

ACTUALIDAD INFORMATIVA DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO Y LOS VIAJES

Gaceta del Turismo

La Gaceta de los Agentes de Viaje en España

WWW.GACETADELTURISMO.COM

ENTREVISTA A **JUAN CASTRO**
CEO DE CASTRO TOURISM ADVISORS

«**QUEREMOS GRITAR A LOS
CUATRO VIENTOS LO QUE
SOMOS: ASESORES
EN TURISMO**»

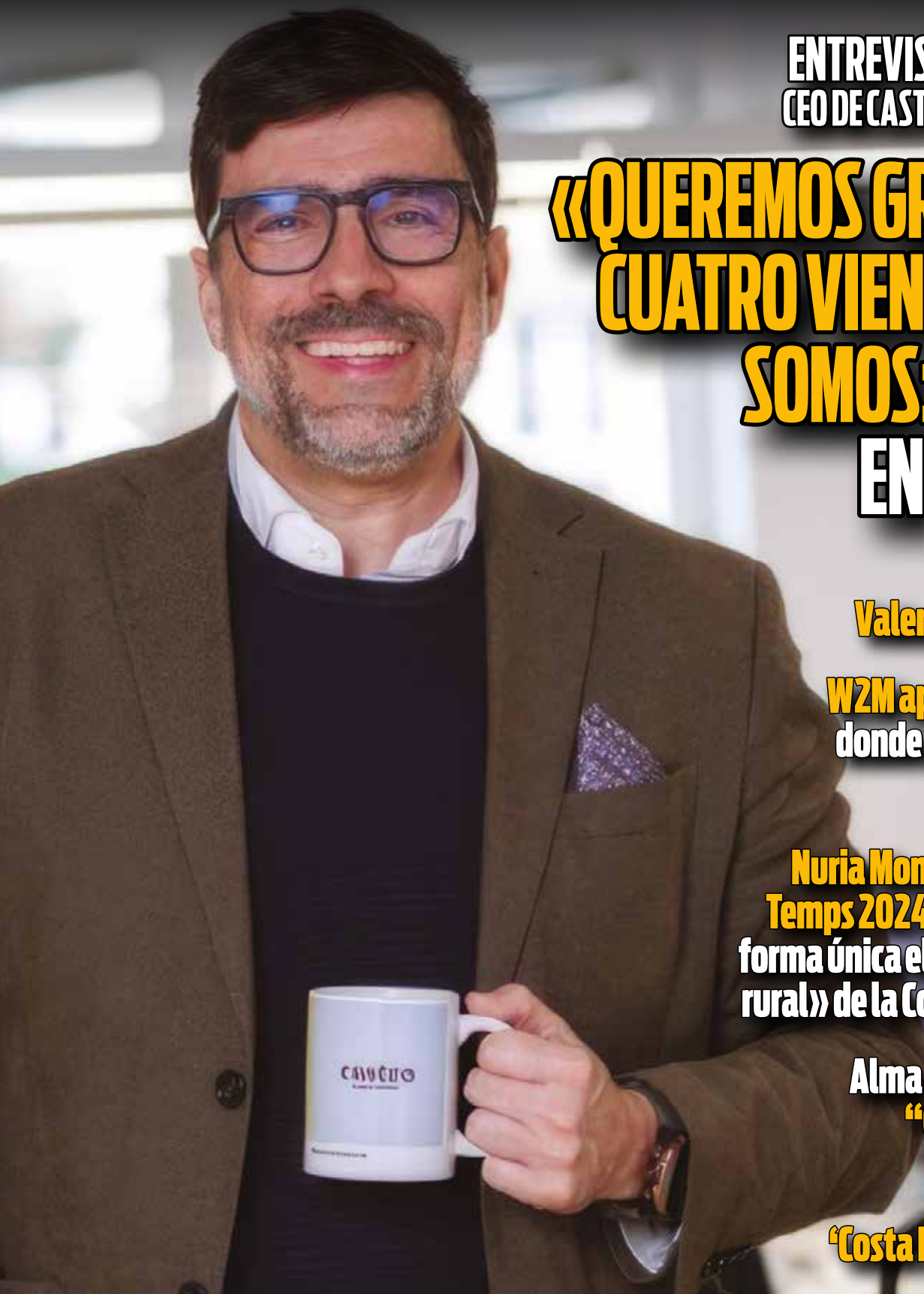
Presentación de
Valencia Culinary Festival

W2M apuesta por Andalucía
donde prevé crecer un 38%
el presente año

**Nuria Montes presenta la 'Guía
Temps 2024'** que invita a vivir de
forma única el «Mediterráneo más
rural» de la Comunitat Valenciana

**Alma Cruceros presenta su
"Club de Fundadores"**

IV edición de
'Costa Blanca Beach Games'



Catai presenta el destino estrella de Guanajuato a los agentes de viajes de la Comunidad Valenciana



Catai, el prestigioso touroperador de grandes viajes del grupo turístico español Ávoris y uno de sus destinos estrella de este verano, una de las capitales turísticas mexicanas más conocidas GUANAJUATO, han recorrido varias

ciudades españolas, entre ellas Alicante y Valencia, en el Levante Español para mostrar su historia, cultura y hospitalidad.

El evento celebrado en la capital del Turia con la asistencia de más de 150 agentes de viajes en el Palau Alameda

fue presidido por el Secretario de Turismo del Estado de Guanajuato, José Álvarez Brunel y su jefe de Mercados Jorge Cabrejos, acompañados de Rosa Civantos, directora del área de formación y María José Martínez, del área comercial los cuales disfrutaron de una gran fiesta mexicana.

ENTREVISTA | JUAN CASTRO

CEO DE CASTRO TOURISM ADVISORS

«Queremos gritar a los cuatro vientos lo que somos: asesores en turismo»

Tras más de 15 años de trayectoria, CastroConsulting hace un rebranding de su marca

Buenas Juan. Cuéntanos el por qué de este cambio tras 16 años de trayectoria.

Desde que comenzamos en 2008, hemos pasado por varias fases de crecimiento y maduración de empresa. En nuestros inicios **comenzamos con JCastro Marketing**, marca que me regaló un amiguito para ayudarme a empezar. En ese momento compramos el dominio Castroconsulting para nuestra web y, de repente, todo el mundo nos comenzó a llamar así. Así que, en **2015, adoptamos CastroConsulting como marca** e hicimos un trabajo de branding más profundo. El año pasado cumplimos 15 años, una cifra que ya impone como empresa, y a lo largo de todo este maravilloso recorrido hemos aprendido, madurado y crecido, por lo que nos apetece entrar la adolescencia con una nueva identidad.

¿Por qué el nombre de Castro Tourism Advisors?

Cuando planteamos este cambio con nuestro equipo creativo, vimos que Castro es el diminutivo con el que normalmente nos llaman nuestros clientes y amigos. Es un nombre fuerte y con personalidad, al que sólo había que añadir lo que hacemos. Consulting era un apellido muy amplio, lo que nos acercaba a otros sectores. Tras la consolidación de la empresa en estos años, queremos **gritar a los cuatro vientos lo que somos: asesores en turismo**. Y, aunque amamos nuestra lengua, nos pareció que en inglés quedaba genial.

¿Cuáles crees que son los valores que os definen como empresa?

