

Gaceta del Turismo

La Gaceta Diaria de los Agentes de Viaje en España

ESPECIAL COMUNIDAD VALENCIANA

OTOÑO 2024

ENTREVISTA A **GEMA AMOR**
DIRECTORA ALICANTE GASTRONÓMICA

**“ALICANTE GASTRONÓMICA
NO ES UNA FERIA DE LA
TEORÍA, AQUÍ SE COME,
BEBE Y APRENDE”**

TONI PÉREZ Presidente de Diputación Alicante
y Alcalde de Benidorm **“Alicante
Gastronómica nos sitúa como referente en
buena parte de Europa”**

ROSA VÁZQUEZ
Directora Técnica de Proava
**“En Proava puedes
potenciar tu marca”**

NURIA MONTES Consellera de Turismo
Industria e Innovación

**“La cuarta parte de los turistas que
llegan hasta la Comunitat Valenciana
nos eligen por nuestra gastronomía”**

DOSSIER

Día Mundial de la Paella

La Tomatina de Buñol

Grimalt- Festival DENIA DNA

Madrid Hotel TAPA Tour



OTOÑO 2024



EDICIÓN DIARIA Y SEMANAL DE ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DEL VIAJE Y EL TURISMO PARA LOS AGENTES DE VIAJES DE ESPAÑA.
www.gacetadelturismo.com

Edita

Rafael Miñana Sevilla
CIF 19.881450C
Avenida de Francia, 161, 1º puerta 9
46024 Valencia
C/ Escalinata, 2, (Plaza Ópera)
28013 Madrid
Tel. 34 627 944 344
www.gacetadelturismo.com
Email: redaccion@gacetadelturismo.com

ADMINISTRACIÓN

administracion@gacetadelturismo.com

REDES SOCIALES

Lucía Miñana
Luciamaria1987@hotmail.com

COLABORADORES

Madrid - Isabel Trillo Amores
Barcelona - Manel Antolí
Bilbao - Iñaki Eguía
Sevilla - Cristina Fernández
Benidorm - Julio Marín
Denia - Sergio G. Rodríguez

SECCIONES

Ocio y Cultura - Salvador Soria
Gastronomía - Pedro G. Mocholi
Empresas y Viajes - Rafa Miñana
Transporte - Esteban Gonzalo

Imprenta

La Imprenta CG

Diseño y Maquetación

Juanca P. Romero

Carta del Director

RAFAEL MIÑANA SEVILLA

EDITOR GACETA DEL TURISMO
MIEMBRO DE LA MESA DEL TURISMO DE ESPAÑA

Se nos fue nuestro mejor Chef Estrella Michelin en la Comunidad Valenciana. Homenaje a Javier González, Director de los CDT Comunidad Valenciana



Estoy seguro que tardaré mucho tiempo en sacarlo de mi corazón; esa llamada telefónica notificándome que uno de mis mejores amigos había fallecido esa noche, fue como si me clavaran una gran espina en el alma. Javier García, Director de los Centros

de Desarrollo Turístico de la Comunidad Valenciana, con toda una vida dedicado a promover y promocionar la formación de la gastronomía, nos había dejado así de repente... ¡Qué golpes te da la vida cuando menos te lo esperas!...

Javier era una persona empática, cariñosa, educada al cien por cien y con un carácter envidiable que caía bien a todo el mundo y eso todo el sector agroalimentario de la región lo sabe perfectamente, porque a todos los que recurriamos a él por cualquier circunstancia sabíamos que estaría detrás del teléfono para escucharnos.

De hecho, como nuestros lectores saben, nuestra editorial organiza cada año una Gala que reúne a todo el sector de los viajes y el turismo y, precisamente en la edición que hicimos hace dos años, nuestra plataforma informativa Gaceta del Turismo, le concedía un galardón a toda su trayectoria profesional, y no fuimos los únicos, porque también años atrás, así lo hacía también la Federación Valenciana de Hostelería, y otras muchas más organizaciones.

Javier era un gran profesional y lo sabemos todos los que trabajamos con él.

Adiós, Chef Javier. Tranquilo, seguiremos tu legado e intentaremos, como tú, dar el máximo valor a tu querido sector... la formación y la gastronomía

Desde estas palabras solo me queda decirte que espero que, donde estés, seguro que llenas tu espacio con tu gran alegría y podrás hacer lo que muchos fines de semana te gustaba... volar, volar, volar.

Adiós, amigo, siempre estarás en nuestros corazones.



VI edición de ALICANTE GASTRONÓMICA, toda una oferta expositora de productos de la provincia

Alicante Gastronómica

 **IFA** FIRA
ALACANT

Saborea la mayor feria
experiencial de España.

→ 27_30
Septiembre

Programa



alma  mediterránea

Del 27 al 30 de septiembre 2024 se celebra la VI edición de ALICANTE GASTRONÓMICA, toda una oferta expositora de productos de la provincia. Congreso gastronómico, talleres, showcooking, concursos, catas y venta de productos se darán cita en IFA – Fira Alacant. Una gran variedad de expositores mostrará a público y profesionales del sector diferentes especialidades gastronómicas de la provincia, denominaciones de origen, marcas de calidad, productos de la tierra, y otros ecológicos y artesanales, así como

vinos y bebidas típicas, equipamientos o servicios. Cuatro días repletos de actividades de la mano de Estrellas Michelin y Soles Repsol presentes en esta quinta edición del certamen. Esta iniciativa surge de la mano de la Excm. Diputación de Alicante, Cámara de Comercio de Alicante e IFA – Fira Alacant, con el apoyo de la Generalitat Valenciana, que se unen en este evento para promover acciones saludables y una alimentación sana basada en productos autóctonos, procedentes tanto del mar como de la montaña. Aunque la entrada a la feria es gratuita, será necesario adquirir una pulsera de

seguridad inteligente al precio de 2€ por persona, que se donará íntegramente a la ONG Alicante Gastronómica Solidaria para que los #HéroesConDelantal puedan seguir elaborando menús solidarios para las personas más vulnerables de la provincia de Alicante. Esta pulsera se puede adquirir de forma anticipada o en las taquillas de IFA – Fira Alacant durante la feria y le permitirá acceder gratuitamente a la feria los 4 días y será el medio de pago oficial en todos los stands, previa recarga automática en la web www.alicantegastronomica.com y en los mostradores y cajeros habilitados en la feria.

ENTREVISTA | TONI PÉREZ

ALCALDE DE BENIDORM BENIDORM Y PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE ALICANTE

«Alicante Gastronómica nos sitúa como referente en buena parte de Europa»



El alcalde de Benidorm y presidente de la Diputación Provincial de Alicante defiende la gastronomía alicantina como un atractivo turístico fundamental para la Costa Blanca. Toni Pérez considera que la evolución de Alicante Gastronómica ha supuesto un impulso imparable para situar la gastronomía alicantina en el epicentro de la restauración internacional.

La gastronomía es un atractivo complementario muy importante para un destino turístico. En este sentido, ¿qué aporta Alicante Gastronómica a la Comunitat?

Este certamen está considerado como el evento culinario más experiencial de España y en él se fusionan el público final con los representantes del sector para configurar un espacio en el que los más de 75.000 visitantes que esperamos compartan su interés por la gastronomía de manera lúdica, vivencial y profesional.

La sexta edición de esta propuesta pone de manifiesto que somos una referencia gastronómica no solo en la Comunitat Valenciana, sino en el resto de nuestro país y en buena parte de Eu-

ropa. La calidad de nuestros productos, nuestra dieta mediterránea y el nivel de nuestros cocineros, con 15 Estrellas Michelin repartidas en once establecimientos, son un ejemplo del grado de excelencia, innovación y referencia que constituye nuestra cocina, un elemento que con los años se ha convertido en importante reclamo turístico de nuestro destino. Por eso, el hecho de que 'Alicante Gastronómica' congrege a finales de septiembre a cocineros de todo el mundo y organice diversos concursos internacionales nos posiciona en el epicentro mundial de la restauración.

La Diputación de Alicante y el Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca participan de manera activa en esta iniciativa desde su primera edición, apoyando nuestra cocina local y difundiendo los productos de nuestros municipios. Porque la gastronomía es turismo y el turismo impulsa nuestra economía, proporciona numerosos puestos de trabajo y constituye el músculo central de nuestro Producto Interior Bruto.

¿Qué importancia tiene la gastronomía alicantina a la hora de elegir este destino turístico?

