort recibir este reconocimiento en el marco de nuestro décimo aniversario. Llevamos diez años trabajando para ofrecer

a nuestros huéspedes la mejor propuesta de valor, con el fin de que puedan vivir experiencias únicas y disfrutar de una estancia llena de vivencias extraordinarias. Celebramos así que disponemos de una extensa selección de hoteles que destacan por su perfecta ubicación, una combinación extraordinaria de confort y un servicio exquisito en los destinos más importantes del mundo, tanto para viajeros business, como de ocio», asegura Ioana Georgescu, vicepresidenta de la estrategia de marca de Minor Hotels Europe and Americas. «Este premio refuerza nuestra promesa de marca “Feel

the extraordinary”, y subraya nuestro compromiso de crear momentos que perduren en la memoria de nuestros huéspedes».

Impresionantes cifras

Tal y como detalla Georgescu, el principal objetivo de esta campaña es el de «reforzar la conexión emocional que tenemos con nuestros huéspedes, invitándolos a vivir experiencias memorables en nuestros hoteles. Nuestros hoteles NH Collection han recorrido junto a sus huéspedes un camino lleno de experiencias, aprendizajes y buenos recuerdos. Juntos hemos vivido más de 25 millones de amaneceres y atardeceres, compartido más de 35 millones de bienvenidas, disfrutado de más de 20 millones de desayunos y de más de tres millones de cafés recién hechos y con ellos hemos brindado en más de 300.000 celebraciones. Ahora, con la mirada puesta en el futuro y en las numerosas oportunidades que se presentan, continuamos buscando lo extraordinario hacia algo aún mayor. Con NH Collection Hotels, aún queda mucho por vivir».

Prueba del trabajo hecho y de la capacidad de liderazgo de la compañía, «a lo largo de estos diez años hemos observado un aumento significativo en la lealtad de nuestros huéspedes y en su satisfacción general. Con más de 15.000 habitaciones distribuidas en más de 20 países, NH Collection

Imparable crecimiento

NH Collection Hotels & Resorts destaca por sus hoteles únicos y emblemáticos en Europa, América y Asia. Basados en una propuesta de valor premium de la cadena, sus hoteles conservan su carácter local para inspirar y cautivar a sus huéspedes con experiencias únicas, creativas y auténticas. «NH Collection Hotels & Resorts se distingue precisamente por su enfoque integral y emocional, que va más allá de promocionar servicios o instalaciones. Nuestra marca se centra en crear una conexión profunda y personal con cada huésped, destacando momentos y detalles que forman parte de sus estancias. Además, nos encontramos en un contexto de expansión y renovación global, con aperturas recientes en destinos estratégicos como Helsinki y próximamente en Sri Lanka, así como reformas significativas en hoteles icónicos, lo que añade un elemento de celebración y proyección de futuro diferenciador», asegura Georgescu.

consolida su posicionamiento en Europa y América, al tiempo que continúa su política de expansión tras entrar en nuevos territorios como Oriente Medio o Maldivas», explica la vicepresidenta de la estrategia de marca de Minor Hotels Europe and Americas.

Solidez en el mercado «upper-upscale»

Con las ideas muy claras y con las metas concisas, la marca hotelera ha conseguido fortalecer su posición en el segmento «upper-upscale» gracias, entre otras cuestiones, a las recientes reformas en hoteles tan emblemáticos e icónicos para la marca como NH Collection Madrid Eurobuilding, con sus reformadas zonas comunes y salas de reuniones y la apertura de dos nuevos restaurantes, «Casa de comidas» y «Bikini Bar», ambos cuentan con el asesoramiento del chef Rafa Zafra, y NH Collection Amistad Córdoba, con una espectacular reforma de todo el hotel por la que conseguirá su quinta estrella en 2025.

Y el futuro resulta prometedor, ya que, tal y como avanza Georgescu, «estamos muy cerca de llegar este año a los 100 hoteles en el mundo con aperturas recientes como NH Collection Helsinki Grand Hansa, la próxima en Sri Lanka con NH Collection Colombo y futuros hoteles en Francia e Italia».

ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO

Esteban Rivas

A la vanguardia de los autocares

Referente en la más amplia y moderna flota de autocares, Esteban Rivas es líder en nuestro país en soluciones de movilidad. El camino no ha sido nada fácil, pero a base de esfuerzo y tesón, esta empresa familiar no solo se ha mantenido en el tiempo, sino que se ha convertido en todo un modelo a seguir por el sector.

Esta empresa familiar fue fundada en 1955 por Esteban Rivas Martín, el pequeño de tres hermanos de una familia humilde, quien comenzó a trabajar siendo muy joven para ayudar a la economía familiar. Hizo un poco de todo: comenzó siendo botones en un hotel, después fue conductor y finalmente decidió comprarse un autobús viejo con el que hacía traslados a nivel local. Trabajó duro y se esforzó mucho, pero poco a poco fue creciendo y convirtió su pequeño negocio en una empresa prometedora. En la actualidad, su hijo, Esteban Rivas, lleva las riendas del negocio que, como no podía ser de otra forma, comparte nombre con la empresa y con su progenitor.

Continuando con la brillante estela de su padre, el actual presidente de la compañía ha trabajado muy duro y no solo ha conseguido mantener los logros de su antecesor, sino que ha creado un auténtico imperio, con una plantilla de más de 250 trabajadores y varias unidades de negocio. Porque, aunque su principal actividad se centra en el transporte turístico y de congresos, escolar y de trabajadores en autocar, esta compañía también trabaja otras áreas. «También nos dedicamos al alquiler de vehículos sin conductor, explotación de aparcamientos, mantenimientos de flotas, alquiler de espacios, hostelería, negocios inmobiliarios, mudanzas y guardamuebles», informa el presidente de la empresa.

Y como es lógico, tanto trabajo, ha terminado dando sus frutos. «Esteban Rivas es una empresa con más de 70 años de presencia en el mercado y con cobertura de servicio en toda España. Nuestras señas de identidad nos hacen sentirnos diferentes a nuestra competencia: nuestros métodos de trabajo, el perfil de nuestro personal y su nivel de capacitación, nuestra flota, nuestras instalaciones... son diferentes. Y esta

PREMIO A LA EMPRESA LÍDER EN TRANSPORTE POR CARRETERA



Francisco Marhuenda, José Luis Santos, Esteban Rivas y Luis Martín Izquierdo

Empresa familiar con un equipo comprometido

Para esta empresa familiar, absolutamente todos sus integrantes son imprescindibles. «En Esteban Rivas apostamos por el rigor en nuestra metodología y nuestro proyecto está basado en un equipo humano comprometido y responsable. Orientamos nuestros servicios al cliente y tratamos de ofrecerle la máxima calidad. Asimismo, nos esforzamos por conservar el medio ambiente, haciendo un uso racional e inteligente de los recursos naturales», insiste el presidente.

diferenciación contribuye a que nuestra marca transmita confianza. Además, nos esforzamos para que nuestros servicios ofrezcan valor a nuestros clientes».

Siete décadas capitaneando este sector bien merecen el Premio a la Empresa Líder en Transporte por carretera que Esteban Rivas recibió en la última edición de los Premios de Turismo de la mano de José Luis Santos, presidente de Hoteles Santos. Para su presidente, recibir este reconocimiento es un gran aliciente para continuar mejorando y consiguiendo nuevos logros: «Recibir el Premio de LA RAZÓN es un recono-

cimiento a nuestra trayectoria empresarial y al esfuerzo de todas las personas que trabajan en Esteban Rivas. Asimismo, es un estímulo para seguir esforzándonos en hacer las cosas cada día un poco mejor».

Esteban recuerda que empezó a tener cierta vinculación con la empresa cuando era niño. Con apenas 11 años comenzó a ir a la oficina junto a su padre y ya a esa temprana edad hacía sus pequeñas aportaciones a la empresa, desempeñando tareas como apuntar en los libros de los autocares las revisiones mecánicas, los arreglos, etc. Creció con la filosofía de la entrega y el esfuerzo y continúa apostando por esta línea. «Si Esteban Rivas quiere seguir estando en la vanguardia del sector, no puede permitirse bajar la guardia. La renovación puntual de la flota, nuestro cada vez mayor compromiso con el medio ambiente, el crecimiento orgánico, la adquisición de empresas que aporten sinergias para mejorar nuestros resultados y la consolidación de nuestro nuevo servicio de Mudanzas y Guardamuebles, podrían ser algunos de nuestros objetivos prioritarios».