Los valores para nosotros son la **esпина dorsal de nuestra empresa**, sobre la que construimos nuestra relación con compañeros/as, partners y clientes. Nuestro ADN está compuesto por valores como **la honestidad, el compromiso, la sinceridad, el compañerismo, el respeto y la solidaridad**, pero también **la positividad, el buen humor y el carácter disruptivo e inconformista**. En ocasiones, el turismo tiene mucho de “ritos ancestrales” y

creemos que esas cosas hay que cambiarlas. Por eso creo que los clientes nos dicen que somos una consultora retadora, desenfadada y un poco gamberra y, sinceramente, creo que encaja bastante con lo que somos.

Tras 16 años de trayectoria, ¿Qué balance haces en lo personal y profesional?

La verdad es que tengo una gran suerte por una profesión excitante y el camino recorrido para construir la empresa ha sido precioso. **En 2008 dejé un puesto directivo en la administración pública** justo cuando nació mi primer hijo y lo hice porque sentía que me faltaba algo; **necesitaba un reto**. ¡Y vaya si lo encontré!. Los comienzos fueron difíciles, buscando clientes de debajo de las piedras y trabajando desde casa con un bebé recién nacido. Por suerte, muchos excompañeros de destinos amigos de mi etapa en lo público me llamaron para algunos trabajos (lo que agradeceré eternamente), lo cual me ayudó mucho. Luego no hay secreto: echarle horas no desanimándote (soy un positivo enfermizo) y respetando los valores que he comentado antes, las cosas han ido sucediendo. Pero sin duda, lo mejor ha sido el camino: la ilusión de comprar mi primer portátil, el primer empleado, las primeras oficinas, los primeros viajes, el primer concurso público que ganamos, etc.... Lo he disfrutado mucho y ¡espero seguir haciéndolo muchos años más!

¿Qué es lo que más destacarías de vuestro trabajo?

Sinceramente, creo somos unos privilegiados. Siempre le digo a mis compañeros que tenemos un trabajo casi único (¿Cuántos consultores de turismo puedes conocer?) que nos ofrece la **oportunidad de trabajar con ciudades,**



destinos, poblaciones o empresas, sobre las que podemos incidir muchísimo, lo cual es una gran responsabilidad. Sentarte con un/a Alcalde/sa, una corporación, una agrupación de vecinos o empresarios para plantearse como va a ser el futuro de su población, me parece un privilegio al alcance de muy pocos. Aún hoy en día no me acostumbro, y creo que esa es la clave. Disfrutar de cada proyecto como si fuera el primero.

¿Qué le pides al futuro para Castro Tourism Advisors?

Bueno, tengo que estar muy agradecido por la empresa que tenemos hoy en día. Creo que **entre todos los que están y los que han formado parte de ello, hemos sido capaces de construir una empresa comprometida, interesante y divertida**, en la que hemos formado una familia, tanto con compañeros como con clientes. Por eso con mantenernos firme. Pero en general abogo por no perder nuestros valores, nuestras ganas de aprender y de desafiar a los estándares establecidos. Eso mantendrá nuestra esencia, y eso es todo.

Presentación del Valencia Culinary Festival

De la tradición a la vanguardia. Del Mediterráneo a la mesa. De la terreta al mundo. Desde la sostenibilidad, hacia el futuro



El València Culinary Festival vuelve a la capital de Túria, la ciudad en la que mejor se vive y se come del mundo. Un lugar acogedor donde convergen chefs, camareros y productores, para seducir a tus sentidos. A golpe de mantel,

inundamos la ciudad con las propuestas gastronómicas más hedonistas para que vivas una experiencia exclusiva. Si quieres transformar tu curiosidad en placer, desafiar tus sentidos y compartir tu pasión por el buen gusto, este movimiento es tuyo. Del 16 al 26 de mayo, celebraremos la séptima edición

de este festival, que contará con la participación de reconocidos chefs y espacios gastronómicos, ofreciendo más de 30 experiencias exclusivas que solo se pueden vivir durante el Valencia Culinary Festival. Chefs, camareros, productores y amantes del sabor supremo, todos a una. Únete a la revolución.

Rail Europe se alía con RegioJet para viajar por la Europa Central y Oriental

Rail Europe, la plataforma líder para la reserva de trenes, se complace en anunciar que RegioJet, el proveedor ferroviario privado de la República Checa, ya está disponible como parte de las soluciones de sus socios B2B. Esta colaboración marca un hito importante en el compromiso de Rail Europe de ofrecer experiencias de viaje inigualables a los clientes de todo el continente europeo. RegioJet, conocida por su extensa red que une las principales ciudades de la República Checa, así como de Europa Central y del Este, como Eslovaquia, Austria, Croacia y Hungría, ahora podrá reservarse a través de la plataforma B2B de Rail Europe, que incluye RailAPI, RailFlash y RailPortal. Esta integración amplía la gama de opciones de viaje disponibles para los clientes de Rail Europe, proporcionándoles un cómodo acceso al mayor inventario de destinos europeos disponibles en tren.

Con esta nueva asociación, los viajeros pueden elegir entre una amplia gama de rutas

atendidas por RegioJet, incluyendo rutas nacionales como Praga a Brno, Praga a eský Krumlov, Praga a Ostrava, así como rutas internacionales como Viena a Praga, B eclair a Viena, B eclair a Bratislava, y Győr a Praga.

“Al integrar la amplia red de RegioJet en nuestra plataforma de reservas, permitimos a los viajeros explorar la belleza de Europa Central y Oriental con una comodidad y un confort inigualables”, declara Björn Bender, Consejero Delegado de Rail Europe.

El compromiso de RegioJet con la excelencia se extiende a sus servicios a bordo, garantizando a los pasajeros un viaje cómodo y sin interrupciones de principio a fin. Los pasajeros que viajan de día o de noche pueden



disfrutar de una gran variedad de clases de servicio, como Low Cost, Relax, Standard, Business, Segunda Clase, Standard Couchette, Relax Couchette, Relax Couchette para mujeres, Primera Clase y Business Class. Con Rail Europe y RegioJet, el encanto de Europa Central y Oriental es ahora más accesible que nunca, prometiendo aventuras inolvidables a los viajeros en tren.

Meliá Hotels International anuncia su primer hotel en Laos

Meliá Hotels International sigue imprimiendo fuerza a su expansión en el continente asiático, donde acaba de anunciar la apertura de su primer hotel en Laos: un antiguo palacio ubicado en la ribera de Luang Prabang, una de las mayores ciudades del país y su principal polo turístico, que ha sido Patrimonio Mundial de la UNESCO durante dos décadas.

El actualmente conocido como Grand Luang Prabang Hotel se unirá, a partir de este mismo mes, al portfolio de la compañía española, y durante los próximos meses – mientras permanece operativo – será sometido a un proceso de reforma y rebranding para elevar sus estándares y ofrecer una exclusiva experiencia de lujo, uniéndose al distintivo portfolio de la marca The Meliá Collection. Así, como antiguo palacio de un príncipe laosiano, conocido como Palacio Xiengkeo, este establecimiento tiene el tipo de historia y raíces únicas que distinguen a los hoteles de The Meliá Collection. “Para la familia Meliá, estamos muy felices y orgullosos de comenzar nuestro viaje en Laos con este extraordinario hotel”, ha expresado Gabriel Escarrer, Presidente y CEO de Me-

liá Hotels International. “Esperamos que destinos como Luang Prabang se vuelvan más populares entre los viajeros actuales que buscan experiencias únicas, y estoy seguro de que este hotel, con su inconfundible sentido del lugar, permitirá a los huéspedes disfrutar plenamente del destino”.