Cada vez son más los turistas que quieren completar su estancia en destino con experiencias que les aporten un plus de satisfacción. Sin duda, la restauración ha ido adquiriendo a lo largo de los años un peso específico hasta convertirse, en ocasiones, en el principal reclamo turístico.

En la Costa Blanca atesoramos una extraordinaria oferta paisajística y ambiental con playas y entornos naturales de una belleza incuestionable, albergamos pueblos con encanto, tanto de costa como de interior, y ofrecemos propuestas culturales de altísimo nivel, a las que se suman otras de ocio y deporte. Pero la gastronomía se ha convertido en un notable polo de atracción de viajeros y en un elemento dinamizador de nuestro turismo.

La disposición y eficacia de los profesionales del sector, la inmejorable relación calidad-precio y la variedad y calidad de nuestros productos favorecen la elección de nuestro destino como uno de los mejores para degustar platos autóctonos, sostenibles, de proximidad y de sabor espectacular.

De la gastronomía alicantina, ¿cuáles son sus platos y productos preferidos?

La gastronomía de nuestra provincia es tan variada y rica que elegir uno solo de sus platos restaría importancia al resto. Nuestra dieta, una de las más completas y variadas del mundo, la conforman un compendio de extraordinarias recetas que se nutren de productos procedentes del mar y de la tierra, fruto de la labor ancestral de nuestros agricultores, pescaderos, ganaderos y viticultores. Sin duda, buena parte de nuestro reclamo turístico culinario se centra en nuestros arroces, cuyas variedades son innumerables. Arroz a banda, arroz del senyoret, arroz con costra, arroz con conejo y caracoles o arrós al forn son solo algunas de sus más típicas versiones, a las que se suman los calderos, la olleta, la pericana, el gazpacho o el cocido con pelotas como auténticos ejemplos de los sabores de nuestra tierra.

Pero, además, nuestras despensas están llenas de productos con Denominación de Origen, con sellos de calidad o con la distinción de singulares, todos ellos naturales, estacionales y de kilómetro cero. Los vinos de Alicante, las bebidas espirituosas, los aceites de oliva virgen extra, el peix de llotja, la gamba roja de Dénia o el langostino de Guardamar del Segura, junto con su ñora, la sal de Torreveja o Santa Pola, el arroz bomba de Pego, la breva de Albatera, la granada mollar de Elche, los chocolates de La Vila Joiosa, las cerezas de la montaña, los dátiles de Elche, el embutido de Pinoso, los salazones de la costa, la sal de Santa Pola, el tomate de Mutxamel, los nísperos de Callosa d'en Sarrià, el Turrón de Jijona y Alicante, la uva del Vinalopó, el alficós de la montaña o la alcachofa de Almoradí son una recopilación de lo mucho y bueno que atesoramos gastronómicamente en la Costa Blanca.

¿Qué balance hace del verano a nivel turístico?

Las cifras registradas este verano en nuestra provincia son extraordinarias. La Costa Blanca continúa su consolidación como uno de los destinos turísticos preferentes en España y en el resto de Europa. La ocupación media registrada, tanto en alojamientos hoteleros como en campings, ha superado, de media, el 90%, mientras que en ciudades como Benidorm o Calpe las cifras han sido superiores. Además, para el mes de septiembre las previsiones son igualmente optimistas y disponemos ya de un alto volumen de reservas, también con la llegada de varios crucesos que realizarán escala en Alicante u otros que tienen la ciudad como puerto base.

Tanto en julio como en agosto, el Aeropuerto Alicante-Elche Miguel Hernández ha rondado los dos millones de pasajeros cada uno de esos meses, convirtiéndose en los mejores datos de su historia en ese periodo. Haciendo un balance global, desde enero hasta agosto han sido 12'2 millones de pasajeros los que han llegado a

nuestra provincia a través de la terminal.

El mensaje que queremos lanzar al mundo entero es que somos un destino que recibe a los viajeros con los brazos abiertos durante cualquier época del año. El turismo supuso la 'democratización' de las vacaciones para los españoles y en la Costa Blanca constituye la industria de la felicidad. Es posible un turismo sostenible, accesible, respetuoso y abierto a todos los públicos y la muestra está en nuestra provincia.

Recientemente Turisme y Hosbec han presentado, junto con Costa Blanca, la campaña "Yo también soy turista". ¿Qué opinión le merece?

Me parece una campaña extraordinaria ante ese movimiento plenamente ideológico y poco pensado y que encierra cuestiones, para mí, oscuras. La campaña dice "Yo también soy turista" pero también está dirigida a quien pueda decir yo soy estudiante universitario, yo soy trabajador, yo soy un empleado, yo soy una persona que tiene que ir al médico a otra ciudad, yo soy una persona que está recibiendo un tratamiento, yo soy una persona que trabaja de comercial. En definitiva yo soy una persona que necesita o quiere o le apetece viajar. Siempre tenemos la visión del aeropuerto Miguel Hernández de Alicante-Elche lleno de turistas y eso es economía para España, son exportaciones. Pero también tenemos que pensar en nosotros, que cuando tenemos que ir a coger un vuelo, no tenemos una segunda pista en el aeropuerto y a lo mejor nuestro vuelo tiene que salir a las cinco y media de la mañana. Posiblemente una combinación a las siete y media o a las ocho fuera mucho mejor. Pero hay muchos aviones que salen a de madrugada porque no tienen otra hora para salir, no porque lo decida la operadora o porque sea mejor para el consumidor.

¿Qué atractivos, además del sol y playa están ganando fuerza como polo de atracción de los visitantes para elegir nuestros destino? Al fin y al cabo el sol y la playa siguen siendo los dos grandes reclamos en el imaginario colectivo y, como decíamos, durante todo el año, aunque es igual de cierto que cada vez se valoran más otros muchos aspectos de nuestra oferta. Gracias a la escucha activa podemos confirmar que efectivamente lo que más interesa es el sol y playa, seguido de la gastronomía, de todo lo vinculado a la vida activa y al deporte, de la oferta cultural y del ocio nocturno. Y gracias a esa escucha activa que le comentaba sabemos además que, por ejemplo en el caso de Benidorm, una vez que han compartido sus vacaciones con nosotros, lo que más valoran quienes nos visitan es la percepción de seguridad, con un índice de satisfacción superior al 95%. También muy elevada, por encima del 90%, es la valoración que dan a nuestro clima, que invita a disfrutar de la ciudad en cualquier momento y estación del año.

¿Qué atractivos tiene la provincia de Alicante en cuanto a turismo de interior?

Siempre digo que Alicante es sol, tanto en la playa como en el interior. Algunas personas no saben que la provincia de Alicante es una de las más montañosas de España. Atesoramos un rico interior con espacios naturales y enclaves únicos en los que la naturaleza manifiesta todo su potencial. Conscientes de este patrimonio ambiental, desde la Diputación protegemos y difundimos toda la gran oferta de turismo activo que atesoran nuestros municipios. Elevadas montañas y picos como el de Aitana, a 1.550 metros, o el Puig Campana, a 1.436, vegetación autóctona y única en nuestro país, bosques protegidos y escasos en Europa, como el de tilos de la Sierra Mariola, que alberga plantas aromáticas y medicinales que no se encuentran en ningún otro lugar, o la Serra del Maigmó, con una de las vistas más espectaculares de nuestra costa, conforman un tapiz verde de incalculable valor ambiental.

Además, nuestra provincia también es rica en hermosas hondonadas de impactantes paisajes como el de La Vall d'Alcalá, Vall d'Ebo, Vall de Gallinera, el Valle del Vinalopó, que nos deleita con su uva de mesa, o La Vall de Laguar, donde se encuentra el abrupto Barranc de l'Infern, mientras que el sur, con otra tipología, nos regala una huerta plagada de extraordinarios alimentos que nutren nuestras mesas y las de buena parte del continente.

Para los amantes del turismo más activo, tenemos la Gran Ruta Costa Blanca de Interior, una travesía lineal de 432 km, dividida en 20 etapas, a través de la cual se puede conocer toda la provincia. Se trata de una propuesta innovadora que invita a contemplar los contrastes paisajísticos y culturales de nuestra tierra y que permite visitar vestigios históricos, descubrir mitos y leyendas, acercarse a tradiciones, costumbres y arquitectura singulares o disfrutar de una gastronomía y una artesanía inigualables.