Otra pata muy importante para la empresa es la sostenibilidad. Conscientes de que el transporte por carretera supone una de las fuentes de contaminación y emisión de CO2 más importante a la atmósfera, están empeñados en viajar hacia un futuro más sostenible y dejar un mundo mejor a las futuras generaciones. Además de tratar de cuidar el planeta en todos sus desplazamientos, en su blog corporativo ofrecen consejos útiles para el cuidado del medio ambiente.

La saga tiene asegurada la sucesión

Lo mejor de todo es que la saga tiene asegurada su sucesión. Esteban Rivas es padre de cuatro hijos. Dos de ellos se han desvinculado profesionalmente del negocio por el momento, pero los otros dos están volcados en el imperio familiar: Carolina, que trabaja como directora comercial y de marketing, y Esteban (digno sucesor), que es el responsable de las distintas unidades de negocio.

Sin duda, todo un ejemplo de empresa que ha sabido reinventarse, superarse día a día y adaptarse a los cambios de su sector y a las necesidades del mundo que la rodea.

«Este galardón es un estímulo para seguir esforzándonos en hacer las cosas cada día mejor»

«Llevamos más de 70 años en el mercado y ofrecemos cobertura en toda España»

I de MICE

El auge de los viajes de incentivo

PREMIO AL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE

«Este premio nos anima a fomentar un futuro más verde en el turismo de incentivos»

También conocido como turismo de negocios o turismo empresarial, el turismo MICE es una potente herramienta que las empresas utilizan para motivar e incentivar a sus empleados. Los viajes de incentivos, las convenciones y los eventos no solo reconocen los logros y el rendimiento excepcional, sino que también fomentan la colaboración y el espíritu de equipo. Asimismo, pueden aumentar la satisfacción laboral y la fidelización de los trabajadores, atrayendo también a nuevos talentos.

I de MICE, Asociación de Agencias Especialistas en Viajes de Incentivo, se dedica a promover la excelencia y la innovación en este sector poniendo especial énfasis en la importancia de la sostenibilidad, la formación y la adaptación a los cambios en el

«Ofrecemos programas educativos especializados para garantizar el relevo generacional»

mercado, especialmente en respuesta a desafíos recientes como fue la pandemia de Covid 19 y las crisis geopolíticas mundiales. Para esta organización, cada evento es una oportunidad para crear experiencias únicas y conectar con personas de todo el mundo. Así, se esfuerza a diario por ofrecer lo mejor a este sector que combina negocios, innovación y diversión, sin apartarse del cuidado del entorno y la responsabilidad social. Este compromiso quedó de manifiesto en su exitosa campaña «Madrid, Territorio MICE», por la que ha recibido el Premio al Desarrollo del Turismo Sostenible en la última edición de los Premios de Turismo que todos los años entrega LA RAZÓN.

«Es un honor y un reconocimiento significativo para I de MICE recibir este galardón que refleja el compromiso continuo de nuestra asociación con la sostenibilidad y la responsabilidad social en la industria del turismo de incentivos y eventos», expone Iñaki Collado, presidente de la asociación, que se encargó de recoger el trofeo. Asimismo, añade que «este premio no solo valida nuestros esfuerzos por implementar prácticas sostenibles en cada proyecto que emprendemos, sino que también nos motiva a seguir innovando y liderando con el ejemplo en un sector tan dinámico como el nuestro. Nos enorgullece que nuestras iniciativas de formación, nuestra colaboración con empresas y entidades de la Comunidad de Madrid para promover la sostenibilidad y nuestras acciones para minimizar el impacto ambiental de los eventos hayan sido re-

conocidas a este nivel. Este reconocimiento nos impulsa a seguir trabajando con aún más dedicación para crear experiencias que no solo sean memorables, sino también respetuosas con el entorno y beneficiosas para las comunidades locales. En esencia, este premio refuerza nuestra misión de ser un referente en el turismo de incentivos sostenible y nos anima a seguir fomentando un futuro más verde, responsable e inteligente en nuestra industria».

Pero todavía queda mucho camino por recorrer en este sentido. «Nos enfrentamos a todos los desafíos relacionados con la sostenibilidad, la innovación tecnológica, la competencia global, las preferencias cambiantes de los clientes, la regulación y los costos. Las empresas y destinos que puedan adaptarse a estos desafíos estarán mejor posicionados para aprovechar las oportunidades futuras del sector», recalca Iñaki.

Tampoco hay que pasar por alto el problema de la crisis de relevo generacional a la que se enfrenta el sector, una crisis que, por desgracia, es común a otros sectores. Este obstáculo no ha pasado inadvertido para la asociación que, para fortalecer la formación de las nuevas generaciones en el sector MICE, «estamos colaborando con universidades como la de Sevilla o la Complutense de Madrid para ofrecer programas educativos especializados. Esto incluye cursos de postgrado, charlas motivacionales y también formación interna para los miembros de la asociación en temas legales, fiscales y tecnológicos entre otros».



Francisco Marhuenda, Iñaki Collado y Luis Martín Izquierdo

Campaña «Madrid, territorio MICE»

Esta exitosa campaña no solo está potenciando los «tesoros ocultos» de la Comunidad de Madrid y que se están adaptando al mercado del segmento MICE del turismo: reuniones de empresas, «team buildings», incentivos, convenciones (...) en entornos más rurales y naturales. Según el presidente de I de MICE, «ayudamos a crear experiencias en estos lugares de forma sostenible y desestacionalizada, puesto que normalmente se disfrutan de lunes a jueves dejando el fin de semana para los turistas vacacionales. Esto genera un fomento del empleo de calidad, regenera el tejido empresarial y mejora la percepción y visibilidad del destino de forma estratégica. Además, «mentorizamos» a las empresas que quieren empezar a acoger este tipo de viajeros».

ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO



DAVID JAR

Francisco Marhuenda, Guido Cattaneo Panizo y Luis Martín Izquierdo

O Beach Ibiza

Diversión a plena luz del día

PREMIO AL MEJOR CLUB DE OCIO DIURNO

Da igual lo que el viajero esté buscando cuando se dispone a organizar las mejores vacaciones de su vida. Ibiza puede ofrecérselo. La famosa isla del archipiélago balear es mundialmente conocida por sus espectaculares playas de aguas cristalinas, sus paisajes naturales impresionantes, su rica cultura y, cómo no, por su vibrante vida nocturna. Pero la isla Pitiusa no solo vibra cuando se pone el sol, sino que también lo hace durante el día. ¡Y de qué forma! Gracias a Clubs como O Beach Ibiza, capaz de proporcionar a sus visitantes todo lo necesario para vivir una aventura cargada de emociones apasionantes, las experiencias mágicas están garantizadas.

Este lujoso club con «pool party» es sinónimo de diversión y entretenimiento a plena luz del día. Con una oferta diversa que incluye espectáculos en vivo, fiestas temáticas y una atmósfera vibrante, O Beach Ibiza ha sabido reinventarse para convertirse en un referente del turismo diurno en la isla. Este icónico club de la bahía de Sant Antoni se ha consolidado como un destino imprescindible para quienes buscan disfrutar del mejor ocio bajo el sol. Y tantos méritos

le han hecho merecedor del Premio al Mejor Club de Ocio Diurno en la XIII edición de los Premios anuales de Turismo celebrados el pasado 3 de julio en la Real Casa de Correos de Madrid, en pleno corazón de la Puerta del Sol.

Guido Cattaneo Panizo, Technical Manager de O Beach Ibiza, encargado de recoger el galardón, destaca que este reconocimiento de LA RAZÓN «nos llena de orgullo, pues refuerza el compromiso del club con la excelencia y la innovación en el sector del turismo y el ocio».

Por su parte, Gemma Charters, directora de Marca y Eventos de la compañía, se une a este entusiasmo y añade que, ante semejante reconocimiento, todos cuantos integran la gran familia de este club diurno se sienten «absolutamente honrados de recibir este premio» y no pueden ocultar la alegría que les produce «este reconocimiento de una publicación tan importante. Estamos muy agradecidos».

De igual manera, la directora de marca expone los motivos por los que considera que han sido dignos merecedores de este galardón: «En O Beach Ibiza nos encanta ofrecer momentos memorables a las perso-

nas y para ellos nos aseguramos de que la alta calidad de cada aspecto de nuestro negocio sea nuestra principal prioridad, ya sea el servicio, el lugar, los espectáculos, la comida y la bebida o la música. Planificamos todo meticulosamente para brindar la mejor experiencia a las personas que nos visitan y nos enorgullece reconocer que tenemos muchos clientes que repiten año tras año, lo que demuestra su nivel de satisfacción. Somos un lugar muy inmersivo en términos de experiencia y hacer feliz a la gente es nuestra máxima prioridad».