Situado en una exuberante ribera, el Grand Luang Prabang es un hotel de 75 habitaciones distribuidas en ocho edificios. El conjunto se sitúa en un meandro del río Mekong, ofreciendo vistas panorámicas únicas del lugar.

Anteriormente conocido como Palacio Xiengkeo, las raíces de la propiedad se adentran en la arquitectura de estilo colonial francés, aunque con claras influencias laosianas. El príncipe Petcharath, el aristócrata que una vez vivió en los terrenos del actual hotel, es bien conoci-



do entre los laosianos y tuvo un mandato como primer ministro durante la Segunda Guerra Mundial.

Los balcones de las habitaciones ofrecen vistas a cuidados jardines y estanques de lotos, mientras que los interiores destilan encanto local a través de muebles tradicionales de madera y detalles atemporales. El hotel también cuenta con una amplia piscina en los jardines. Meliá añadirá la distintiva hospitalidad española a la mezcla, asegurando que el hotel conserve su carácter único.

Air Serbia introduce cuarto vuelo desde Madrid a Belgrado

Air Serbia ampliará su presencia en España con un nuevo vuelo semanal Madrid - Belgrado y Belgrado - Madrid a partir



del 19 de abril de 2024 hasta 25 de octubre de 2024. Desde la creación de la ruta directa, ahora tendremos un cuarto vuelo que sumado a las salidas de los lunes, miércoles y sábado operará los viernes.

Ejemplos:

MADRID (MAD) - BELGRADO (BEG)
JU 573 MAD 18:30 - BEG 21:35 (lunes y viernes)
JU 571 MAD 10:30 - BEG 13:20 (miércoles y sábados)

BELGRADO (BEG) - MADRID (MAD)
JU 572 BEG 14:25 - MAD 17:45 (lunes y viernes)
JU 570 BEG 06-25 - MAD 9:45 (miércoles y sábados)

Es una excelente oportunidad de planificar tu próxima escapada a los Balcanes y disfrutar de la capital de Serbia, Belgrado.

!No esperes más, reserva tu viaje!

El Hotel Las Arenas Balneario Resort gana el Premio a la Excelencia del Cliente de British Airways Holidays

El Hotel Las Arenas Balneario Resort, perteneciente a la cadena española Hoteles Santos, ha sido galardonado con el prestigioso Premio a la Excelencia del Cliente de British Airways Holidays para el año 2023.

British Airways Holidays, operador turístico con sede en Reino Unido, lleva desde 2016 reconociendo la excelencia de sus hoteles asociados. El Premio a la Excelencia del Cliente se otorga anualmente a los hoteles mejor valorados, basándose exclusivamente en las opiniones de los clientes certificadas por Feefo, la plataforma líder en opiniones de compradores verificados.

Se pide a los clientes de British Airways Holidays que valoren su hotel en función de la ubicación,



el servicio, la limpieza y la calidad del sueño con una puntuación máxima de cinco estrellas. En base al resultado, se deciden los ganadores de los premios. El Hotel Las Arenas Balneario Resort ha sido seleccionado para recibir este galardón por su excepcional dedicación en asegurar que la experiencia del huésped sea impecable, lo que se refleja en su destacada puntuación general de 4.7 sobre 5 estrellas, demostrando su compromiso continuo con la excelencia en el servicio al cliente.

Baleària y la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos promocionan los atractivos del país con un viaje de creadores de contenido

Baleària y la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos han organizado un viaje de cuatro días con creadores de contenido españoles del sector travel para promocionar la riqueza y diversidad patrimonial de Marruecos e impulsar la llegada de turistas españoles durante todo el año. Con esta iniciativa, enmarcada dentro del acuerdo de colaboración firmado en la última edición de Fitur, ambas entidades han puesto en valor la comodidad de viajar a Marruecos en los barcos de la naviera, y han dado a conocer la historia, la cultura y la gastronomía del país marroquí. Los creadores de contenido han embarcado en el ferry Poeta López Anglada, que une los puertos de Algeciras y Tánger Med, y han comprobado la comodidad de viajar al Reino de Marruecos en barco en un trayecto de una hora y media. Además, han podido conocer de primera mano todos los servicios a bordo y la calidad de las diferentes acomodaciones. Baleària y Turismo de Marruecos han reunido a los creadores de contenido Marta Carrillo (@imartatravels), Marina Comes (@marinacomeres), Carlos Cuñado (@carloartspain), Alberto Vidal (@todorutas.es) y la pareja formada por Marga Mayans y JuanRa Martínez (@twoarehere) para recorrer Marruecos acompañados por guías turísticos locales. Los seis creadores de contenidos, que acumulan casi un millón y medio de seguidores en redes sociales entre todos, han conocido de primera mano las singularidades de la zona norte del país, su gastronomía y algunas localidades emblemáticas como Tetuán, Chefchaouen, Tánger y la capital, Rabat, a través de la conexión con la línea del tren de alta velocidad. Uno de los aspectos que más ha sorprendido a los creadores de contenido de viajes ha sido la variedad gastronómica marroquí. Marina Comes, creadora de contenido activa desde el 2016, destaca sus ingredientes



mediterráneos, aunque cocinados de manera diferente. «Del cuscús, uno de los platos más típicos, me gusta mucho que implica estar sentados alrededor de la mesa y compartir no solo la comida, sino también el momento. Esto es algo muy español también y creo que ahí Marruecos y España comparten este sentimiento e importancia que le damos al sentarnos con la gente que queremos para comer y disfrutar».

Entre los lugares visitados, una de las excursiones más notorias ha sido en los alrededores de Tánger, en las Cuevas de Hércules, también conocidas como 'El Mapa de África', ya que tiene dos aperturas, una hacia la tierra y otra hacia el mar. «No conocía la existencia de este lugar y descubrirlo en persona ha sido increíble. Me ha sorprendido también 'el Cap Spartel', el punto donde se juntan las aguas del Océano Atlántico con las del Mar Mediterráneo», ha explicado Alberto Vidal, del perfil @todorutas.es. Asimismo, los participantes han podido disfrutar de un día en Rabat, la capital de Marruecos, gracias al servicio de tren de alta velocidad, el primero de África, que conecta Tánger con Rabat en apenas una hora. JuanRa Martínez, uno de los integrantes de @twoarehere, ha puesto en valor la proximidad entre ambos países y la comodidad de viajar en barco: «Marruecos me ha parecido un país de contrastes, olores, sabores y colores muy característicos, y con mucho por ver. Baleària lo hace posible y nos lo pone fácil».

Mabrian refuerza su equipo de comunicación

Mabrian, líder mundial en inteligencia turística, refuerza su equipo de Comunicación y Marketing para abordar su expansión en el contexto de crecimiento del mercado mundial datos para la industria turística. Ana María Marquez se incorpora a Mabrian como Jefa de Comunicación, mientras que Aigu Sainz se suma como Responsable de Diseño y Visualización de Datos, al área liderada por Carlos Cendra, Director de Marketing y Comunicación. Con estos perfiles Mabrian contará con un equipo integral dedicado a la divulgación de contenidos en torno a la inteligencia de datos en turismo.

Especialista en periodismo y comunicación corporativa,



Márquez ha trabajado, a lo largo de sus 18 años de carrera, tanto en medios como en comunicación en proyectos de turismo, tecnología y del sector inmobiliario, incluyendo OTAs, aerolíneas, hotelería, tecnología turística y destinos. Ha pasado casi 10 años trabajando como reportera del servicio de televisión de la Agencia EFE (una de las agencias de noticias más grandes del mundo), como editora del servicio de televisión internacional de Agencia EFE-EPA, y como fixer y corresponsal especial para varios medios de comunicación nacionales e internacionales, como SkyNews y TRTWorld.