Nueve parques naturales jalonan la Costa Blanca de norte a sur, configurando un paisaje único, particular y variado. Tenemos una gran variedad de hábitats con una elevada biodiversidad, así como una flora y fauna espectaculares. Prueba de ello son las Lagunas de la Mata y Torreveja o las Salinas de Santa Pola y el Fondo. O el Marjal Pego-Oliva, el Peñón de Ifach, la Serra de Mariola, la Serra Gelada, el Montgó y la Font Roja.

Sin duda, tenemos mucho que ofrecer en cuestión de turismo de interior, propuestas que se complementan a la perfección con nuestra magnífica costa, con playas y calas cuya calidad es reconocida año tras año, como una de las provincias con mayor número de banderas azules.

ENTREVISTA | GEMA AMOR

PRESIDENTA DE ALICANTE GASTRONÓMICA

“Alicante Gastronómica no es una feria de la teoría, aquí se come, bebe y aprende”



La presidenta de Alicante Gastronómica augura “cifras de record” para la edición de este año que se celebra del 27 al 30 de septiembre. Conversamos con Gema Amor sobre un evento en el que se dan cita más de 120 Soles Repsol y Estrellas Michelin y que cuenta con más de 250 expositores y ofrecerá más de 400 ponencias.

¿Cuáles son las principales novedades de esta edición de Alicante Gastronómica?

Esta edición ofrece nuevos atractivos para el público. Mantenemos la Feria con su personalidad propia, un espacio donde vivir experiencias vinculadas a la gastronomía, al producto de calidad, a la forma de vida mediterránea. Pero al mismo tiempo, incluye elementos muy novedosos como la participación de uno de los maestros de la pastelería

como es Paco Torreblanca, todo un lujo para la Alicante Gastronómica. Con él, celebraremos el I Premio Internacional de Alta Pastelería Paco Torreblanca a la mejor tarta de chocolate del mundo. Contará con un jurado de primer orden: Jordi Roca, Albert Adrià, Oriol Balaguer, Jacob Torreblanca, Campos Mampel, Frederic Bau, Iginio Massari y Rafael García Santos.

Además de las más de 400 actividades en estos cuatro días, Alicante Gastronómica ofrece un nuevo espacio como es el Huerto de las Experiencias, destinado a todos los públicos, con mucha atención a los niños y niñas, así como nuevas tendencias como el Spa&Brunch by Hospes Américo; y un espacio en el que la nutrición, los hábitos saludables y el deporte de la mano de CA Montemar serán protagonistas.

En su conjunto, Alicante Gastronómica ofre-

ce una feria alejada del formato escaparate: aquí se prueban las cosas, se disfruta de las cocinas y productos, se conoce y se interactúa con profesionales de todo el mundo. En definitiva, Alicante Gastronómica crece como feria experiencial única. Una oportunidad para profesionales como para el público en general.

¿Cuáles son los elementos que considera imprescindibles e inamovibles, porque funcionan, dentro del certamen?

Nuestra seña de identidad es la capacidad de convertir esta feria en un Foro donde el visitante conecta con los profesionales y con productos gourmet de todo tipo. Es un lugar donde se puede participar en los masterclass, hay talleres, ponencias y degustaciones. También probar tapas exclusivas y estar muy cerca de la cocina Estrella Michelin y Sol

Repsol de manera muy accesible.

Sin duda, es una gran muestra sobre el potencial gastronómico de nuestra tierra y lo pone al alcance de todos a precios de feria. Lo que funciona es que no somos una feria de la teoría, aquí se puede comer, beber, aprender, comprar los productos lo que mejor que producen nuestra tierra y lo mejor de productos de muchas partes del mundo.

¿Qué repercusión le augura la edición de este año de Alicante Gastronómica?

Estamos convencidos de que va a ser de récord. El nivel de los participantes, la calidad de las propuestas múltiples que ofrecemos, tanto en catas, expositores como en cocineros y personal de sala de referencia, es insuperable. Las cifras son inmensas: más de 120 Soles Repsol y Estrellas Michelin en cuatro días. Los mejores reposteros y panaderos del mundo, la mejor selección de productos de España, un país invitado como Marruecos, siempre atractivo en su cocina y su oferta cultura. Sin duda, va a ser una edición de Alicante Gastronómica que nadie se va a querer perder.

¿Qué aporta Alicante Gastronómica, a nivel turístico, a la Comunitat?

Alicante Gastronómica nos sitúa en el panorama nacional, nos convierte en epicentro de las cocinas del mundo a todos los niveles, no sólo dentro de la categoría de grandes chefs. Estamos hablando de uno de los foros más importante del panorama internacional, concursos de referencia como el que ofrece Torreblanca, pero también el XVII Campeonato de España de Tortilla de Patatas, organizado por el revolucionario de la gastronomía, Rafael García Santos, entre otros muchos. A través del Diputación de Alicante se fomenta y promociona a los municipios, empresas del sector y profesionales, quienes pueden mostrar al público de dentro como de fuera de la provincia de Alicante toda nuestra riqueza.

¿Qué importancia tiene la gastronomía alicantina a la hora de elegir destino?

Los datos de los operadores turísticos siempre fijan la gastronomía, su calidad, su diversidad y su accesibilidad por precio como una de las razones para elegir destino. La provincia tiene muchos reclamos y por ello somos destino de referencia en el turismo internacional, sin duda, por el potencial de nuestra gastronomía.

En nuestra tierra acumulamos cocineras y

EL NIVEL DE LOS PARTICIPANTES, LA CALIDAD DE LAS PROPUESTAS MÚLTIPLES QUE OFRECEMOS, TANTO EN CATAS, EXPOSITORES COMO EN COCINEROS Y PERSONAL DE SALA DE REFERENCIA, ES INSUPERABLE

cocineros de reputación mundial. Una de las estrellas será el arroz, pero nuestra oferta es enorme en muchísimos productos, y por ello seguimos apostando por los concursos que giran sobre los salazones, la alcachofa, el dátil, la quisquilla, el pan, el caldo con pelotas, el atún, el vino, el pan o las monas y toñas, entre otros productos de la huerta, el mar y la montaña de nuestra provincia.

Alicante como territorio es parte del Mediterráneo, pero también tiene mezcla con otros territorios con presencia de grandes referentes llegados de Madrid, Baleares, Castilla La Mancha, Murcia, Andalucía, Galicia o Cataluña. Esta fusión de cocina de frontera entre el interior y el litoral nos hace muy ricos con un inmenso recetario. Y todo ello, como territorio internacional, también debemos sumar propuestas muy atractivas de cocinas italianas, japonesas, etc... de enorme nivel y que se pueden disfrutar en establecimientos de nuestras ciudades, entre otros.

¿A qué retos de futuro se enfrenta la gastronomía alicantina?

La gastronomía alicantina tiene como misión a corto y medio plazo seguir reivindicándose como cocina propia de esta tierra. No renunciamos a ser una parte de la cocina mediterránea, muy valenciana y muy del sur, también murciana en el sentido de ser cocina de huerta.

Pero tenemos elementos propios y diferenciadores que debemos poner en valor. Además, tenemos como segundo reto apostar por la innovación y la actualización sin perder las

señas de identidad, la raíz tradicional y la cocina de fogón artesana y cuidada que siempre hemos tenido.

¿Cómo definiría la evolución de Alicante Gastronómica desde sus inicios hasta ahora?

Empezamos con humildad recuperando un espacio que tenía demanda, contando con personalidades como Rafael García Santos, y un fundamental impulso de la Cámara de Comercio y la Diputación Provincial de Alicante, a la que se suma en esta edición con mayor presencia la Generalitat Valenciana.

Lo que comenzó como una apuesta por el tejido productivo vinculada a la gastronomía, al sector agroalimentario y de hostelería, se ha convertido en una demanda del público que ya lo tiene en agenda, que lo prevé y lo reclama. En Alicante Gastronómica está todo en un espacio muy reducido, y ese valor está muy presente en los más de 70.000 personas que vinieron a visitarnos en la última edición.

De la gastronomía alicantina, ¿Cuáles son sus platos y productos preferidos?

Qué difícil me lo pone, me encanta nuestra cocina mediterránea. Me gustan nuestros productos de huerta y de mar. Y me fascinan los grandes cocineros y cocineras que tenemos la suerte de disfrutar cerca de casa, tanto en la versión tradicional como más innovadora. Sería más fácil decirle qué platos no me gustan, que son pocos, y ninguno del recetario alicantino.