Así, normal que se haya convertido en un referente de la diversión de la isla pitiusa. Desde su apertura, O Beach fue pionero en organizar eventos diarios que combinan la elegancia con la diversión, atrayendo a multitud de turistas procedentes de todos los rincones del mundo. Sus míticas fiestas en la piscina son, según su fiel clientela, las mejores de toda la isla. Destacan también su amplia carta de coctelería, una excelente gastronomía, shows de baile y acrobacias, actuaciones de artistas reconocidos y directos de grupos de música destacados, además -cómo no- de las mejores sesiones de DJ, uno de los ingredientes imprescindibles cuando se habla de Ibiza. Sin duda, un lugar perfecto para los que buscan vivir una experiencia única y memorable cuando visitan la isla. O Beach es uno de esos lugares que nunca defrauda.

Importantes planes de expansión

La compañía trabaja sin descanso para mantener el alto nivel de sus exclusivos servicios y sus magníficas instalaciones. Estos esfuerzos les permitirá continuar creciendo, cosechando éxitos y llevando adelante sus planes de expansión. Gemma adelanta que tanto ella como todos los que forman esta gran familia «estamos muy emocionados de anunciar que abriremos nuestro segundo club en Dubái a finales de este año y acabamos de comenzar con nuestro propio sello O Beach Music lanzando nuestra primera canción con Marvin Humes, por lo que pueden esperar otros muchos lanzamientos de ambiente veraniego durante el resto del año. Además, tenemos otros proyectos muy interesantes bajo la manga, pero aún no los podemos desvelar».

Y tantos esfuerzos no habrían sido posibles, según ella, sin un equipo multidisciplinar ejemplar y dedicado, al que la responsable de marca quiso agradecer su profesionalidad, su implicación y su entrega diarias: «Hemos trabajado muy duro e invertido muchos recursos para poder llegar a donde estamos en la actualidad. Nunca nos dormimos en los laureles. Nuestro objetivo primordial es continuar en esta misma línea para que nuestros próximos logros en O Beach Dubái y el sello Music lleven la marca a otro nivel. No obstante, esto no habría sido posible sin nuestro equipo increíblemente leal, apasionado y profesionalmente dinámico, que nos ayuda a lograr el éxito. Somos realmente afortunados de contar con un equipo así».

«Planificamos todo al detalle para ofrecer momentos memorables a quienes nos visitan»

«Nos disponemos a abrir nuestro segundo club en Dubái a finales de este año»

Palacio Gran Vía, a Royal Hideaway Hotel

El nuevo «place to be» de Granada

Existen alojamientos únicos que dejan huella en el viajero porque tienen alma propia. Y eso es lo que ocurre, precisamente, con Palacio Gran Vía, a Royal Hideaway Hotel, un nuevo hotel boutique con categoría 5*GL ubicado en uno de los edificios modernistas más emblemáticos de la Gran Vía de Colón de Granada. Abierto a finales de junio de 2023, ha sido merecedor del Premio al mejor nuevo hotel boutique de España en la XIII edición de los Premios Turismo otorgados por LA RAZÓN, un reconocimiento que recogió Miguel Estévez, director general del hotel.

Propiedad de la familia Poyatos, el edificio fue construido en 1905 por el arquitecto Juan Montserrat Vergés -autor de las obras más representativas del modernismo en Granada- y, durante décadas, albergó la sede de la Banca Rodríguez Acosta. Este emblemático edificio de corte clasicista se construyó coincidiendo con la apertura de la Gran Vía de Colón, un hecho que cambió de manera notable su urbanismo y para el que se tomó como inspiración el diseño arquitectónico que imperaban por entonces en las grandes capitales europeas. «Ahora, este hermoso edificio alberga 38 habitaciones y suites que destacan por su elegancia y luminosidad, y que incorporan todo lujo de detalles para que, quienes se

Francisco Marhuenda, Miguel Estévez y Luis Martín Izquierdo

PREMIO AL MEJOR NUEVO HOTEL BOUTIQUE DE ESPAÑA

alojen en este hotel, vivan una experiencia inolvidable», detalla Estévez.

Parte de esa inolvidable experiencia reside en el buen hacer de la recuperación del edificio, así como en la restauración de todas las áreas. «Liderado por el arquitecto Carlos Quintanilla, el proyecto de restauración ha mantenido la esencia del edificio conservando elementos arquitectónicos de gran valor como artesonados, suelos hidráulicos e, incluso, las cajas fuertes originales del banco, tanto en las zonas comunes como en las habitaciones», asegura Estévez. Y si hay que destacar alguna de las elegantes habitaciones, sin duda merece la pena detenerse en la Suite Narciso, que le da nombre a una de las flores de los jardines de la Alhambra. Se trata del antiguo comedor de la familia Rodríguez Acosta, con más de 60 metros cuadrados, que ha sido adaptada como una espectacular estancia compuesta de dos habitaciones comunicadas con dos baños y zona de estar con suelos originales de la antigua banca.

«Este hermoso edificio alberga 38 habitaciones y suites elegantes y luminosas»

«Cuentan con todo lujo de detalles para que el huésped disfrute de una estancia inolvidable»

Además de su espectacular ubicación y su fantástica rehabilitación, Palacio Gran Vía, a Royal Hideaway Hotel destaca por su apuesta gastronómica de máximo nivel, pues fusiona los estándares de un hotel de lujo en Granada con la tradición culinaria andaluza más genuina. Sus diferentes espacios rinden homenaje a la dieta mediterránea a través de una oferta gastronómica a medio camino entre la alta cocina y el saber hacer de antaño, a la que añaden toques internacionales sin perder de vista el sabor, la autenticidad y el producto de proximidad. En concreto, la oferta gastronómica de Palacio Gran Vía, a Royal Hideaway Hotel incluye un restaurante especializado en alta cocina (Restaurante El Patio), una cafetería de diseño (La Suncursal Grand Café), un «rooftop» bar (Miralba Rooftop Bar) con una exquisita selección de vinos y cócteles y un concepto de desayunos saludables y a la carta. Por su parte, el Royal Breakfast de Palacio Gran Vía, a Royal Hideaway Hotel ofrece la posibilidad de elegir una gran variedad de zumos de frutas y verduras, exclusivos té e infusiones inspirados en los jardines de la Alhambra, que rinden homenaje al legado árabe de la ciudad.

Un espectacular hammam

Si hay algo que destaca en la oferta wellness de este nuevo alojamiento es el hammam, pues invita al viajero a retroceder hasta las termas de la antigua civilización romana, pero situadas en el centro de Granada. Su estructura ayuda a mantener unas temperaturas aptas para estos baños con notables beneficios para la salud, como activación de la circulación sanguínea y eliminación de toxinas. No obstante, la evasión y la relajación serán aún más profundas con uno de los masajes que el hotel pone a disposición del huésped (masaje relax para cuerpo y mente, masaje muscular, masaje facial y masaje hammam) orientados a promover el bienestar.

Una ubicación excepcional

Palacio Gran Vía, a Royal Hideaway Hotel destaca por su localización excepcional al lado de la catedral de Granada, obra cumbre del Renacimiento español, y del conjunto declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco formado por la Alhambra, los jardines del Generalife y el Albaicín.

DAVID JAR



ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO

Tivoli La Caleta Tenerife Resort

El gran aterrizaje de Tivoli en España

Abrir en un nuevo mercado en el competitivo mundo turístico siempre supone un hito. Y la cadena de origen portugués Tivoli Hotels & Resorts lo acaba de conseguir de la mano de su primer hotel en España: Tivoli La Caleta Tenerife Resort. Por este motivo, LA RAZÓN, durante la XIII edición de los Premios Turismo ha querido reconocer a Tivoli La Caleta Tenerife Resort con el galardón a la nueva apertura del año con lanzamiento de marca en nuestro país. Una estatuilla que recogió Marianne Bebic, directora de Marketing y Comunicación de Minor Hotels en el sur de Europa.

Uno de los mejores

«En primer lugar, este premio otorgado por LA RAZÓN se trata de un maravilloso reconocimiento para la marca Tivoli y que se reconozca a nuestro primer hotel en España. Pero también lo recogemos con enorme gratitud para todo el equipo de Tivoli La Caleta, después de haber realizado una importante reforma que nos han permitido ahora tener el privilegio de convertir a Tivoli La Caleta en uno de los mejores alojamientos de las Islas Canarias, tanto por su increíble oferta como por su esmerado servicio al huésped», reconoce Bebic.