Last Tour, compañía líder en la industria musical en España, se asocia a CEOE

Last Tour, compañía musical con más de 22 años de historia en nuestro país, une fuerzas con CEOE y se asocia a la Confederación para reivindicar la relevancia de la cultura para la economía y para las empresas.

Last Tour es una empresa líder en el panorama musical español, con una facturación de más de 100 millones de euros anuales y con una actividad que genera 10.000 empleos directos e indirectos a lo largo del año. Todo ello supone un importante impacto económico en los territorios donde celebra sus festivales y giras. En marzo 2023 se unió a la comunidad B Corp y, como pionera en el sector de las industrias culturales y creativas, se encuentra entre las empresas que lideran un movimiento global para una economía inclusiva, equitativa y regenerativa y que están transformando la economía global para beneficiar a todas las personas y el planeta.

El presidente de Last Tour, Alfonso Santiago, ha trasladado estas cuestiones de primera mano al presidente de CEOE, Antonio Garamendi, en una reunión que han mantenido en la sede de la Confederación para cerrar esta unión y comenzar a trabajar por una industria musical fuerte y dinamizadora. Ambos, han coincidido también en la necesidad de impulsar el tejido empresarial de las industrias culturales y creativas.



Alma Cruceros presenta su “Club de Fundadores”



Alma Cruceros ya ha dado el pistoletazo de salida. Ha anunciado su lanzamiento y también su primer viaje inaugural que tendrá lugar el próximo 18 de abril de 2025. Este inicio, marcará además, una nueva era en la industria de los cruceros en España. Todo es nuevo y singular en esta naviera boutique liderada por el empresario español Elisardo Sánchez, Presidente de la compañía y, Pedro Costa, Vicepresidente, y persona muy reconocida en el sector de los cruceros por su trayectoria previa. Tras el anuncio de andadura, ahora nos sorprenden con su iniciativa cultural y social: Club de Fundadores. Un concepto singular y disruptivo que desafía las convenciones tradicionales de disfrutar de un crucero en ocasiones limitadas. Este innovador enfoque lo transforma en un exclusivo club privado, donde los pasajeros pueden disfrutar de los espacios del buque en cualquier puerto de su recorrido, sujeto a solicitud y disponibilidad. Además, ofrece la posibilidad de participar en eventos a bordo y otros exclusivos organizados por la naviera, influir en la selección de destinos e itinerarios futuros, y experimentar aventuras inmersivas únicas en todo el mundo, incluso en territorios poco explorados. Estos son solo algunos de los atractivos que ofrece esta nueva forma de vivir la experiencia de un crucero

El Club está limitado a sólo 80 miembros que formarán parte de una comunidad viajera única que comparte

su pasión por los cruceros, con el networking. Vivir la vida intensamente, disfrutar de cada día al máximo y crear recuerdos inolvidables es el compromiso del Club. En definitiva vivir la vida con ALMA el nombre que abandera la compañía y que representa su propósito.

Para unirse al club de fundadores puedes dejar tu solicitud de inscripción ya aquí: <https://almacruceros.com/club-de-fundadores/>

La comisión de admisión analizará cada solicitud y en un breve periodo de tiempo los socios recibirán una comunicación sobre su admisión. Se valorará la incorporación de socios de diferentes ámbitos, que compartan intereses e inquietudes del Club y que aporten diversidad cultural y social.



La Diputación impulsa la IV edición de 'Costa Blanca Beach Games' en las playas de Alicante y El Campello

La Diputación de Alicante impulsa la cuarta edición de 'Costa Blanca Beach Games', el mayor evento multideportivo a nivel nacional en deportes de playa. A través del Patronato Provincial de Turismo, esta cita, que se disputará entre el 18 de mayo y el 2 de junio en la Playa de San Juan de Alicante y en la Platja de Mutxavista de El Campello reunirá a los mejores jugadores y jugadoras de las seis modalidades previstas, quienes disfrutarán, además, de diversas actividades complementarias. La vicepresidenta primera de la Diputación de Alicante, Ana Serna, ha presentado esta mañana esta acción que combina la promoción turística con la deportiva y cuyo objetivo es consolidarse permanentemente en la provincia. El acto ha contado también con las intervenciones del director del Patronato Costa Blanca, José Mancebo, el concejal de Deportes del Ayuntamiento de Alicante, Toni Gallego, la concejala de Turismo del Ayuntamiento de El Campello, María Luisa Navarro, el presidente de la Asociación para la Promoción del Turismo Deportivo en Alicante, Francisco Fresno, y el presidente de la Federación de Voleibol de la Comunitat Valenciana, Arturo Ruiz. Alicante y El Campello ejercerán de sedes anfitrionas de esta propuesta enfocada a la promoción del turismo deportivo, con seis modalidades: Balonmano Playa, Tenis Playa, Rugby Playa, Futevolei Playa, Remo Playa y Vóley Playa. Este singular evento, auspiciado por la Asociación de Turismo Deportivo Costa Blanca, contará con la participación de distintos clubes nacionales, así como de jugadores federados y no federados. La cita deportiva, cuyo impacto económico directo se estima en unos 5 millones de euros, además del inducido y de retorno, recibirá a unos 40.000 espectadores y la participación de 1.800 deportistas. Tanto la playa de San



Juan como la de Mutxavista acogerán distintos campos de juego y zonas de participación.

Ana Serna ha destacado la importancia de que las instituciones colaboren en este tipo de eventos, "principalmente por el fomento del deporte y por el desarrollo turístico y económico de una provincia que es imbatible en cuanto a banderas azules, oferta de sol y playa, gastronomía y deporte de montaña". "Tenemos que seguir promocionando esta joya que tenemos, que es la Costa Blanca, y por ello debemos agradecer a todos los colaboradores, instituciones y patrocinadores su apuesta por un evento que goza de muy buena salud", ha concretado. Asimismo, ha asegurado que pese a iniciarse "de forma humilde, esta iniciativa poco a poco ha seguido creciendo y ahora mismo tiene una trayectoria, una relevancia y una trascendencia a nivel internacional que demuestra que vamos por el buen camino. Seguiremos apostando por este tipo de turismo".

Por su parte, José Mancebo, quien ha insistido en el acierto del nombre de la propuesta, "trabajando desde el inicio con la marca del territorio y su visión",

ha detallado que la suma de disciplinas y de apoyos "favorece el deporte y el turismo".

"Es la primera vez que se celebra este evento en dos municipios a la vez y esto supondrá el pistoletazo de salida en temporada alta con una gran variedad de disciplinas", ha añadido el director del ente turístico, quien ha resaltado que el turismo deportivo "sirve para anclar la marca Costa Blanca a una serie de valores que tienen que ver con el deporte, que nos trae esfuerzo y espíritu de superación y, con ello, también la provincia se asocia a ese estilo de vida saludable que queremos promocionar". En la modalidad de Balonmano Playa, con cuatro campos y 64 equipos de categoría absoluta y base (900 participantes), se celebrará un torneo clasificatorio de arena handball, un circuito nacional de RFEBM, concentraciones de las selecciones territoriales de categoría base y actividades de balonmano playa de la FBMCV inclusivo. En Tenis Playa habrá un Torneo del Circuito Nacional RFET y Autonómico FTCV femenino y masculino, así como otro amateur en seis campos en los que 64 parejas disputarán los partidos.