ENTREVISTA | NURIA MONTES

CONSELLERA DE INNOVACIÓN, INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO GENERALITAT VALENCIANA

«La cuarta parte de los turistas que llegan hasta la Comunitat Valenciana nos eligen por nuestra gastronomía»



La Consellera de Turismo, Industria, Comercio e Innovación, está presente en Alicante Gastronómica para poner en valor el producto y la profesionalidad en este campo de la provincia de Alicante como elemento dinamizador de la economía y del turismo. Turisme Comunitat Valenciana participa en el certamen con un stand de 225 metros cuadrados en el que diferentes empresas expondrán su oferta.

¿Qué aporta Alicante Gastronómica, a nivel turístico, a la Comunitat Valenciana?

Tras su corta pero intensa trayectoria, Alicante Gastronómica se ha situado en la esfera de las

ferias gastronómicas más importantes de toda España, convirtiéndose en un referente de la gastronomía alicantina y de la Comunitat Valenciana. Un claro ejemplo de ello es que, en la edición de este año, tiene previsto juntar en 4 días más de 120 chefs Estrella Michelin y Soles Repsol, 250 expositores y 400 ponencias, talleres y catas. Sin duda una muy buena muestra del nivel de este producto, que cada vez tiene más impacto turístico.

De hecho, el turismo gastronómico se ha convertido en uno de nuestros pilares fundamentales, ya que cada vez más turistas y amantes de la gastronomía eligen nuestro territorio para disfrutar de esta experiencia.

Alicante Gastronómica es un referente y vuel-

ve este 2024 con el objetivo de mostrar el estilo de vida mediterráneo y la gran variedad gastronómica que nos caracteriza. Para nosotros, se trata de un certamen importante para dar a conocer y vincular la gastronomía como un producto turístico.

Por ello, Turisme Comunitat Valenciana participa en este evento con un stand de 225 metros cuadrados donde empresas de CreaTurisme expondrán su oferta de experiencias de gastronomía y agroturismo en diferentes mostradores. Además, dispondrán de un espacio de presentaciones para explicar al público las diferentes opciones turísticas que ofrecen para disfrutar la gastronomía y los productos de la Comunitat Valenciana.

¿Qué importancia tiene la gastronomía alicantina a la hora de elegir destino?

La gastronomía se ha posicionado como una experiencia muy buscada por los turistas que nos visitan.

De hecho, los datos indican que el 25 % de los turistas que llegan a la Comunitat Valenciana lo hacen movidos por el turismo gastronómico y, además, el gasto medio que realizan estos turistas supera en un 30 % al de otros segmentos. Además, según los resultados de la Encuesta Tourist Info del pasado año, el 32,1 % de los encuestados afirmó que las actividades previstas o realizadas en su visita a la Comunitat Valenciana son las degustaciones gastronómicas.

De la gastronomía alicantina, ¿Cuáles son sus platos y productos preferidos?

Con la gastronomía alicantina tengo pocos problemas porque me gusta prácticamente todo. Pero si tuviera que elegir, cualquier tipo de arroz de los que se hacen en Alicante puede formar parte de mis preferencias. Tenemos también el cocido con pelotas que se hace en el sur de la provincia de Alicante, sobre todo en invierno, además de cualquier tipo de salazón, como hueva, mojama o atún, y el semisalazón que también es muy famoso en esta zona y está muy bueno. De postre, si tuviera que elegir uno, no tendría ninguna duda: sería el turrón de almendra de Jijona.

Recientemente Turisme y Hosbec han presentado la campaña "Yo también soy turista".**¿Qué opinión le merece?**

Es una campaña destinada a demostrar que la Comunitat Valenciana no tiene un problema de turismofobia. Todos somos turistas en algún momento y, además, estamos muy orgullosos de ser líderes mundiales en esta actividad que supone el 16 % del PIB. El turismo es la gran conquista social de nuestra generación, y es algo que nos une.

Dice que en la Comunidad Valenciana la turismofobia no es un problema pero sí ha habido alguna voz crítica al respecto...

Hay algunas manifestaciones de carácter políticamente intencionado con, además, un marcado rasgo xenófobo que quieren culpar a los turistas de algunos problemas de los que los turistas no tienen ninguna culpa. Intentan criminalizar este tipo de actividad porque son movimientos políticos que, de una manera histórica, han ido contra el turismo y encuentran ahora mismo un caldo de cultivo e intentan sacar un rédito electoral y crear precisamente ese caldo de rechazo a los turistas.

Todos aquellos que quieren culpabilizar al turismo de algunos de los problemas que tenemos como sociedad solo quieren buscar el chivo expiatorio de sus propias deficiencias.



Más del 70% de las personas que forman parte de la sociedad española, porcentaje que se eleva por encima del 80% en el caso del segmento de edad entre los de 14 y 24 años. ¿Cómo es posible que una sociedad con estas ganas de viajar tenga un problema con el turismo? No es verdad, no existe ningún problema.

Septiembre es el mes en el que a muchos españoles se les acaban las vacaciones. Es el mes de la vuelta al curso escolar, al curso político y a la rutina. ¿Es un buen mes para el turismo en la Comunitat?

Sí, sí, septiembre indudablemente se está posicionando como el segundo mes en importancia dentro del turismo en cuanto a datos de ocupación hotelera y de ocupación de oferta turística de la Comunidad Valenciana. Ocurre así en Benidorm y ocurre así en otros destinos.

También es cierto que tenemos que reconocer el esfuerzo de los destinos por la desestacionalización. No solamente agosto y septiembre o julio, agosto y septiembre son meses buenos para el turismo sino que ya empieza

a ser muy importante la marcha turística durante todo el año.

Falta de recopilar los datos de septiembre, ¿Está siendo un buen verano en términos turísticos?

Está marchando bien, el año 2024 está llamado a ser uno de los grandes años del turismo y todo hace indicar que estaremos en cifras también similares a lo que es un verano. Las capacidades de crecimiento están muy limitadas porque crecer cuando hemos llegado a ocupaciones por encima del 90%, es francamente difícil. Además, es un dato que obviamente vigilamos pero no es el que más nos importa.

Nos fijamos, sobre todo, en la buena marcha de los datos económicos. Se está incrementando el gasto por turista por encima del 30% y esto es lo verdaderamente importante. Una gran parte de la sostenibilidad turística se basa contribuir con un mayor gasto y hacer mucho más productivos, no solamente al sector directamente vinculado con el turismo, sino también a un montón de sectores auxiliares de la economía valenciana.

ENTREVISTA | ROSA VÁZQUEZ

DIRECTORA TÉCNICA DE PROAVA

«En PROAVA puedes potenciar tu marca, promocionando tus productos a través de nuestros canales de comunicación»



¿Qué es PROAVA y cuando se creó?
Somos una entidad sin ánimo de lucro, dedicada a fomentar la alimentación sana y equilibrada entre la población, estimulando el consumo de productos agroalimentarios de calidad de la Comunitat Valenciana.

PROAVA es el altavoz para el sector agroalimentario valenciano, tratamos de mejorar la comunicación y la promoción de los productos de calidad de la Comunitat Valenciana. La entidad se creó en 1993 con el apoyo de la Generalitat Valenciana y en ella están representados los productores locales de Castellón, Valencia y Alicante y los organismos que avalan calidad agroalimentaria como por ejemplo Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas, Marcas de Calidad CV, Artesanía CV, etc

La función de PROAVA es promocionar y mejorar el conocimiento sobre los vinos, cervezas, aceites, quesos, embutidos o dulces autóctonos, de km. 0, a través de la comunicación y de

las experiencias. Estamos presentes en la sociedad a través de eventos gastronómicos con los que contribuimos a mejorar el conocimiento de los productos de calidad y de los productores defendiendo un sistema que permite contar con una cadena agroalimentaria sostenible, respetando siempre el medio ambiente y la salud de las personas.

Queremos transmitir toda la pasión, la cultura, los procesos de elaboración artesanos, el conocimiento, las raíces y los sentimientos que hay detrás de cada producto que se crea en la Comunitat valenciana. En definitiva, queremos vivir con pasión la cultura gastronómica valenciana.

La actividad de PROAVA es muy transversal dentro del sector, dado que pretende potenciar la esencia, el valor y la recuperación de “lo nuestro”; algo que está siempre presente en cualquiera de nuestros programas. Por este motivo, nuestra actividad está respaldada por organismos públicos y privados.