PREMIO A LA NUEVA APERTURA CON LANZAMIENTO DE MARCA EN ESPAÑA

Una marca de referencia con más de 90 años de historia

Los datos hablan por sí solos y por ello nombrar a Tivoli Hotels & Resorts supone hablar de una de las marcas hoteleras de mayor prestigio del mundo. No es de extrañar, ya que Tivoli Hotels & Resorts nació en 1933 con la apertura de Tivoli Avenida Liberdade en el corazón de la ciudad de Lisboa y desde 2023 está celebrando por todo lo alto su 90 aniversario para sus huéspedes bajo la filosofía de vida «slow life». Desde su fundación, Tivoli Hotels ha ofrecido siempre experiencias únicas. «Nos enorgullecemos de que nuestros hoteles y resorts de lujo sean únicos y diferentes. Han adquirido características distintas, pero comparten un ambiente intemporal, elegante, que refleja el saber hacer de generaciones de hoteleros. Porque creemos que viajar es mucho más que hoteles, instamos a nuestros clientes a vivir más descubriendo el alma secreta de cada destino de la mano de los «Experience Teams locales»», aseguran desde la compañía.

«Es el primer resort Tivoli en España y estamos trabajando para tener más en un futuro»

«Hemos convertido a Tivoli La Caleta Resort en uno de los mejores hoteles de Canarias»

Con esta nueva apertura, Tivoli amplía su propuesta de hoteles en Europa y llega hasta la Costa Adeje, el tramo de costa más exclusivo de la isla de Tenerife, donde ofrece al huésped un auténtico oasis de relajación con diseño y arquitectura emblemáticos y vistas al océano Atlántico. «Tivoli Hotels & Resorts se enorgullece de debutar en España con la apertura de Tivoli La Caleta Tenerife Resort. Este complejo trae el glamour atemporal de la marca a las Islas Canarias con habitaciones y suites elegantemente renovadas, emocionantes conceptos gastronómicos y el lujoso Anantara Spa. Todo esto con vistas panorámicas del Océano Atlántico y los hermosos jardines del hotel. No podríamos imaginar en un mejor comienzo», reconoce Bebic.

Instalaciones únicas

La oferta hotelera de España puede presumir de una excelente calidad, y lo cierto es que Tivoli Hotels & Resorts ha llegado a nuestro país para reconfirmarlo gracias a unas instalaciones de primer nivel. Las características que hacen único a este nuevo alojamiento son numerosas. En primer lugar, la oferta gastronómica, que es una celebración de la gastronomía internacional con ofertas cuidadosamente seleccionadas por Olivier da Costa, el conocido chef emprendedor portugués que actualmente cuenta con 26 restaurantes abiertos en el mundo en destinos tan diversos como São Paulo, Lisboa, Roma o Bangkok. En concreto, el hotel cuenta con tres restaurantes: Seen Beach Club, con sus sabores atrevidos, cócteles exóticos y su vibrante entorno frente al mar; Yakuzza, especializado en sushi y que ofrece desde las combinaciones más tradicionales hasta las más creativas, y Guilty, que presenta una experiencia placentera en un espacio dinámico y cosmopolita junto a la piscina.

Además, Anantara Spa ofrece una experiencia de bienestar única con 1.200 metros cuadrados de instalaciones interiores y exteriores, con diez salas de tratamiento, una piscina cubierta, sauna, baño de vapor y un iglú de hielo para refrescarse y rejuvenecer. El menú de tratamientos ofrece rituales relajantes para el cuerpo y la mente inspirados en los ritmos de la isla.

«Este primer hotel de la marca Tivoli en España refleja la expansión de la marca en Europa, donde estamos trabajando para tener más en un futuro próximo», avanza Bebic.

Francisco Marhuenda, Marianne Bebic y Luis Martín Izquierdo



DAVID JAR



DAVID JAR

Francisco Marhuenda,
Benjamín Sánchez
Morett y Luis Martín
Izquierdo

tino de Lujo Sostenible, una distinción ante la que su director de Marketing se siente agradecido: «Este premio supone un reconocimiento especial en la labor que desempeñan los trabajadores de Puerto Banús, que son quienes lo han hecho posible. Es también un compromiso para todos nosotros de seguir esforzándonos para ser mejores cada día, y una responsabilidad para continuar siendo un referente no solo como una de las principales marinas de lujo en Europa, sino como una marina socialmente responsable con su entorno, con la naturaleza y con las generaciones futuras».

Se trata de un reconocimiento muy merecido, pues tal y como explica Sánchez Morett, se están haciendo grandes esfuerzos por integrar la sostenibilidad en su modelo de gestión: «En 2019 fundamos un Comité de Sostenibilidad y Medioambiente compuesto por miembros de distintos departamentos. Este comité se ha encargado de realizar un plan a largo plazo para incorporar nuevas medidas y cambios en la gestión empresarial y de servicios de nuestra marina. También se encarga de sugerir e implementar mejoras en las instalaciones. Dentro de este Plan de Sostenibilidad y Medioambiente, realizamos acciones vinculadas a cuatro áreas de interés: la protección de los océanos, la protección de la biodiversidad, el fomento de un consumo responsable y la reducción de la contaminación». Asimismo, «para estar a la vanguardia en esta materia y realizar acciones que verdaderamente tengan un significado en nuestro día a día, trabajamos con Fundaciones, Asociaciones, Universidades, catedráticos y profesionales especializados, quienes nos asesoran en el desarrollo de un plan estratégico que permita aportar nuestro granito de arena a la sociedad y ser un referente para otros puertos nacionales en materia de sostenibilidad. Entre nuestros colaboradores están la Fundación Aula del Mar Mediterráneo, Observatorio de la Sostenibilidad, Universidad de Málaga, Universidad de Sevilla y biólogos reconocidos como el catedrático José Carlos García Gómez, entre otros», añade.

Y no están dispuestos a bajar la guardia. «No buscamos mantenernos, buscamos superarnos. Esto es una carrera de fondo y nuestro reto principal es seguir concienciando a nuestros grupos de interés en la colaboración para ser, entre todos, más respetuosos con nuestro entorno. No queremos hacerlo solos, sino implicar a nuestros clientes, visitantes, proveedores, colaboradores, locales comerciales... y que juntos intercambiamos conocimientos y propongamos mejoras», expuso y concluyó: «Hay un pensamiento indoamericano que utilizamos mucho en Puerto Banús que dice que la tierra no es una herencia de nuestros padres, sino un préstamo de nuestros hijos».

Puerto Banús

Un refugio de lujo comprometido con el medio ambiente

PREMIO AL DESTINO DE LUJO SOSTENIBLE

Hablar de Puerto Banús es hablar de lujo y grandiosidad. Estamos ante un destino único que atrapa y enamora por su glamour, exclusividad y sofisticación mezclada con la tradición de Andalucía, su multiculturalidad y su alegría. ¡Es sinónimo de la buena vida! Y es que este lugar nunca deja de sorprender. Lo tiene todo para proporcionar una experiencia única e inigualable cerca de playas de ensueño, con arena dorada, aguas transparentes y un ambiente cargado de sofisticación. Sin duda, es un referente portuario convertido en destino turístico en sí mismo que atrae a viajeros de todo el mundo.

Nada más llegar a este puerto deportivo inaugurado en 1970 por el empresario José Banús, el visitante es recibido por unas vistas impresionantes de embarcaciones majestuosas y coches de alta gama. «Megayates como Lady Moura, Nord o YAS nos visitan cada año, y verlos junto con los superdeportivos más exclusivos del mundo dando vueltas por las calles y muelles de Puerto Banús, donde se encuentran las firmas de lujo más importantes del mundo como Dior, Hermès, Fendi o Valentino, en pequeñas boutiques con fachadas en blanco, como antiguamente eran los pequeños puertos andaluces... Toda esa combinación hace de esta marina un entorno único, especial y fascinante. Y, por supuesto, el ambiente familiar que de día se respira en sus restaurantes y terrazas, y que nos visitan de todos

«Queremos ser un referente de marina socialmente responsable con su entorno»

los rincones del mundo, hacen que este enclave sea un sitio encantador en el que todo el que lo visita quiere volver», expone Benjamín Sánchez Morett, director de Marketing y Sostenibilidad de Puerto Banús.