Estimar Hotels impulsa el consumo local con iniciativas de apoyo al comercio y la salud

Estimar Hotels, anteriormente Sol y Mar Hoteles, continúa desarrollando distintas prácticas en línea con su compromiso centrado en el apoyo al agente local,



involucrándose en formar parte del desarrollo socio-económico de las comunidades en las que opera. Con esta visión, la compañía lanza su programa “Dine Out”, una iniciativa diseñada para respaldar el comercio local mientras ofrece a sus huéspedes la oportunidad de saborear la auténtica gastronomía de la región. Mediante este programa, los huéspedes tendrán la posibilidad de cambiar su régimen de pensión completa o media pensión en SOLYMAR Gran Hotel y ESTIMAR Suitopía, ambos situados en la ciudad alicantina de Calpe, por reservas en los restaurantes locales adheridos al programa, como Casa Cantares, La Gastrobottega de Giuseppe y Restaurante Hydra, contribuyendo al desarrollo económico de la comunidad de Calpe y permitiendo al visitante disfrutar de propuestas locales, que abarcan desde platos típicos y marisquerías, hasta restaurantes de cocina italiana. Este programa apuesta por la industria hostelera local, y brinda a los huéspedes la libertad de disfrutar de una experiencia más diversa y auténtica en destino.

Click&Boat registra un 30% más en reservas de embarcaciones que en 2023 coincidiendo con el puente de mayo

Coincidiendo con el puente de mayo, Click&Boat, plataforma líder en alquiler de embarcaciones, prevé superar en un 30% la cifra de reservas que en el mismo periodo de 2023 para estos días de puente, a pesar de que es festivo únicamente en algunas comunidades. Según ha informado la plataforma de alquiler de embarcaciones, el próximo puente sigue la tendencia positiva que se ha visto en las últimas semanas, mejorando incluso los datos de Semana Santa. Este crecimiento viene impulsado por el incremento de usuarios con licencia de navegación y la



democratización de este tipo de servicios, según afirma la plataforma de alquiler. En cuanto a los principales destinos elegidos para este puente, el ‘top 5’ lo conforman: Valencia, siendo los días 1 y 2 los días con más reservas, le sigue Canarias e Ibiza, que obtienen reservas desde el 1 al 5 de mayo, Mallorca que sigue la misma tendencia y finalmente Andalucía con un pico en el fin de semana.

W2M apuesta por Andalucía donde prevé crecer un 38% el presente año



World2Meet, división de viajes de Grupo Iberostar, apuesta por el destino Andalucía donde este año prevé crecer a doble dígito tanto en ingresos como en número de clientes. En concreto, espera un incremento del 38% en cifra de negocio y un 22% en pasajeros, según ha desvelado su consejero delegado, Gabriel Subías, en una presentación del grupo que ha tenido lugar hoy en Málaga.

“Andalucía es un destino clave para W2M. En este sentido, estamos reforzando nuestras relaciones con partners locales, además de optimizar aún más nuestra operativa en la zona. Así pretendemos impulsar el destino Andalucía y dinamizar la economía local de la región, convirtiéndonos en una pieza clave para la comunidad” ha detallado Subías en una presentación en la que ha estado acompañado por Noelia Báez, directora general del Bedbank & DMC.

Subías ha ido presentando ante los empresarios malagueños las principales magnitudes del grupo, cuya facturación este año se espera que alcance los 2.738 millones frente a los 2.175 millones con los que cerró 2023. A nivel de pasajeros W2M prevé alcanzar los 7,1 millones mientras que su aerolínea superará los 658.000 asientos este ejercicio.

W2M cuenta en la actualidad con varias oficinas en Málaga y Almería y más de 100 agencias de

azulmarino, Grand azulmarino, bytour y The Sphere repartidas por la región. Además, el grupo dispone de 350 hoteles en contratación propia, lo que pone de manifiesto la fortaleza de su división de banco de camas en Andalucía. Así, según Noelia Báez, directora general del Bedbank & DMC: “Gracias a nuestra amplia contratación hotelera directa proponemos un valor añadido único a nuestros partners, tanto clientes como proveedores, alineándonos con sus estrategias de producto y distribución. Todo con el propósito de ser un socio comercial que les apoye en la consecución de sus objetivos. Como DMC nos enfocamos en ofrecer soluciones tecnológicas que apoyen los servicios más tradicionales, así como el desarrollo de producto propio novedoso y sostenible”

Por último, el CEO de W2M ha hecho un repaso de cada una de las 19 marcas que conforman la división de viajes -distribución, producto, aerolínea, bedbank, servicio en destino y alojamiento- y a las que hace tan solo unos días se sumaba el lanzamiento de NewTravellers, una nueva marca que tiene como objetivo ofrecer experiencias y productos diseñados de manera específica para los viajeros más experimentados.

Baleària y Fred. Olsen Express refuerzan este verano su ruta entre Canarias y Huelva ofreciendo cuatro servicios semanales



Baleària y Fred. Olsen Express refuerzan, durante los meses de verano, su ruta marítima entre Canarias y Huelva. En concreto, entre el 1 de julio y el 30 de septiembre pasarán de tres a cuatro trayectos semanales en cada sentido. Esto permitirá duplicar las salidas ofrecidas el mismo periodo del año pasado.

La ruta está operada por dos barcos: el buque Sicilia, que cuenta capacidad para 1.000 pasajeros y 400 vehículos, así como con el ferry Marie Curie, que puede acoger a más de 800 pasajeros y 600 vehículos. Esta ampliación de las conexiones permitirá dar respuesta a la alta demanda prevista para el periodo estival, tanto para pasajeros como para transporte de mercancía rodada entre la Península y Canarias.

En palabras del director de flota de Fred. Olsen Express, Juan Ignacio Liaño, “en enero gracias a la incorporación de un segundo barco para la ruta, el ferry Sicilia, pudimos dar servicio a todos esos clientes que tan buena acogida han dado a nuestra conexión con la Península”.

Por su parte, el director general de Baleària, Georges Bassoul, resaltó “el compromiso con la flexibilidad y la conectividad, para reforzar la línea y garantizar la oferta y la comodidad de

los pasajeros en estas fechas de alta demanda”.

Desde el 1 de julio, se ofrecerán salidas desde Huelva los martes, miércoles, viernes y sábados, todas ellas con destino a Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife, a excepción del viaje de los miércoles, que únicamente tendrá conexión con Tenerife. Por su parte, las salidas desde las islas se realizarán los domingos, lunes y jueves, contando esta última jornada con dos viajes desde Tenerife.

Cinco años de alianza estratégica para conectar Canarias y Península, a través de Huelva

El servicio entre la Península y Canarias, operado por Baleària y Fred. Olsen Express desde hace más de cinco años, muestra esta alianza estratégica para la unión por mar entre las islas y la Península. Desde su inicio, la conexión ha transportado más de un millón de metros lineales de carga y más de 155.000 pasajeros entre Huelva y Canarias, consolidando una ruta clave para el transporte de mercancías. Entre los servicios de los dos barcos que cubren esta ruta, destacan los camarotes, la restauración, y los servicios para mascotas.

Cinco lugares que no pueden faltar en una ruta por el casco histórico de Palma



Una maravilla arquitectónica y cultural, la zona antigua es indispensable en la primera, la segunda o en cualquier visita a la capital balear. De trazado medieval, se trata de uno de los cascos antiguos mejor conservados del mediterráneo y de

Europa. Cada calle y cada pequeño callejón es un tesoro que esconde puertas abiertas y patios de antiguas casas señoriales —llamadas casals—, edificios modernistas, comercios emblemáticos, museos y galerías de arte moderno.