La MOSTRA PROAVA (o Mostra de Vins i Ali-

ments Artesanals de la Comunitat Valenciana) es el motor principal de esta entidad, tras 31 ediciones se ha consolidado como mayor escaparate agroalimentario de la Comunitat Valenciana reuniendo aun centenar de empresas participantes y a 40.000 personas en un entorno único de la ciudad de Valencia.

Con la puesta en marcha del Celler del S.XIII, en nuestra sede de Valencia, PROAVA ha hecho realidad un sueño, abrir al público un singular centro de interpretación del vino que, además de ser la sede de la Federación del Enoturismo de la Comunitat Valenciana, se ha convertido en un espacio único para el gastroturismo, realzando así la función de PROAVA dentro del enoturismo inverso. Una actividad que es cada día más importante en lo económico para nuestra Comunitat. En este espacio singular (CELLER del S.XIII) abierto al público en general se realizan catas, maridajes, presentaciones, cursos sobre vinos, talleres de gastronomía, exposiciones de arte reuniones, etc.

Miembros de Proava

Junta Directiva

La JUNTA DIRECTIVA es el órgano de representación de PROAVA, cargos no remunerados elegidos por la Asamblea General de Socios cada 4 años. Esta es nuestra Junta Directiva 2022-2026:

PRESIDENTE: Lluís Eduard Romero

(Cátedra Terra Ciudadana) Universidad Politécnica de Valencia

VICEPRESIDENTE: David Fra (Brew & Spi. rits)

Sector Cervezas Artesanas. Valencia

TESORERO: Eloy Haya (Bodegas Haya) Sector Vino. Valencia

SECRETARIA: Ana Calvet (La Baronía de Turís)

Sector Vino. Valencia

VOCAL 1: Ferrán Parada (Vegaden. ia) Sector Conservas Vegetales. Valencia

VOCAL 2: M^a Dolores Ferrando (Oli-oli biodinámico) Sector Aceite. Valencia

VOCAL 3: Carlos Bernabé Panadería Dietética

Avanzada – Baking Free – Sector Panadería

VOCAL 4: Félix Cuartero García (Viña Bobal)

Sector bebidas analcohólicas. Valencia

VOCAL 5: Fernando Martínez

(Bodega Ladrón de Lunas)- Sector Vino. Valencia

VOCAL CONSELLERIA DE AGRICULTURA, GANADERIA Y PESCA.

Director General de Desarrollo Rural

Francisco Javier Benito Goerlich

VOCAL CONSELLERIA DE INNOVACIÓN, INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO.

Equipo Técnico y Comunicación de Proava

Son las personas que llevan el día a día de la entidad, constituido por 2 profesionales:

Rosa Vázquez – Dirección Técnica

Isabel López – Responsable de Enoturismo y Eventos

Socios de PROAVA

Productores agroalimentarios de la Comunitat Valenciana.

¿Cuáles son vuestras actividades de promoción?

En PROAVA puedes potenciar tu marca, promocionando tus productos a través de nuestros canales de comunicación y campañas en medios especializados en vinos y gastronomía. Con 30 años de experiencia en la organización de eventos en el sector agroalimentario, hemos ayudado a muchas empresas a darse a conocer y expandir sus ventas en la Comunitat Valenciana, incluyendo comercios, tiendas online y hostelería. La Mostra de PROAVA, que reúne a más de 100 empresas productoras, atrae anualmente a 50.000 visitantes, principalmente consumidores finales, y en menor medida a profesionales de la hostelería y del sector gastronómico. Este evento es el más grande de gastronomía en la Comunitat Valenciana y es la base de nuestra organización.

Disfruta de un lugar único para llevar a cabo las actividades promocionales que requieras, ten-



drás acceso al Celler del S.XIII, equipado con todos los recursos necesarios para tus presentaciones. Si necesitas asistencia en la organización del evento, nuestro equipo estará a tu disposición.

El Equipo Técnico de PROAVA está disponible para brindarte orientación y asistencia en la planificación de diversas actividades de promoción de tu marca, así como para asesorarte sobre posibles ayudas públicas relacionadas con la promoción agroalimentaria y artesanal. Tendrás la oportunidad de conectar con otras empresas y organizaciones que comparten tus intereses, lo que te permitirá ampliar tu red de contactos profesionales en el sector agroalimentario de la Comunitat Valenciana.

Además:

1. Información periódica sobre ferias y eventos en los que PROAVA colabora.
2. Presencia en la web y en el PROAVAMAGAZINE.
3. Presencia en la tienda online.
4. Difusión de los eventos o noticias que genera el asociado a través de las redes sociales y canales propios de PROAVA, notas de prensa, etc. Y participación en programas de radio.
5. Utilizar el Celler gratuitamente una vez al año.
6. Estar asesorado sobre cualquier duda que pueda surgirle en la tramitación de ayudas, subvenciones, etc, u otros trámites con la Administración Pública en los que PROAVA esté capacitada para intervenir (Consellería de Agricultura, Centro de Artesanía, Consellería de Economía Sostenible, Turisme Comunitat Valenciana).
7. Participar gratuitamente en los concursos oficiales reconocidos que organiza PROAVA.
8. Asistencia y gestión de la participación en ferias del sector.

¿Qué destacarías de sector agroalimentario de la Comunidad Valenciana?

El sector agroalimentario de la Comunitat Valenciana es un pilar esencial de su economía y destaca por su gran diversidad y calidad. Entre los productos más icónicos, los cítricos, como naranjas y mandarinas, llevan la delantera. Sin embargo, un aspecto sobresaliente y en crecimiento es el enoturismo. La región cuenta con diversas Denominaciones de Origen como Utiel-Requena, Valencia, Alicante y a IG Castellón, que producen vinos de excelente calidad y reconocimiento internacional. Las bodegas valencianas no solo se enfocan en la producción de vinos, sino que también han integrado visitas turísticas, catas y experiencias enoturísticas, atrayendo a miles de visitantes cada año. Además, la región es rica en hortalizas, arroz de la Albufera, y productos del mar. La combinación de la producción agroalimentaria y el enoturismo apoya la gastronomía local, fomentando el turismo y promoviendo la cocina tradicional valenciana, enriquecida con productos frescos y de alta calidad.

¿Crees que nuestra industria está trabajando bien en pro de un futuro más sostenible y de calidad?

Sí, considero que la industria agroalimentaria de la Comunitat Valenciana está trabajando en pro de un futuro más sostenible y de calidad. Muchas empresas están adoptando prácticas agrícolas avanzadas y sostenibles, como la agricultura de precisión y el uso eficiente del agua. Además, hay un creciente enfoque en la producción ecológica y en la reducción del uso de químicos. Las bodegas y productores certificados están promoviendo vinos orgánicos y sostenibles. También, se están fomentando iniciativas de economía circular y reducción de desperdicios. Todo esto demuestra un compromiso claro hacia la sostenibilidad y la calidad en la región.

ENTREVISTA | VICENTE GRIMALT

ALCALDE DE DÉNIA

“Tenemos grandes retos, como el tema de la vivienda o el empleo ligado al sector turístico”

Cómo evalúa el balance turístico de este verano en Dénia? Se han cumplido las expectativas en términos de afluencia y gasto turístico?

La ocupación registrada ha sido similar a años anteriores y las previsiones se han cumplido con creces; si bien es cierto que quizás se haya notado un ligero descenso en el consumo debido a la influencia de otros factores económicos.

¿Han notado algún cambio en el perfil del turista que visita Dénia?

No especialmente. Los datos registrados en las oficinas de Turismo de la ciudad sobre los visitantes que han atendido son muy similares en cuanto a nacionalidades y perfiles a los que tenemos de años anteriores.

Este verano ha predominado el turismo nacional, que proviene principalmente de la Comunidad de Madrid y de la Comunitat Valenciana, sobre el internacional, copado por visitantes franceses y británicos.

En cuanto al perfil de nuestros visitantes, sigue predominando el turismo familiar.

¿Qué novedades destaca en la edición más reciente del Festival DNA?

¿Qué impacto espera que tengan estas innovaciones en la promoción cultural y turística de Dénia?

En primer lugar, esta edición es un homenaje a la huerta, fuente que nos surte de los ingredientes fundamentales de nuestra cocina, y a las personas que la trabajan, cuya labor es indispensable si queremos conservar la esencia de la gastronomía de Dénia.