Pero ahí no se termina la experiencia. El lujo invade cada rincón. Pero no es un lujo cualquiera; es un lujo sostenible y comprometido con el planeta. Y esta cualidad no ha pasado inadvertida para los Premios Turismo 2024, que han otorgado a este enclave de la Costa del Sol el reconocimiento al Des-

«La tierra no es una herencia de nuestros padres, sino un préstamo de nuestros hijos»

ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO

Diputación de Huelva

El poder magnético de la tierra

Nadie que haya puesto un pie en Huelva en alguna ocasión puede extrañarse de que este destino idílico haya sido galardonado con el Premio al Mejor Destino de Naturaleza en la última edición de los Premios de Turismo que todos los años organiza LA RAZÓN. Además de un litoral de más de 120 kilómetros, 80 de los cuales con playas vírgenes, protegidas y exclusivas; y su indudable atractivo gastronómico, la provincia de Huelva atrapa al viajero gracias a su privilegiado entorno natural. Adentrarse en el Parque de Doñana y recorrer sus distintos ecosistemas (declarados Patrimonio de la Humanidad desde 1994); disfrutar de la belleza de las Marismas del Odiel (declarada reserva de la Biosfera por la Unesco); o recorrer algunos de los más de 600 kilómetros de senderos repartidos por la Sierra de Aracena y los Picos de Aroche son experiencias memorables. No solo ofrecen al viajero paisajes impresionantes y una rica biodiversidad; estos tesoros naturales también son un testimonio veraz de la historia y cultura de la región. Visitar estos parques es una experiencia cargada de magnetismo, que conecta al visitante con la naturaleza y la tradición andaluza.

«Recibir un premio siempre es un motivo de satisfacción, pero este es especialmente ilusionante porque reconoce una cualidad de nuestra provincia que siempre intentamos llevar por bandera desde la Diputación y es el privilegio de ser un destino turístico sostenible. Queremos compartir con los viajeros las maravillas naturales de la provincia onubense, pero hacerlo de una forma respetuosa, porque se trata de la única manera de conseguir que Huelva siga siendo la joya que es. Para eso es imprescindible seguir apostando por un turismo de calidad, de excelencia. Estamos muy agradecidos a LA RAZÓN por fijarse en nuestra apuesta por el turismo sostenible y permitirnos darla a conocer a todos sus lectores», proclama David Toscano, presidente de la Diputación de Huelva tras recoger el galardón.

Según el último barómetro de la Organización Mundial del Turismo, el viajero actual

PREMIO AL MEJOR DESTINO DE NATURALEZA

«Huelva, gloria bendita»

La Diputación Provincial de Huelva, de la mano de la Agencia Destino Huelva, ha lanzado una campaña para renovar su imagen que cuenta con el cantante Manuel Carrasco como embajador y lleva por título «Huelva, gloria bendita», una expresión muy utilizada en esta tierra y que resume a la perfección que estamos ante un destino que tiene todo lo que se puede pedir en la tierra. Por otro lado, a nivel organizativo, «estamos en pleno proceso de transición para dotar a la provincia de una herramienta que trabaje no solo por la promoción turística, como se venía haciendo desde el anterior patronato de turismo, sino también codo con codo con los municipios y todos los actores que forman parte de la escena turística, en un marco de colaboración público-privada, para posicionar Huelva como destino turístico de primer nivel», apunta el presidente de la Diputación.

«Compartimos las maravillas naturales de la provincia onubense de forma respetuosa»

trata de sacar el máximo partido al dinero que invierte durante sus vacaciones y elige el destino en función de la variedad de su oferta. Asimismo, este estudio desvela que las prácticas sostenibles y la adaptabilidad desempeñarán un papel clave en la decisión de los consumidores. «Teniendo en cuenta estas tendencias, el Destino Huelva no podría estar mejor posicionado. La variedad y riqueza de experiencias que se pueden disfrutar en esta provincia es inmensa, desde sus infinitas playas vírgenes y parques naturales hasta su patrimonio histórico, su cultura y una gastronomía tan exquisita que es apreciada en todo el mundo. Huelva es un destino diverso y sorprendente, que ofrece una mezcla única de paisajes asombrosos como las marismas de Doñana o los contrastes del río Tinto y experiencias inigualables como contemplar la ancestral Saca de las Yeguas, con 550 años de historia, o recorrer los viñedos y bodegas de los vinos del Condado, los primeros que llegaron a América en el viaje descubridor. Somos la provincia perfecta para sacar todo el partido a nuestro viaje porque tenemos de todo», recalca David Toscano.

Con un tercio de su territorio protegido, Huelva ha hecho de la riqueza medioambiental su mayor reclamo. Se trata de un auténtico delirio para los amantes del mundo animal. «La provincia es un reducto para especies únicas como el lince ibérico y el rincón preferido por flamencos, espátulas, garzas, cigüeñas... Hasta 400 especies de aves eligen Huelva para pasar la invernada siguiendo su instinto; para huir del calor extremo de África o para refugiarse del frío del norte de Europa. No podríamos desear mejores embajadores. Nuestra propuesta para el viajero es que siga el ejemplo de estas aves y se deje guiar por el instinto. Que elijan Huelva y disfruten de un verano cálido, mágico e inolvidable», insiste.

No obstante, para el presidente de la Diputación de Huelva, sobran las palabras: «Podría estar hablando de Huelva durante horas y horas, pero creo que lo mejor es dejar una invitación a viajar a la provincia de Huelva para que el viajero compruebe en primera persona que nuestra tierra lo tiene todo».



Francisco Marhuenda, David Toscano y Luis Martín Izquierdo

DAVID JAR

Bam Bu Ku Ibiza by O Beach

Ocio ibicenco también en familia

En Ibiza, a escasos metros de la playa, con el Mediterráneo regando sus costas y el sol acariaciando su arena dorada, se encuentra Bam Bu Ku by O Beach,

un auténtico oasis de bienestar y diversión pensado para disfrutar de unas vacaciones familiares idílicas. Porque Ibiza no es solo un paraíso para adultos deseosos de vivir el vibrante ambiente nocturno que se respira en la isla, sino que tiene infinidad de ingredientes apetecibles, perfectos para atesorar experiencias mágicas e inolvidables en familia. Un plan exquisito adecuado para todas las edades y las diferentes etapas de la vida.

Su inmejorable atención al público y su amplia y versátil propuesta de ocio fueron recompensadas en los Premios anuales de Turismo con el Premio al Mejor Club de Día para Familias en España, un reconocimiento que recogió Guido Cattaneo Panizo, Technical Manager de O Beach Ibiza, quien se muestra muy agradecido: «Este galardón otorgado por LA RAZÓN destaca la combinación única de relajación y aventura que el club ofrece, con actividades e instalaciones diseñadas especialmente para familia». Además, añade que semejante reconocimiento es un reflejo «del compromiso de Bam Bu Ku de crear experiencias memorables para todas las edades, así como sus esfuerzos por promover un entorno familiar excepcional en Ibiza».

Maria Andreu, Creative Marketing Manager de Bam Bu Ku by O Beach, también recalca que «supone un inmenso honor, pues valida nuestros esfuerzos continuos por ofrecer una experiencia excepcional orientada a las familias. No solo mejora nuestra reputación, sino que también motiva a nuestro equipo a mantener y mejorar los altos estándares de servicio e innovación por los que somos conocidos. Es un testimonio de nuestro compromiso con la creación de experiencias memorables y agradables para las familias que visitan Ibiza».

Sin duda, este galardón supone una inyección de energía para este espacio tropical de lujo situado junto a la conocida playa de San Antonio que, según la Creative Marketing Manager, «destaca como un club familiar de primer nivel al ofrecer una com-

PREMIO AL MEJOR CLUB DE DÍA PARA FAMILIAS EN ESPAÑA



Francisco Marhuenda, Guido Cattaneo Panizo y Luis Martín Izquierdo

Firme apuesta por la sostenibilidad

El respeto por el medio ambiente y el compromiso por preservar el planeta también es una de las principales prioridades actuales de este complejo vacacional. Según explica Maria Andreu, el plan de acción de Bam Bu Ku incluye «numerosas iniciativas destinadas a reducir nuestro impacto ambiental, asegurando así que continuaremos proporcionando experiencias de calidad un entorno seguro y ecológico para las generaciones futuras».

binación única de relajación y aventura adaptada para todas las edades. Nuestra característica distintiva es nuestra diversa gama de actividades e instalaciones que atienden específicamente a las familias».