ADESTIC y VRAIN de la UPV crearán el mapa sobre los desafíos a los que se enfrentan los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana en la era del turismo 5.0

El Clúster de Empresas Innovadoras para el Turismo de la Comunitat Valenciana y el Instituto Universitario Valenciano de



Investigación en Inteligencia Artificial de la Universitat Politècnica de València reúnen en Benidorm a técnicos de los principales destinos y traveltech valencianas para realizar un primer diagnóstico y transferencia de conocimiento en inteligencia artificial para el sector turístico.

Para ello, ambas entidades, con el apoyo del IVACE + I, han reunido en la sede del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat-tur), ubicada en Benidorm, a técnicos de algunos de los principales destinos, asociaciones sectoriales y directores de traveltech valencianas.

El siguiente paso será redactar, con la información recopilada, un primer informe de conclusiones para elaborar el citado mapa de las necesidades del sector y poder aportar desde el campo de la investigación y la tecnología soluciones concretas que respondan a las oportunidades de la industria turística de la región.

Travelplan organiza un famtrip a Túnez para descubrir la riqueza cultural y natural del destino

Travelplan, turoperador líder, perteneciente a Ávoris Corporación Empresarial, celebró con éxito un famtrip en Túnez del 24 al 28 de abril pasados. Ochenta y cinco profesionales del sector turístico, incluidos dos ejecutivos comerciales de la mayorista, dos especialistas en redes sociales, y Gustavo Serrano, director comercial de turoperación de Ávoris, exploraron los encantos de Túnez gracias a la colaboración de la aerolínea nacional Tunis Air, que facilitó 85 plazas desde Madrid y Barcelona. Los agentes que participaron en el viaje disfrutaron de una amplia variedad de experiencias, combinando la belleza de las ciudades



históricas con la majestuosidad de sus paisajes naturales. El itinerario incluyó visitas a emblemáticos sitios como Sidi Bou Said, la Medina de Túnez, y el anfiteatro romano de El Jem, el más grande de África. Además, los asistentes vivieron experiencias únicas en Matmata con sus casas trogloditas y en Douz, la puerta del desierto, culminando con un recorrido por los escenarios de la saga de películas "Star Wars" en Oung Jemel.

Soltour acerca a los españoles al secreto mejor guardado de Europa

Con la llegada del verano, Soltour inaugura la temporada perfecta para explorar Albania, un destino tendencia que esconde algunos de los secretos mejor guardados de Europa. El turoperador independiente líder en el segmento de sol y playa en España y Portugal ha puesto en marcha una exclusiva operativa de vuelos directos a Tirana, la capital albana, desde un total de 15 ciudades españolas, como Madrid, Bilbao, Valencia, Zaragoza o Sevilla, entre otras.



"Hemos preparado una operativa con un marcado enfoque regional, proporcionando a los viajeros de toda España la oportunidad de embarcarse en una aventura única y descubrir un destino inigualable como es Albania. Además, esta colaboración estratégica con las agencias nos permite ofrecer un producto diferencial que se destaca por su comodidad, con salidas directas desde diversas ciudades y de corto radio. Esto no solo beneficia a los viajeros, sino que también proporciona a las agencias una ventaja competitiva en el mercado, alineándose con sus necesidades y las de sus clientes.", destaca Luis Santos, director comercial de Soltour para España y Portugal.

La operativa se ha construido para dotar a las agencias de viaje de nuevas soluciones de viaje para los viajeros. Una oportunidad única que incluye vuelos y alojamiento para visitar una de las joyas mejor guardadas de Europa.

CEHAT solicita al Gobierno actuación inmediata ante el crecimiento descontrolado de los pisos turísticos y propone medidas para la creación de nueva vivienda



Ante la urgente falta de vivienda residencial en España y el encarecimiento de los alquileres, la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) solicita al Ejecutivo una ley estatal que controle el crecimiento desbocado de los pisos turísticos. Los hoteleros piden así que se establezca una planificación y un control de esta actividad económica que está provocando preocupantes problemas sociales y económicos, mediante una normativa que dé cobertura a las comunidades autónomas y ayuntamientos.

La patronal hotelera española lamenta que lleva más de una década denunciando que la vivienda vacacional y el crecimiento desmesurado de este producto turístico iba a suponer un fenómeno social y no económico. CEHAT apunta que "desgraciadamente, el tiempo nos ha dado la razón y hemos visto cómo, aunque los hoteles siguen mostrando un buen comportamiento, no se trata de un tema de competencia, sino de una gran preocupación social". Esto se traduce, según los hoteleros, en la pérdida de identidad de las ciudades o principales destinos turísticos, en la imposibilidad de acceso a la

vivienda por parte de los jóvenes y en los fenómenos de gentrificación y "turismofobia" que se están viviendo, debido al alza que han experimentado los alquileres al sacar del mercado viviendas residenciales para convertirlas en turísticas. Para los hoteleros, la irrupción y la proliferación descontrolada de los pisos turísticos en el mercado ha supuesto que, en menos de 10 años, se dupliquen las plazas existentes para alojar turistas en España a través de la vivienda vacacional. CEHAT subraya que esto ha dado lugar a que la imposibilidad de acceso a la vivienda cale en la sociedad y genere un sentimiento adverso que, en algunas zonas, se está canalizando de manera malintencionada culpando al turismo y a través de la "turismofobia". "No se puede señalar al turismo como culpable de la situación. El sector hotelero cuenta con prácticamente las mismas camas que a principios de siglo, ya que tan hemos crecido en torno a un 1 o un 2% desde entonces. Sin embargo, la vivienda vacacional ha duplicado el parque de camas en España en menos de 10 años, con un crecimiento alocado, sin tarificación y con un total libre albedrío", denuncia Jorge Marichal, presidente de CEHAT.

Nuria Montes presenta la 'Guía Temps 2024' que invita a vivir de forma única el "mediterráneo más rural" de la Comunitat Valenciana



La consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Nuria Montes, ha presentado este martes la 'Guía Temps 2024', una nueva edición que "invita a vivir de una forma única el mediterráneo más rural".

Se trata de una publicación impulsada por el Club de Producto de Interior de la Comunitat Valenciana con la colaboración de Turisme, que incluye experiencias para oler, saborear y disfrutar de cada uno de los diferentes paisajes que conforman los destinos más originales del interior de la Comunitat Valenciana.

Esta nueva edición incluye, según ha detallado la consellera, "alojamientos auténticos con mucha alma, restaurantes seleccionados por su cocina de producto local, y experiencias para vivir y descubrir entornos naturales únicos".

Nuria Montes ha agradecido el trabajo de todos los empresarios y empresarias que conforman esta guía, puesto que "dejan parte de su tiempo para que el turista pueda vivir el suyo de la mejor manera". Para la titular de Turisme, "Temps se ha convertido en el perfecto compañero de viaje para aprovechar el tiempo de calidad en el interior de la Comunitat Valenciana".

La presentación de la Guía Temps 2024 ha servido para clausurar la asamblea anual de la Asociación de Empresarios del Club de Producto 'Temps de Interior', un acto en el que ha participado además de la consellera de Turismo, el presidente de la asociación, Joaquín Deusdad.