Además, se trata de la edición más abierta a la participación, ya que se realizarán más de treinta talleres para que el público pueda aprender los secretos de la alta cocina y de nuestra gastronomía mediterránea de la mano de renombrados chefs y otros especialistas.

¿Cuáles son las principales iniciativas que su administración está impulsando para hacer de Dénia un destino más sostenible?

Desde el Departamento de Turismo se ha impulsado el proyecto participativo “Pacto Local por un Turismo Sostenible”, que bajo el eslogan “Dénia Futurista”, pretende sensibilizar e involucrar a los ciudadanos, a los



turistas y a los segundos residentes, emprendariado turístico y asociaciones, entre otros, en la evolución sostenible del destino.

Comenzamos el proyecto, financiado con fondos Next Generation de la UE, con una encuesta online abierta a la ciudadanía para poder recoger la visión de todas las partes implicadas, así como sus propuestas. El Ajuntament de Dénia ya estaba trabajando en muchos de los aspectos destacados por las personas que han contestado a la encuesta: la mejora del servicio de transporte urbano; la creación de grandes bolsas de aparcamiento rodeando el casco urbano; o los proyectos de turismo experiencial, como ‘Vive la posidonia’, para convertir nuestro entorno natural y el respeto por él en parte de nuestra riqueza turística”.

Pero, es cierto que tenemos grandes retos, como el tema de la vivienda o el empleo ligado al sector turístico y que es necesario desestacionalizar. Tras la encuesta se han celebrado, y continuarán este otoño, jornadas participativas, algunas dirigidas al público en general y otras destinadas a colectivos más concretos, para abrir un debate sobre cómo enfocar las oportunidades y los retos del turismo

Dénia ha experimentado un crecimiento en la oferta de apartamentos turísticos.

¿Qué medidas está considerando para equilibrar este crecimiento con las necesidades de la comunidad local?

El pasado mes de agosto, el Ajuntament de Dénia aprobó en pleno la suspensión cautelar, por el plazo inicial de un año, de la expedición de certificados de compatibilidad para viviendas turísticas del núcleo urbano, así

como la suspensión de los cambios de uso de los bajos comerciales a viviendas turísticas en este mismo ámbito.

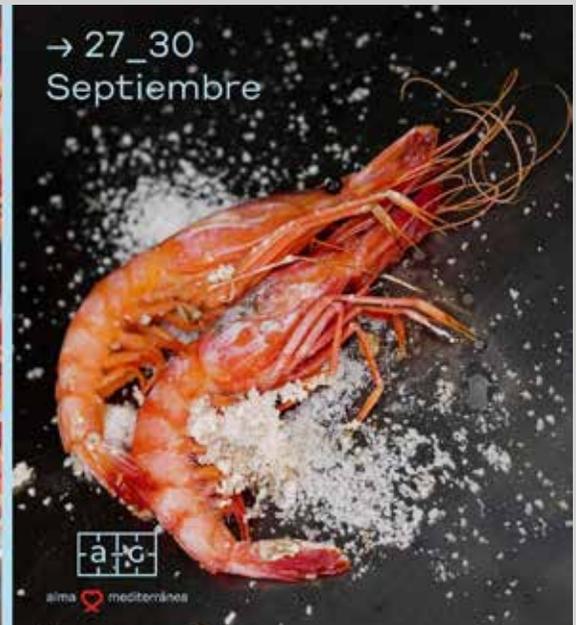
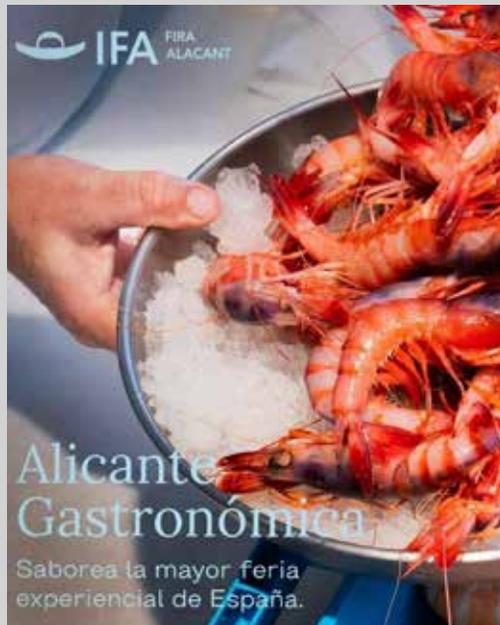
Acabamos de presentar el estudio sobre el mercado de viviendas de uso turístico realizado por expertos de la Universidad de Alicante que contiene tanto un diagnóstico de la situación como diversas propuestas para encarar la problemática detectada en Dénia. En nuestra ciudad hay registradas unas 5.000 viviendas turísticas. La mayoría se localizan en zonas periféricas, como las playas de Les Marines y Les Rotes y en el Montgó. Pero, a su vez, estamos registrando unas densidades que comienzan a ser preocupantes en algunos barrios del núcleo urbano, como Baix la Mar o Port-Centre, lo que hace necesario que desde el ayuntamiento adoptemos medidas para regular la actividad y procurar un desarrollo sostenible, que implica también velar por la compatibilidad de los alquileres turísticos con el bienestar

Algunos destinos turísticos han experimentado fenómenos de turismofobia. ¿Cree que Dénia podría estar enfrentando un problema similar? ¿Cómo está abordando este tema la administración?

En absoluto. No creo que en Dénia se haya creado un ambiente de hostilidad y fobia hacia los turistas. Siempre hemos sido una ciudad tolerante y hospitalaria con los visitantes y la mayoría de la ciudadanía tiene muy interiorizado que, en la temporada de mayor afluencia, el ritmo de la ciudad cambia, al tiempo que sabe que la actividad turística es un motor muy importante para el desarrollo económico de la zona.

Alicante Gastronómica se convierte en la mayor feria experiencial de España con más de 400 actividades gastronómicas

Alicante Gastronómica se posiciona como la mayor feria experiencial de España con más de 400 actividades en su programación, que incluirá showcookings, ponencias, catas, talleres, concursos y mesas redondas. Los amantes de la buena mesa podrán vivir una experiencia sin igual, conociendo de cerca y de la mano de más de 250 expositores la riqueza gastronómica que atesora esta provincia, bañada por el Mediterráneo.



Este evento se ha consolidado como una de las citas imprescindibles del calendario gastronómico español, con un enfoque que va más allá de la simple degustación. Se trata de una gran feria experiencial en la que los visitantes pueden sumergirse de lleno en la diversidad culinaria mediterránea, aprendiendo de los mejores chefs, reposteros y productores del sector.

En esta edición, la feria contará con la participación de 120 grandes nombres de la gastronomía, entre los que destacan reposteros como Paco Torreblanca o reconocidos chefs con estrellas Michelin y soles Repsol como los Hermanos Torres, Carmen Ruscalleda, Kiko Moya, Alberto Ferruz, Fran Martínez, Susi Díaz o pasteleros de la talla de Albert Adrià, Jordi Roca, Oriol Balaguer, Iginio Massari, entre muchos otros. A lo largo de los cuatro días de certamen, los visitantes podrán disfrutar de demostraciones culinarias en directo y aprender los secretos que hay detrás de platos emblemáticos de la cocina mediterránea.

Una de las novedades de esta edición será la presencia de Marruecos como

país invitado, que estará representado por la célebre chef Najat Kaanache. Con una propuesta que combina tradición y modernidad, Kaanache ofrecerá una serie de demostraciones que pondrán en valor la riqueza de los sabores y aromas de la cocina marroquí.

Una feria para todos los gustos

El programa de la feria ofrece una amplia variedad de actividades para todo tipo de públicos. Desde catas de vinos, champagnes, aceites, chocolates y quesos, hasta talleres de cocina para adultos y niños, la feria es una oportunidad única para disfrutar de la gastronomía de una manera participativa y didáctica. Los asistentes podrán aprender sobre técnicas culinarias innovadoras, el uso de productos locales, de proximidad y sostenibles, y las últimas tendencias en el mundo de la restauración.

Por otro lado, se realizarán 16 concursos entre los que se encuentran la I edición del 'Premio Internacional de Alta Pastelería Paco Torreblanca' a la mejor tarta de chocolate del mundo, el XVII Campeonato de España de Tortilla de Patatas, el V Concurso del Mejor Arroz del Mediterráneo, el I Concurso del Mejor Pan del

Mediterráneo o el II Concurso de Monas y Toñas, que buscan resaltar la tradición y promover la creatividad en la cocina local. Estas competiciones no solo destacan la excelencia en la elaboración de productos típicos, sino que también promueven el uso de ingredientes de alta calidad.