Oferta infantil de primer nivel

¿Quién ha dicho que Ibiza no es un destino adecuado para los más pequeños de la casa? Nada más poner un pie en Bam Bu Ku Ibiza by O Beach, tanto los niños como los adultos sienten que han entrado en el paraíso. Todo en el complejo está meticulosamente ideado para brindarles una experiencia involvi-

dable. Una de las zonas favoritas de los visitantes es la piscina, apta para menores, en la que exóticas palmeras y plantas tropicales se reparten estratégicamente para dar sombra a diversas camas que ofrecen la posibilidad de relajarse u organizar juegos en familia.

Los más aventureros no pueden perderse la piscina de Surf Flowrider, dotada con la única ola de surf artificial en la isla. Se trata de uno de los principales reclamos para el público, ya que ofrece una auténtica experiencia de surf y permite practicar este deporte todos los días. Varios monitores se encargan de coordinar la actividad y de dar clases a los principiantes.

Entre tanto, los más pequeños pueden pasar el rato en el Kid's Club, donde pueden divertirse de forma segura ante la atenta mirada de canguros expertos. De esta forma, sus padres pueden desconectar e ir un rato a la playa, situada a solo 10 metros de distancia, mientras sus hijos se lo pasan en grande.

Este club también cuenta con numerosos programas de entretenimiento y atractivos talleres interactivos para garantizar que todos los miembros de la familia puedan compartir tiempo de calidad juntos.

No menos importante es su oferta gastronómica, con opciones de primera clase que aseguran una experiencia culinaria amplia y deliciosa para todos los visitantes tanto en las áreas de recreo -donde contarán con un servicio de camarero personal-, como en su restaurante, en cuya carta es posible encontrar una selección variada de platos de inspiración tropical.

Nuevas tendencias de entretenimiento

Pero la aventura no se queda aquí. Todo el equipo de Bam Bu Ku está trabajando sin descanso para incorporar las últimas tendencias en entretenimiento familiar. «En el futuro, Bam Bu Ku Ibiza deberá enfrentar el desafío de las expectativas en evolución de los huéspedes y la creciente competencia. Planeamos innovar y renovar nuestras ofertas integrando nuevas actividades y programas. Además, invertiremos en la capacitación del personal para garantizar un excelente servicio y buscaremos retroalimentación de nuestros huéspedes para mejorar continuamente», concluye.

«Contamos con una oferta única que combina relajación y aventura para todas las edades»

«Este galardón refuerza nuestro compromiso con la creación de vivencias memorables»

ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO 2024

DAVID JAR



Francisco Marhuenda, Manuel Pérez Pascuas, Adolfo Pérez Pascuas, Juan de la Vega, Roberto Brasero y Luis Martín Izquierdo

Bodegas Hermanos Pérez Pascuas - Viña Pedrosa

Pasión por una tierra y sus frutos

PREMIO A LA EXCELENCIA TURÍSTICA EN ENOTURISMO EN RIBERA DEL DUERO

Bodegas Hermanos Pérez Pascuas - Viña Pedrosa, una empresa familiar ubicada en Pedrosa de Duero, Burgos, en el corazón de la D.O. Ribera del Duero, fue galardonada con el Premio a la Excelencia Turística en Enoturismo en Ribera del Duero en la gala de los XIII Premios Turismo LA RAZÓN. Esta bodega lleva desde 1980 elaborando vinos tintos de guarda, incluyendo crianzas, reservas y grandes reservas. Su misión es lograr vinos de la más alta calidad, utilizando el clon auténtico de la Tinta del País (Tempranillo) y reflejando la identidad del territorio en cada botella. La viticultura tradicional, sostenible y respetuosa es la clave para elevar los niveles de biodiversidad y garantizar la excelencia en sus productos.

La historia de Bodegas Hermanos Pérez Pascuas se remonta a más de 40 años atrás. En una época en la que la tendencia era reemplazar viñedos por campos de cereal,

Mauro Pérez inculcó en sus hijos el amor por la tierra, la pasión por el vino y la dedicación al trabajo bien hecho. Las 17 hectáreas de viñedo que Mauro dejó a su familia fueron el cimiento sobre el que, en 1980, los Hermanos Pérez Pascuas fundaron su propia bodega en Pedrosa de Duero. Junto a otras bodegas y cooperativas de la zona, los hermanos contribuyeron a la creación del Consejo Regulador de la Ribera del Duero en 1982, estableciendo una denominación de origen que hoy es reconocida mundialmente. Actualmente, dos generaciones trabajan juntas en este proyecto sólido y muy prestigioso.

Bodegas Hermanos Pérez Pascuas se distingue en varios aspectos cruciales. Como bodega familiar fundadora del Consejo Regulador de la Ribera del Duero, se destaca por su compromiso desde el inicio en elaborar vinos de la más alta calidad y promover la marca Ribera del Duero a nivel mundial. Además, la bodega utiliza exclusivamente

«Queremos que los visitantes conozcan el ciclo de la vid y el proceso de cada botella»

«Es clave que la gente joven viva el mundo del vino como parte de la cultura de este país»

Futuro sostenible

De cara al futuro, Bodegas Hermanos Pérez Pascuas, cuyos cofundadores Manuel y Adolfo Pérez Pascuas recogieron el galardón, se centrará en la viticultura ecológica y la sostenibilidad en todos los aspectos. Esto incluye el manejo responsable de recursos y un fuerte enfoque en la parte social de la empresa. «Nuestro objetivo es seguir siendo una referencia en la elaboración de vinos de calidad dentro de la D.O. Ribera del Duero y un embajador de los vinos de España en el mundo», asegura Juan de la Vega.

uvas de sus propios viñedos, controlando así al máximo la producción y calidad de la Tinta del País. Sus 124 hectáreas de viñedos ecológicos, situadas a una altitud de más de 840 metros sobre el nivel del mar, se cultivan de manera sostenible y tradicional, asegurando bajos rendimientos y una vendimia manual en el momento óptimo de maduración. Después de una meticulosa maceración y fermentación, la crianza se realiza en barricas nuevas de roble francés y americano, aportando carácter y personalidad al vino. Tras varios años de reposo en botella, las seis referencias de la bodega alcanzan su máxima expresión, destacando la consistencia y calidad año tras año.

Reconocimiento al esfuerzo

El enoturismo es otro pilar fundamental de Bodegas Hermanos Pérez Pascuas. La bodega ofrece instalaciones accesibles y una experiencia turística inmejorable gracias a un equipo humano cercano y familiar. «Nos gusta y es un placer que cada persona que se acerque a nuestra bodega se sienta como en casa», afirma Juan de la Vega Meiland, director gerente de la bodega. «Queremos que los visitantes conozcan nuestra historia, el ciclo de la vid y el proceso detrás de cada botella de Viña Pedrosa y, sobre todo, que disfruten de nuestros vinos», añade. Este galardón también reconoce los más de 25 años dedicados al enoturismo, con instalaciones que incluyen una recepción, tienda física, salón social, sala de catas y un pinar para catas al aire libre, una opción muy demandada desde la pandemia.

Uno de los mayores desafíos en el sector del vino es atraer a las nuevas generaciones y hacer del vino una parte integral de la cultura española. Según Juan de la Vega Meiland, «es fundamental que la gente joven y las futuras generaciones vivan el mundo del vino como parte de la cultura de este país, disfrutándolo en compañía de la familia y amigos y creando buenos recuerdos, siempre incentivando el consumo moderado».

MarSenses Hotels & Homes

Liderazgo en satisfacción y bienestar

PREMIO A LA CULTURA CORPORATIVA GENSENSES DE LA CADENA DE HOTELES Y VILLAS EN MALLORCA Y MENORCA

DAVID JAR



Francisco Marhuenda, Rodrigo Fitaroni y Luis Martín Izquierdo

En la reciente gala de los Premios Turismo 2024, MarSenses Hotels & Homes se alzó con el Premio cultura corporativa GenSenses de la cadena de hoteles y villas en Mallorca y Menorca, un reconocimiento a su excepcional labor en la gestión de hoteles y villas en estas islas. El galardón resalta el compromiso de la empresa con el bienestar de sus empleados y la creación de experiencias memorables para sus huéspedes.