En este contexto, la responsable de la política turística del Consell, ha destacado que "el turismo de interior es clave para la supervivencia de nuestros pueblos y para la sostenibilidad de nuestro territorio". Por eso, ha incidido en que "desde la Generalitat, seguiremos apoyando iniciativas como la vuestra, que promueven un turismo responsable y sostenible". Por su parte, Deusdad ha señalado que "el interior de la Comunitat Valenciana se encuentra en un momento dulce, con un futuro prometedor gracias al cambio de tendencias y preferencias de los turistas donde las experiencias y el trato personalizado se consolidan como motivaciones principales". Asimismo, el presidente de la asociación ha añadido que el trabajo de Temps "se ve reforzado con el mantenimiento del apoyo de Turisme Comunitat Valenciana por el turismo de interior en esta nueva legislatura".

Los hoteles se benefician de la planificación anticipada de los viajeros, según Cloudbeds

La plataforma de gestión hotelera Cloudbeds ha descubierto que los viajeros reservaron alojamiento con más antelación en



2023 en todas las regiones, excepto en Norteamérica. Los resultados, revelados en el "Informe sobre el estado del alojamiento independiente" de Cloudbeds para 2024, indican que la ventana media de reserva -es decir, el número de días previos a la llegada en los que los viajeros reservan una habitación- aumentó con respecto a los tres años anteriores en Europa, LATAM y la región Asia-Pacífico.

Con 46 días, Europa tuvo la ventana de reserva media más larga de las cuatro regiones, un aumento de seis días con respecto a 2022. En América Latina y Asia-Pacífico, las ventanas de reserva fueron mucho más cortas, con 32 días y 31 días, respectivamente. Según los datos de Cloudbeds, estos patrones se han mantenido relativamente constantes en los últimos años, aunque las diferencias entre regiones se han acentuado. Mientras tanto, la ventana media de reserva en Norteamérica se mantuvo igual, en 40 días antes de la llegada.

Marta López gana el concurso de diseño Casino Azul



Su propuesta, titulada "De la arquitectura al Mediterráneo", se empleará en el marcaje de las botellas de agua sostenible del Casino CIRSA Valencia. La Sala de Fiestas de CIRSA Valencia ha acogido la entrega de los Premios Casino Azul, un proyecto dirigido a jóvenes diseñadores gráficos al que

han optado un total de 22 participantes. De todos ellos se seleccionó a tres finalistas, cada uno de los cuales elaboró una creatividad exclusiva para las botellas de agua sostenible del servicio de restauración del Casino donde, anualmente, se consumen más de 44.000 litros de agua.

UNAV y Adara Formación suscriben un acuerdo para mejorar la capacitación y especialización de los agentes de viajes



La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) y Adara Formación, empresa colaboradora de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE), han suscrito un convenio de colaboración para llevar a cabo un programa de formación especializada para los agentes de viajes.

Gracias a este acuerdo, los profesionales de las firmas asociadas a UNAV podrán participar en cerca de una treintena de cursos, totalmente gratuitos para los empleados y los autónomos, al estar subvencionados en su totalidad por FUNDAE.

Dependiendo de la opción elegida, la duración de los cursos oscila entre las 50 y las 75 horas y todos se desarrollan bajo la modalidad de teleformación, con exámenes online de cada uno de los módulos formativos.

Las sesiones formativas se distribuyen seis bloques de contenido: formación sectorial, contabilidad (financiera, básica y avanzada), riesgos laborales, idiomas (inglés), marketing y ofimática. En el caso del capítulo sectorial, por ejemplo, se abordan temas tales como el tratamiento y el análisis

de la información de mercados, las estrategias de ventas e intermediación comercial o las actuaciones orientadas a la fidelización de los clientes. El apartado dedicado al marketing, por su parte, recoge aspectos muy orientados a la venta y a la promoción, tanto digital como en el punto de venta.

El objetivo del nuevo programa de formación impulsado por UNAV es la mejora de la capacitación de los profesionales de las agencias, así como la actualización de sus conocimientos y habilidades para adaptarse a los cambios operados por el sector en los últimos años.

Adara Formación es una empresa de consultoría y servicios empresariales que viene desarrollando sus actividades en diferentes sectores. Con más de una década de experiencia, ofrece un servicio integral de formación, teniendo como objeto principal de negocio informar, asesorar, diseñar, gestionar e implantar proyectos empresariales dirigidos al desarrollo profesional de las personas que dedican sus servicios en las empresas.

Viajes especiales para el Día de la Madre con Utópica



El Día de la Madre es una ocasión especial para honrar y agradecer a todas las madres y compartir momentos junto a ellas.

Un viaje con ella diseñado a medida por Utópica, una oportunidad para crear recuerdos únicos que perduren a lo largo del tiempo.

- Un spa en Saint Tropez
- Un recorrido en barco por los viñedos de la campiña francesa

- Una experiencia gastro en Vera
- Un viaje al mar de Menorca
- Un viaje por los pueblos más bonitos de los Cotswolds

Se puede solicitar cita previa con uno de sus Travel Advisors para conocer L'Atelier de viajes Utópica y diseñar a medida experiencias únicas en: <https://utopica.travel/>

Turisme aboga por adelantarse a las tendencias que marca el mercado gastronómico para ser “más competitivos”

El director general de Turismo, José Manuel Camarero, ha abogado este lunes por “adelantarse a las tendencias que marca el mercado gastronómico para ser todavía más competitivos”.



Así lo ha declarado durante la apertura de la jornada sobre 'Tendencias gastronómicas que marcarán el 2024', que ha reunido en el Marq de Alicante a cerca de doscientas personas del sector hostelero, interesadas en conocer las claves para la búsqueda del equilibrio en gastronomía entre la naturaleza, la sostenibilidad y la evolución de la sociedad.

El encuentro, organizado por la Cámara de Comercio de Alicante en colaboración con Turisme Comunitat Valenciana, a través de L'Exquisit Mediterrani, ha albergado una mesa de análisis con la participación de chefs reconocidos de gran prestigio con Estrellas Michelin, como Pepe Rodríguez, Ricard Camarena y Susi Díaz.

Vea las auroras boreales en los cruceros Princess por Alaska en 2024



Las imágenes de ensueño de luces verdes y púrpuras arremolinándose en el cielo del norte, conocidas como Auroras Boreales, son un espectáculo inolvidable, y algo que todos los pasajeros que naveguen este verano con Princess Cruises a Alaska tienen garantizado ver.

Esta nueva experiencia inmersiva del Viaje a las Estrellas forma parte del galardonado programa de la naviera "Norte de Alaska con Princess", que se estrenará en la próxima temporada de cruceros y excursiones de 2024 y que refuerza la conexión de los pasajeros con la Gran Tierra. Este año, los pasajeros de Princess se adentrarán en el planetario del Princess Theater para asistir en primera persona a la presentación de la "Aurora Boreal", que muestra la belleza y la maravilla de este fenómeno con imágenes en directo, diseñadas para atraer a adultos y niños por igual.