Un encuentro para profesionales y amantes de la gastronomía

Alicante Gastronómica no es solo un evento para el público general, sino también un punto de encuentro clave para profesionales del sector. Con la presencia de más de 250 expositores y más de 120 estrellas Michelin y soles Repsol, la feria se sitúa como una plataforma idónea para que chefs, restauradores, productores y distribuidores presenten sus productos y servicios, establezcan contactos y exploren nuevas oportunidades de negocio.

Alicante Gastronómica 2024 se perfila así como un evento culinario inigualable dentro del marco nacional, así como una cita ineludible para quienes deseen disfrutar de lo mejor de la gastronomía mediterránea y vivir una experiencia única en un entorno dinámico y participativo.

El Mercado Central de Valencia invita a sus clientes a realizar un viaje gastronómico por el mundo



El Mercado Central de València propone a sus clientes realizar un viaje gastronómico por el mundo recorriendo sus paradas. La amplia oferta del Mercado Central incluye cientos de productos, ingredientes y especias que invitan a saborear recetas de otros países para confeccionar menús muy diferentes sin salir de casa.

Productos orientales, latinos, africanos o europeos conviven en armonía con los productos del kilómetro 0, que constituyen la esencia del Mercado Central, para dar respuesta a paladares de todos los gustos.

Hay puestos que nos transportan a Oriente Medio a través de exquisitos dulces y platos artesanos, algunos





de los cuales nacieron en la época de Babilonia, con comidas ya preparadas y también productos orientales que incluyen las siete especias habituales en sus platos, agua de azahar, búrgul (trigo triturado), concentrado de granada, pan de pita, queso halloumi, empanadas, falafel, pastela, tabulé, hummus, pasta de olivas negras, pisto oriental y dulces de miel, nuez, pistacho, almendras y chocolate.

Hay otros especializados en productos latinos frescos tropicales y ultramarinos de Latinoamérica, en los que se puede encontrar cualquier ingrediente de Ecuador, Colombia, Perú, Bolivia, Cuba, Brasil, República Dominicana, Honduras, México, Venezuela y también de Estados Unidos y de diversos países de África, además de alimentos listos para comer, como las empanadillas argentinas.

Y otros en los que se puede comprar cualquier producto o condimento con el sello de Italia: todo tipo de pasta italiana y artesana en diversas variedades (fresca, seca, rellena, al huevo...), arroces italianos, bases para pizza y harinas para hornear, quesos frescos, fiambres, conservas, salsas, aceites, vinagres, panettone, tiramisú, tarta

de queso y otros dulces, café, vinos y licores.

Los alimentos de otros países se abren paso en otros muchos puestos del Mercado Central, como los de las frutas y verduras (donde se pueden encontrar, por ejemplo, frutas tropicales y variedades de otros países, como el cebollino alemán, y tubérculos africanos, como el ñame), y, por supuesto, en los puestos de especias, que aportan siempre el toque final característico de cada lugar.

En el Mercado Central son, además, muchas las carnicerías especializadas en corte latino, para que quienes procedan de países de Latinoamérica puedan mantener sus costumbres en el consumo de este producto.

Los cafés del mundo (en grano, tostado para filtro o para espresso), así como una amplia variedad de chocolates y té, y también diversas bebidas, vinos y licores de múltiples procedencias se pueden encontrar igualmente en varios puestos del Mercado Central.

Son todos ellos puestos que, además de invitar a realizar un viaje gastronómico internacional, al igual que los demás

del Mercado Central, se esfuerzan en encontrar los productos que demandan tanto sus clientes habituales como los nuevos clientes, residentes en la ciudad que provienen de diversas y muchas partes del mundo y que como unos valencianos más ya tienen como referencia el Mercado Central para encontrar todo lo que necesitan, convirtiéndose diariamente en una muestra viva de la afirmación “Lo que no se encuentra aquí, seguramente no existe”.



Alicante Gastronómica 2024: en busca de la mejor tortilla de patatas y la mejor tarta de chocolate del mundo

El premio Paco Torreblanca a la Mejor Tarta de Chocolate del Mundo reunirá a grandes figuras de la pastelería internacional

El evento gastronómico del año en la provincia de Alicante, Alicante Gastronómica 2024, no solo destaca por su extensa oferta culinaria, sino también por los emocionantes concursos que invitan a profesionales y aficionados a demostrar su destreza en la cocina. Entre estos, el Campeonato de Alta Pastelería a la Mejor Tarta de Chocolate del Mundo y el Campeonato de España de Tortilla de Patatas - Trofeo Tescoma se posicionan como dos de los más esperados, atrayendo a grandes figuras de la gastronomía y al público amante de estos platos emblemáticos.

Premio Paco Torreblanca a la Mejor Tarta de Chocolate del Mundo, un homenaje a la alta pastelería

Uno de los grandes atractivos de esta edición de Alicante Gastronómica es el Premio Internacional de Alta Pastelería Paco Torreblanca, un concurso que rinde tributo a uno de los mejores pasteleros del mundo y que busca encontrar la mejor tarta de chocolate del planeta. Este certamen, que cuenta con la colaboración de la International School of Pastry Arts, es una oportunidad única para que los pasteleros demuestren su habilidad, creatividad y pasión por la repostería.

El concurso contará con un jurado de lujo, compuesto por grandes nombres de la alta pastelería internacional como Jordi Roca, Albert Adrià, el italiano Iginio Massari, el francés Frédéric Bau, Oriol Balaguer, Jacob Torreblanca y Carlos Mampel. La presencia de estos expertos eleva el prestigio del certamen y asegura una competencia de altísimo nivel.

La tarta de chocolate, ese postre universal que ha conquistado paladares en todo el mundo, será la protagonista absoluta en este certamen. Los participantes deberán presentar sus mejores creaciones, las cuales serán evaluadas en criterios como sabor, textura, presentación y



técnica. Este concurso no solo premia la creatividad, sino también el dominio de los fundamentos de la alta pastelería, haciendo de este un evento único para los amantes del chocolate.

XVII Campeonato de España de Tortilla de Patatas - Trofeo Tescoma: La búsqueda de la mejor tortilla

Otro de los concursos destacados en Alicante Gastronómica 2024 es el XVII Campeonato de España de Tortilla de Patatas - Trofeo Tescoma, uno de los certámenes más esperados del año en el que se pone a prueba la habilidad para preparar el icónico plato español por excelencia: la tortilla de patatas. Organizado en el marco del III Congreso de la Tortilla de Patatas, este evento atraerá a los mejores cocineros de España para competir por el título de la mejor tortilla llegados desde Betanzos, Santander, Logroño, Vitoria, San Sebastián, Madrid, Valencia, así como de las provincias de Burgos, Badajoz y Alicante.

La tortilla de patatas es uno de los platos más representativos de la gastronomía española, y este concurso busca

resaltar la excelencia en su elaboración, desde el punto exacto de cocción hasta la combinación perfecta de sus ingredientes.

El jurado encargado de evaluar las tortillas estará compuesto por personalidades del mundo culinario como Pepa Fernández, José Gómez 'Joselito', Paco Torreblanca, Kiko Moya (dos estrellas Michelin, L'Escaleta), Carme Ruscalleda (dos estrellas Michelin, Moments Mandarin Oriental), Fran Martínez (dos estrellas Michelin, Maralba), y Alberto Ferruz (dos estrellas Michelin, BonAmb) y Senén González de "La Cocina de Senén".

Pedro Román de Cañadio, Alberto García de O Pote o Carlos Olabuenaga de Tizona, campeones de ediciones pasadas, mostrarán sus habilidades contra otros expertos en la cocina de la tortilla. Este campeonato no solo reconoce la mejor tortilla clásica, sino que también otorga espacio a la innovación con el II Campeonato Internacional de Tortilla de Patatas con..., que desafía a los cocineros a reinventar este plato con ingredientes y técnicas novedosas.