MarSenses Hotels & Homes fue fundada en 2020, en plena pandemia de Covid-19, con el objetivo de ofrecer una experiencia vacacional única y memorable en las Islas Baleares. «La empresa nació de la visión de su presidenta, Francisca B. Vidal, y un grupo de profesionales con amplia trayectoria en la industria hotelera, quienes vieron la necesidad de un nuevo enfoque en el mercado turístico que combinara confort, calidad y un servicio excepcional, comprometiendo cada toma de decisión con la sostenibilidad y el bienestar de su equipo», explica Rodrigo Fitaroni, CEO de MarSenses Hotels & Homes. Desde sus inicios, MarSenses se ha

distinguido por la creación de espacios acogedores y modernos que satisfacen las expectativas de los viajeros más exigentes. La compañía se centra en la renovación y gestión de hoteles y apartamentos con una fuerte orientación hacia el bienestar y la satisfacción del cliente. Cada establecimiento se caracteriza por su atención al

detalle, instalaciones adaptadas a las necesidades de los huéspedes y una variada oferta gastronómica de primer nivel.

Uno de los aspectos más destacados de MarSenses Hotels & Homes es su compromiso con la satisfacción y el bienestar de su equipo. «Creemos que empleados felices y motivados son la clave para ofrecer un servi-

cio excepcional a nuestros huéspedes», afirma Fitaroni. Este enfoque se refleja en la cultura corporativa de la empresa, que fomenta un ambiente de trabajo inclusivo y apoya el desarrollo de las habilidades interpersonales de su personal. Además, MarSenses implementa programas de reconocimiento y recompensa que valoran el esfuerzo y la dedicación de sus empleados. «Nuestra filosofía es que, si cuidamos de nuestro equipo, ellos cuidarán de nuestros huéspedes, creando experiencias memorables», añade Fitaroni. Esta atención al detalle y a las personas es lo que diferencia a MarSenses en el sector hotelero y les permite mantener altos estándares de satisfacción.

Cultura corporativa

El Premio cultura corporativa GenSenses de la cadena de hoteles y villas en Mallorca y Menorca destaca la esencia de la experiencia que los huéspedes viven en los hoteles de MarSenses. «Nuestra misión ha sido siempre brindar experiencias excepcionales tanto a nuestros huéspedes como a las personas que formamos MarSenses,

«Empleados felices son la clave para dar un servicio excepcional a nuestros huéspedes»

«Buscamos brindar experiencias únicas para el viajero y para quienes formamos MarSenses»

y este premio confirma que estamos en el camino correcto», comenta Fitaroni. Desde 2023, la empresa ha intensificado su comunicación corporativa, lo que ha atraído la atención de los medios y de otros profesionales del sector.

En cuanto a los retos del sector hotelero, especialmente en las Islas Baleares, Fitaroni señala la importancia de implementar prácticas turísticas sostenibles socialmente, cuidando su propia comunidad y equipo, así como prácticas de protección ambiental debido a los recursos limitados del territorio. Y mirando hacia el futuro, MarSenses Hotels & Homes tiene planes ambiciosos: «Entre nuestros planes más inmediatos está la obtención de un certificado de reconocido impacto social, así como seguir fortaleciendo nuestro equipo humano, proporcionando formación continua, mejorando la conciliación familiar, fomentando el bienestar de sus trabajadores y promoviendo nuestra cultura corporativa», avanza Fitaroni. Todo esto, sin dejar de ofrecer a sus huéspedes excelencia en el servicio y atención al detalle, asegurando que cada visitante se sienta como en casa.

Retos del sector hotelero en las Islas Baleares

El sector hotelero en las Islas Baleares enfrenta importantes desafíos, entre los que destacan la necesidad de implementar prácticas sostenibles debido a la limitación de recursos naturales, así como de atraer y fidelizar el talento en empresas turísticas. Es esencial promover el turismo responsable, mejorar la infraestructura verde y educar tanto a turistas como a residentes sobre la importancia de proteger el medio ambiente. Estos esfuerzos no solo contribuirán a la preservación del entorno natural, sino que también garantizarán la sostenibilidad a largo plazo de la industria turística en la región. Con su firme compromiso con la sostenibilidad y el bienestar de su equipo, MarSenses Hotels & Homes no solo se posiciona como líder en el sector hotelero balear, sino que también sirve como modelo a seguir para otras empresas en la industria.

ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO



DAVID JAR

Francisco Marhuenda, Uwe Prein y Luis Martín Izquierdo

Retos, por Uwe Prein y Gustavo Guidobono

El sector hotelero enfrenta varios retos significativos. Uno de los principales es la captación y fidelización del personal, un desafío especialmente relevante en Baleares debido a la falta de vivienda. Allsun Hotels está estudiando diversas opciones para paliar esta circunstancia. Además, la desestacionalización del turismo es otra cuestión crucial. Aunque se ha avanzado en Palma, aún hay muchas áreas que requieren mejoras para atraer visitantes durante todo el año. Estos retos son fundamentales para asegurar un crecimiento sostenible y continuar ofreciendo servicios de alta calidad.

Allsun Hotels, una prestigiosa cadena hotelera perteneciente al grupo alemán alltours Flugreisen GmbH, ha sido galardonada con el Premio a la cadena hotelera líder por su excelente atención y servicio al cliente. Este reconocimiento subraya la dedicación y compromiso de allsun Hotels en ofrecer experiencias vacacionales excepcionales, destacándose en un mercado competitivo gracias a su calidad y atención al detalle.

Y es que lo que realmente distingue a allsun Hotels de sus competidores es la alta calidad del servicio y la profesionalidad de su personal. «Resaltamos por la amabilidad y profesionalidad de nuestro equipo, así como por el sobresaliente equipamiento y confort de nuestros hoteles», afirma Uwe Prein, CEO de alltours España. Los establecimientos de la cadena se caracterizan por su excelente oferta gastronómica y una cuidada atención al detalle, proporcionando una experiencia de alta calidad para todos sus huéspedes.

Además de la hospitalidad, allsun Hotels se enorgullece de su destacada oferta de bienestar y fitness. «Ofrecemos clases dirigidas por profesionales en disciplinas como yoga, body-fit, aqua-fit e indoorcycling, así como eventos semanales de fitness», explica Gustavo Guidobono, director de operaciones de allsun Hotels. Los gimnasios están equipados con los aparatos más modernos, garantizando una experiencia completa y satisfactoria para los huéspedes.

30 años de expansión

La aventura de allsun Hotels comenzó en 1994 cuando Willi Verhuvén, propietario de alltours Flugreisen, adquirió su primer hotel en Fuerteventura. Posteriormente, expan-

Allsun Hotels

Un referente en calidad y servicio al cliente

PREMIO A LA CADENA HOTELERA LÍDER POR SU EXCELENTE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE

«Resaltamos por la amabilidad del equipo y por el sobresaliente equipamiento y confort»

dieron su presencia en Tenerife y Lanzarote, y en el año 2000 dieron un gran salto hacia Mallorca, donde adquirieron su primer hotel en alquiler, el allsun-App Hotel Orient Beach, que sigue siendo parte de su portfolio. La expansión continuó en 2017 con la incorporación de Creta y, más recientemente, en 2024 con Turquía. Este crecimiento refleja el objetivo de Verhuvén de ofrecer a sus clientes unas vacaciones en hoteles de alta calidad con una excelente relación precio-calidad.

La obtención del Premio a la cadena hotelera líder por su excelente atención y servicio al cliente es un gran honor para la cadena y motiva a seguir trabajando con entusiasmo hacia el futuro. «Nos sentimos muy halagados por este premio nacional, lo que nos refuerza y anima a seguir trabajan-

«Siempre invertiremos en nuestro personal, ofreciendo las mejores condiciones laborales»

do con mucha ilusión», asegura Prein. Este reconocimiento llega en un momento especial, ya que coincide con la celebración de los 30 años de alltours España y allsun Hotels, destacando así una trayectoria de tres décadas de excelencia y dedicación en el sector hotelero.

Allsun Hotels también se enfoca en la sostenibilidad y la innovación. Están invirtiendo en la optimización de la eficiencia energética mediante el uso de energías renovables como la fotovoltaica y la aerotermia. Además, la digitalización para el control de consumos hídricos, eléctricos y de gas es una prioridad. «La sostenibilidad es muy importante para nuestra empresa y uno de nuestros objetivos es seguir trabajando y mejorando nuestro programa de sostenibilidad allsun we care», asegura Guidobono. También participan en el proyecto Finhava, que se centra en la economía circular, permitiendo conocer el ciclo de los residuos orgánicos generados en los hoteles y transformándolos en compost para nutrir los campos que producirán nuevos alimentos de kilómetro cero.