El director general de Turismo reitera "la apuesta firme de la Generalitat por el producto gastronómico como atractivo turístico"

El director general de Turismo, José Manuel Camarero, ha reiterado "la firme apuesta de la Generalitat por el producto gastronómico como atractivo turístico y como elemento diferenciador de nuestro destino". Por ello, ha señalado que la intención de Turisme Comunitat Valenciana "es reforzar la marca l'Exquisit Mediterrani". Así se ha pronunciado José Manuel Camarero este viernes en Alcossebre, donde ha participado en la apertura de la III edición del Festival Gastronómico 'Castelló Ruta de Sabor' junto con la presidenta de la Diputación de Castellón, Marta Barrachina, y el alcalde del municipio, Francisco Juan. En el acto, el director general de Turismo ha recordado que "la gastronomía se ha convertido en



una experiencia muy buscada por los turistas que nos visitan" y ha remarcado que "el 25% de los turistas que llegan hasta nuestro destino lo hacen movidos por el producto gastronómico, y además su gasto medio supera en un 30% al de otros segmentos". Además, ha insistido en la necesidad de apostar por la educación, la profesionalización y el reconocimiento a este sector y ha señalado que desde Turisme "no nos cansaremos de poner en valor este sector y de reiterar que la gastronomía nos hace más fuertes como destino".

El barco que el mundo esperaba: el Brilliant Lady de Virgin Voyages zarpará en septiembre de 2025



Hay una razón por la que la naviera número 1 del mundo bautizó a su cuarto barco como "Brilliant Lady". Y es que Virgin Voyages, la compañía de viajes brillantemente disruptiva de Richard Branson, ha sido elegida como el mejor crucero de gran tamaño en los premios Readers' Choice Awards 2023 de Condé Nast Traveler y como el mejor crucero de gran tamaño en los premios World's Best Awards 2023 de Travel + Leisure, y está causando sensación con el anuncio y el debut de su cuarto barco. El Brilliant Lady que zarpará en septiembre de 2025, se embarcará en el viaje por mar más novedoso, con una serie de itinerarios de hasta 14 noches, como nunca antes había ofrecido Virgin Voyages. En su temporada inaugural, la gira norteamericana del Brilliant Lady incluirá puertos de origen muy solicitados y escalas emblemáticas como Nueva York a Bermudas y Canadá, Los Ángeles a México, Miami a las Islas ABC (Aruba, Bonaire y Curaçao) y Seattle a Alaska, junto con un viaje épico a través del Canal de Panamá. Sir Richard Branson, fundador del Grupo Virgin, dijo: "Virgin Voyages empezó como una simple idea mía y ha florecido hasta convertirse en la

principal naviera del mundo con una flota completa de buques. Este barco va a ser brillante en todos los sentidos posibles, y eso incluye los nuevos e increíbles lugares a los que podremos viajar. Alaska, Los Ángeles, Nueva York... ¡allá vamos!".

Como último barco de Virgin Voyages en su flota actual de Lady Ships, Brilliant Lady mantendrá muchos de los toques característicos que los pasajeros han llegado a conocer y amar. Volverán los espacios interiores cuidadosamente diseñados de Virgin Voyages, las hamacas rojas de los balcones, más de 20 restaurantes galardonados -desde la BBQ Coreana hasta comida Mexicana al rojo vivo-, una tripulación sin igual en lugar de un director de crucero tradicional, y una colección de espacios de bienestar de alta gama que van desde una clase de yoga con vistas panorámicas al océano hasta un spa inspirado en una sirena. La novedad, sin embargo, es su estructura adaptada, lo que significa que el Brilliant Lady está diseñado para navegar por el Canal de Panamá y atravesar nuevos paisajes escarpados, incluidos los vastos glaciares y fiordos de Alaska.

La provincia de Alicante registra en abril una ocupación hotelera del 78,0%, 2,1 puntos por encima del dato de 2023

Abril se ha cerrado en la provincia de Alicante con una tasa de ocupación hotelera del 78,0%, una cifra que está 2,1 puntos porcentuales por encima de la lograda en la misma fecha de 2023 y que supera también por 6,0 puntos la registrada en marzo. Esta cifra confirma el buen pie con el que avanza el turismo alicantino este año, con registros interanuales siempre por encima de los de 2023. La ciudad de Alicante ha superado la media provincial y conseguido una ocupación del 82,5%, 2,1 puntos más alta que la de 2023. La Playa de San Juan ha llegado al 90,7%, el mejor dato del conjunto. Otros destinos de la provincia han alcanzado valores significativos, como Alcoy, que ha llegado al 77,3%; Jávea, que ha logrado un 72,2%; Denia, que se ha situado en el 64,6% o Santa Pola, que cerró con un 62,4%. Valores más modestos han sido los de El Campello (57,9%), Guardamar del Segura (55,0%), Algorfa (53,2%), Ibi (50%)

o Villena (27,0%).

Los indicadores de rentabilidad han evolucionado positivamente con una tarifa media diaria que crece en un 8,6% interanual mientras que los ingresos por habitación disponible que crecen un 11,6% respecto al mismo mes del año anterior.

En cuanto al origen de la demanda, la provincia ha recibido en abril mayoritariamente turistas internacionales (69,7%) frente a los llegados de España (30,3%). De entre los primeros, destacan los llegados de Reino Unido (26,1%), seguidos de los procedentes de Irlanda (6,5%), Francia (6,4%), Noruega (6,0%), Suecia (5,9%), Alemania (4,6%) o Estados Unidos (4,3%). De los de origen nacional, son destacables los llegados de la

propia Comunitat Valenciana (33,0%), seguidos por los de la Comunidad de Madrid (25,5%). Siguen en importancia los procedentes de Cataluña (8,6%), Andalucía (6,0%), Castilla La Mancha (4,4%), Castilla y León (4,1%), Región de Murcia (4,0%) o País Vasco (3,1%).



Binter celebra sus 10 años de ruta con Dakar junto a agentes de viaje y medios de comunicación de Senegal

La compañía aérea Binter celebró un encuentro en el Hotel Radisson Blue de Dakar con profesionales de agencias de viaje y medios de comunicación de Senegal a los que mostró sus productos y que contó con más de 40 asistentes.

Durante el evento, la aerolínea recordó las conexiones del país con Canarias, con la que mantiene dos vuelos semanales entre los aeropuertos de Dakar (DSS) y Gran Canaria (LPA), los martes y sábados, y que aumentarán a tres a partir de julio, cuando empezarán a volar también los domingos. Asimismo, los representantes de Binter explicaron las posibilidades de conexión que los pasajeros disponen para volar con la aerolínea a Canarias, Madrid, Palma de Mallorca y Florencia a través del hub que la compañía dispone en el aeropuerto grancanario.

De esta forma, los pasajeros con origen en Senegal pueden enlazar cómodamente con la capital de España (MAD) gracias a los cuatro

vuelos diarios que Binter opera entre Gran Canaria y Madrid. Igualmente, los viajeros con destino Florencia (FLR) pueden hacer conexión vía la isla canaria, saliendo desde Dakar a las 02:35 horas y aterrizando en la capital de la Toscana a las 14:35 horas.

La compañía canaria también explicó en qué consisten el Stopover y el Air-pass Explorer, productos exclusivos de Binter que permiten conocer más de una isla en un mismo viaje por una pequeña cantidad adicional, gracias a los más de 210 vuelos interinsulares que la línea aérea opera en el archipiélago canario.

Los pasajeros de estos vuelos de Binter disfrutarán de las ventajas diferenciales del producto que ofrece la aerolínea canaria: el confort de sus aviones Embraer E195-E2 -el reactor de pasillo único más silencioso, limpio y eficiente de su clase, con una configuración que permite más espacio entre filas y la comodi-



dad de no tener asiento de en medio-, a lo que se suma un servicio a bordo de alta gama, con amplias prestaciones para todos los pasajeros, que incluye un aperitivo gourmet durante el trayecto.

Los asistentes se mostraron muy interesados y participativos durante la cita, calificando de forma muy positiva la oferta de Binter. El encuentro finalizó con un sorteo de un viaje a Canarias.