Los planes de futuro de allsun Hotels incluyen la expansión con nuevos establecimientos en Mallorca, Canarias, Grecia y Turquía. También seguirán invirtiendo en el mantenimiento y renovación de sus instalaciones para asegurar que siempre cumplan con los altos estándares de calidad que los caracterizan. «Siempre invertiremos en nuestro personal, creando puestos de trabajo atractivos y ofreciendo las mejores condiciones laborales a nuestros empleados», añade Prein. Su objetivo es mantener un ambiente familiar y acogedor que caracteriza a la cadena, asegurando que tanto los empleados como los huéspedes se sientan parte de una gran familia.

Bodegas Linaje del Pago

Un sólido compromiso con el entorno

PREMIO A LA EXCELENCIA TURÍSTICA EN ENOTURISMO EN LAS ISLAS CANARIAS

Bodegas Linaje del Pago se originó en 2018 cuando la empresa matriz, PIDA SA, adquirió una bodega llamada La Palmera, junto con viñedos y una casona del siglo XVI que estaban en un estado desolador. «El anterior propietario, un conocido constructor de Tenerife, no pudo sostenerse debido a la crisis de la burbuja inmobiliaria», explica José María Gómez Medina, director de Bodegas Linaje del Pago. Junto a su esposa Silvia, José María Gómez Medina renombró la bodega a Linaje del Pago y comenzó una ardua labor de limpieza y renovación de los terrenos y la bodega.

Su evolución llega hasta hoy, y hasta la gala de la XIII edición de los Premios Turismo de LA RAZÓN, en la que Bodegas Linaje del Pago fue galardonada con el Premio a la excelencia turística en enoturismo en las Islas Canarias.

Francisco Marhuenda, José María Gómez Medina y Luis Martín Izquierdo

Inicialmente, la bodega salió al mercado con tres referencias de vinos: Linaje del Pago Tinto, Linaje del Pago Blanco y un rosado afrutado. Con el tiempo, la oferta se amplió hasta alcanzar las 13 variedades de vino disponibles en la actualidad. En 2020, justo cuando habían terminado la remodelación de la casona para ofrecer cinco magníficas villas dedicadas al enoturismo, la pandemia de la Covid-19 golpeó, poniendo a prueba la resiliencia de la bodega. «Nos convertimos en el primer alojamiento enoturístico de Canarias», comenta Gómez Medina con orgullo.

Grandes cifras

Actualmente, Bodegas Linaje del Pago elabora alrededor de 60.000 botellas anuales y gestiona aproximadamente 47 hectáreas de viñedos, contribuyendo así a la conservación del paisaje y el ecosistema local. Este compromiso con el entorno y la comunidad

«Nos diferencia ser el primer alojamiento enoturístico canario y el trato al viticultor»

«Gracias a los trabajadores, en seis años hemos logrado numerosos premios»

es uno de los factores que distingue a la bodega de su competencia. «Nos diferenciamos por ser el primer alojamiento enoturístico de Canarias y por el trato excepcional que brindamos a nuestros huéspedes y viticultores», asegura Gómez Medina. La bodega ofrece visitas guiadas y recomendaciones de lugares atractivos en la isla, creando una experiencia única para los visitantes.

El éxito de Bodegas Linaje del Pago también se debe al equipo humano que forma la empresa, desde los trabajadores en el campo hasta el personal administrativo. «Gracias a ellos, en tan solo seis años, hemos obtenido 27 premios regionales, un premio nacional y uno internacional», añade Gómez Medina. Además, la Universidad de La Laguna les otorgó en 2021 el Premio a la Mejor Propuesta Empresarial, destacando su innovación y buen hacer.

Premio a la excelencia

Recibir el Premio a la excelencia turística en enoturismo en las Islas Canarias representa «un orgullo para Bodegas Linaje del Pago, para el buen hacer de nuestra gente y para nuestros huéspedes», reconoce Gómez Medina. Este galardón es un testimonio del esfuerzo y dedicación de todos los involucrados en la bodega.

Sin embargo, el sector del vino en Canarias enfrenta varios desafíos. El cambio climático y la sequía, especialmente la emergencia hídrica en la isla de Tenerife, son problemas que podrían afectar significativamente el cultivo de la vid y la producción de vino. «No sabemos cómo afectará al cultivo de la vid y, por lo tanto, al vino», indica Gómez Medina. Otro reto importante es el exceso de burocracia que se impone a los viticultores, muchos de los cuales tienen una edad media de 70 años y enfrentan dificultades para adaptarse a los requisitos digitales y administrativos. «No tenemos relevo generacional, y esto es otro gran desafío», agrega.

Planes de futuro y expansión

Hemos repasado los inicios, el pasado y el presente de Bodegas Linaje del Pago, pero ahora toca levantar la vista y mirar hacia el futuro. En él, Bodegas Linaje del Pago tiene ambiciosos planes de expansión. La empresa ha adquirido una finca de nueve hectáreas en la zona sur de la isla, en Vilaflor, donde planea sembrar nuevos viñedos y remodelar una parte construida para vincularla al enoturismo. «Tenemos muchos planes de futuro y seguimos comprometidos con la excelencia y la innovación en el enoturismo», asegura José María Gómez Medina, director de Bodegas Linaje del Pago.

DAVID JAR



ESPECIAL XIII PREMIOS TURISMO



Instante de la XIII gala de los Premios Turismo organizados por LA RAZÓN que tuvieron lugar en la Real Casa de Correos de Madrid



Carolina Lira y Pablo Ossorio



Soraya Belinchón, Laura Martínez, Iñaki Collado, Luis Martín Izquierdo, Beatriz Farias y Anibal García



Déborah Casillas, Sebastián Hidalgo, Ana Delgado, Juan Franco y Alfonso Lozano



María Casado, María de la Rica, Julián Guillén y Patricia Rouzaut



Guido Cattaneo y Nuria Moreno



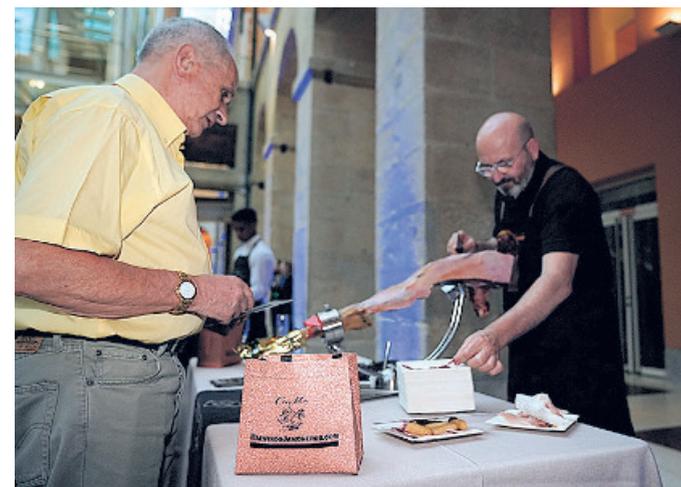
Félix Ramiro, Pablo Suñer, Víctor León y Javier Cerezo



Francisca Contreras, Roberto Braseró y María Aranda



Domingo Martínez, José Miguel Sánchez, Benjamín Sánchez, y Alicia Martos



El cortador de Maestros Jamoneros agasajó a los invitados

XIII PREMIOS TURISMO ESPECIAL

REPORTAJE GRÁFICO: ALBERTO R. ROLDÁN Y DAVID JAR



Ana Delgado, Juan Franco, David Toscano y Pepe Lugo



Javier Ínsula, Silvia Hengstenberg, Mónica Díaz, Beatriz Cantero y Marta Casanova



Sara Díez, Raquel Bonilla y Lorena Ruiz



Ko González, Paz García y Nuria Amrani



Francisco Marhuenda, Mariano de Paco Serrano y Félix Ramiro



Ignacio Collado, Inmaculada de Benito y Julián Guillén



Miguel Estévez, María Bellosta y Antonio Bauzá



Francisco Marhuenda conversa con Esteban Rivas y José Luis Santos



Ioana Georgescu, Marianne Bebic y José Manuel Orol



Manuel Torres, Félix Ramiro y José Antonio Lavarra



Patio Naranjos animó el cóctel



Cava Tantum Ergo Rosé de Bodegas Hispano Suizas



Vino Bassus Finca Casilla Herrera de Bodegas Hispano Suizas



Cervezas La Cibeles deleitó a los asistentes

*Vive el verano Santos
y disfruta de estancias inolvidables*

TE ESPERAMOS EN
Hoteles Santos



www.hsantos.es

902 02 62 52