Alicante Gastronómica reconoce al restaurante El Xato, Miguel García y Emilia Belmonte por su destacada trayectoria en la gastronomía

El periodista José Ribagorda recibirá el Premio a la Divulgación Gastronómica por su difusión de la gastronomía española

Alicante Gastronómica reconocerá, en su sexta edición, la destacada trayectoria y contribución a la gastronomía del restaurante El Xato (La Nucía) que cumple 100 años de historia, de Miguel García Navarro del restaurante El Cantó (Alicante) y de la maestra arrocera Emilia Belmonte de los restaurantes Casa Juan y Pósito Pesquero (Santa Pola). La presidenta de Alicante Gastronómica, Gema Amor, ha subrayado “la trayectoria ejemplar de estos homenajeados en el mundo de la restauración” y ha incidido en “los valores que han sabido imprimir en su cocina hasta convertirse en referentes dentro de la gastronomía”. “Con su labor culinaria no solo prestigian nuestra gastronomía, sino que además promocionan y ponen en valor los productos de nuestra tierra”, ha añadido Amor.

Las raíces del restaurante El Xato se remontan a 1915, por este establecimiento ya han pasado cinco generaciones de la familia. Francisco y José Cano conducen este emblemático restaurante de La Nucía junto a la chef Cristina Figueira, que aprendió su base como cocinera de la experiencia de Esperanza Fuster y completó su formación en establecimientos como el Celler de Can Roca al lado del chef internacional Joan Roca. El Xato cuenta con una Estrella Michelin y 1 Sol Repsol. Para Francisco Cano del restaurante El Xato es “una inmensa alegría que la gente nos tenga en cuenta. Estamos muy contentos y un poco abrumados por ese cariño que ha mostrado el equipo de Alicante Gastronómica al hacernos merecedores de este reconocimiento”. Este local destaca por elaborar “una cocina mediterránea, pero interpretada de forma contemporánea”, tal y como ha comentado Cano, donde el producto de cercanía mantiene una importante presencia. Por otro lado, Miguel García Navarro inauguró el restaurante El Cantó en

1984 en la ciudad de Alicante. Desde entonces, este establecimiento de restauración se ha consolidado como un modelo gastronómico, basado en “la cocina tradicional, pero sin olvidar las raíces”, tal y como señala el propio García Navarro. Su establecimiento posee una barra basada en el mejor producto del mercado, en la que se pone en valor la tradición más alicantina. García Navarro ha agradecido el homenaje que recibirá en Alicante Gastronómica, y que supone “un reconocimiento a esos más de 50 años que llevo trabajando en el sector”. “Llevo mucho camino recorrido, y este tipo de homenajes tan agradables me lo recuerda”, ha destacado. El restaurador ha estado muy implicado en la promoción y difusión de la gastronomía alicantina, participando en numerosas ferias gastronómicas de carácter nacional e internacional. El dominio del arroz en los fogones de Emilia Belmonte caracteriza el recorrido culinario de esta maestra arrocera. Tal es su conocimiento sobre el arte de cocinar arroz, que estuvo cuatro años acudiendo a Washington para desvelar los secretos del arroz santapolero al chef internacional José Andrés. Belmonte estuvo al frente del restaurante Casa Juan hasta que lo cerraron cuando se jubiló, aunque ahora colabora con el Pósito Pesquero, dirigido por su hijo en Santa Pola.

Según Belmonte este homenaje “significa el reconocimiento a toda una vida dedicada a este oficio. La cocina para mí es lo más bonito que hay, por eso es todo un honor que me hagan un homenaje como este”. La maestra arrocera se fue formando de forma autodidacta



en sus inicios, hasta aprender de otros profesionales como Paco Torreblanca, del que dice ser, “además de un gran amigo, un compañero muy importante para mí por los consejos tan valiosos que me ha dado en la cocina”, ha apuntado Belmonte.

Premio a la Divulgación Gastronómica

Durante la sexta edición de Alicante Gastronómica también se hará entrega del Premio a la Divulgación Gastronómica al periodista y presentador José Ribagorda por su pasión, promoción y difusión de la gastronomía española. Ribagorda nació en 1961 y es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y en Ciencias Políticas por la UNED. Comenzó su carrera profesional como periodista en el periódico Cinco Días y, desde entonces, ha trabajado en diversos medios de radio y televisión, en cadenas como NHK, TVE o Telecinco, donde trabaja actualmente. Su trayectoria periodística le ha llevado a participar en programas de gastronomía y publicar dos libros vinculados al mundo culinario. Además, cuenta con una web especializada en gastronomía.

La Universidad de Málaga incluirá este año a Talentchef, la consultora experta en Food & Beverage, en varios de sus programas académicos

La Universidad de Málaga contará con la participación de Talentchef, la consultora líder en Food & Beverage (F&B) a nivel global, en su próximo curso. Este programa, que dará inicio en 2025, estará disponible para los estudiantes del Grado en Ciencias Gastronómicas y Gestión Hotelera y del Grado en Turismo, y ofrecerá formación específica en un área de creciente importancia en la industria del turismo y la hospitalidad como es la conceptualización gastronómica. Antonio de Juan, fundador y presidente de Talentchef, fue el encargado de dar la bienvenida a los alumnos durante la ceremonia de apertura del curso académico, este viernes 13 de septiembre. De Juan subrayó la relevancia de una formación sólida en un sector tan competitivo como el turístico y hotelero, destacando que muchos de los profesionales que integran el equipo de Talentchef se han formado precisamente en la Universidad de Málaga, lo que resalta la calidad de su enseñanza.

La conceptualización gastronómica es un proceso fundamental en la creación de experiencias culinarias únicas. No se trata solo de crear espacios bonitos e innovadores, también de asegurar que cada concepto sea axEsto significa que cada detalle del diseño y la organización está pensado para facilitar el flujo de trabajo, optimizar los recursos y garantizar una experiencia óptima tanto para los clientes como para el personal. Es importante destacar que Talentchef ha experimentado una notable evolución desde sus inicios. La empresa no nació como una consultora experta en el desarrollo de conceptos gastronómicos, sino como un headhunter especializado en la búsqueda de talento ejecutivo para el sector de F&B. La incursión en la conceptualización gastronómica surgió como respuesta a una creciente demanda por parte de los clientes, quienes comenzaron a solicitar este tipo de servicios. Gradualmente, se abrió un nicho de mercado en este ámbito, y la demanda de los clientes por estos servicios aumentó significativamente. El crecimiento de este sector ha sido tan notable que la

Universidad de Málaga ha decidido incluir esta especialización dentro de su oferta formativa, reconociendo así su importancia en el panorama actual de la industria. El curso será impartido por dos destacadas expertas en el sector: Paola Pino, Partner & COO de Talentchef desde sus inicios en 2016 cuando fundó la empresa junto con Antonio de Juan. Además, posee más de 14 años de experiencia en hotelería y hostelería en otras compañías como Pierre & Vacances. También, Hélène Pitrel, F&B Project Director con más de 10 años de experiencia en hoteles de 4 y 5 estrellas en Europa y Asia. Ambas ofrecerán una formación práctica y teórica sobre la creación y desarrollo de conceptos gastronómicos, desde la concepción inicial hasta su implementación en grandes cadenas hoteleras. Talentchef ha sido responsable de algunos de los proyectos más destacados en la industria global de F&B, incluyendo la conceptualización del primer The Ritz-Carlton All-Inclusive del mundo, así como los primeros All-Inclusive de Marriott y Westin en Puerto Vallarta y el primer Marriott All-Inclusive en Cancún. Estos proyectos reflejan no solo la capacidad de la consultora para innovar en el diseño y branding, sino también su compromiso con la creación de conceptos operativos y funcionales que redefinen la experiencia de los huéspedes en hoteles de lujo.

Importancia del sector y necesidad de profesionales capacitados

El sector del turismo y la hospitalidad en España es un pilar fundamental de la economía, representando aproximadamente el 12% del PIB nacional y generando más de 2 millones de empleos, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). La demanda de profesionales cualificados en el sector es alta y sigue en aumento, especialmente en



áreas especializadas. Los profesionales bien formados en estas áreas tienen acceso a oportunidades laborales bien remuneradas y con perspectivas de crecimiento a largo plazo. La participación de Talentchef en la formación académica de la Universidad de Málaga responde a su compromiso con la importancia de formar a nuevos talentos. La empresa ha apostado históricamente por contratar a jóvenes recién graduados, ofreciéndoles formación y un camino de desarrollo que los convierte en profesionales altamente cualificados en la industria. “Creemos firmemente en el potencial de los jóvenes y en la importancia de brindarles oportunidades para crecer y destacar en un sector tan dinámico como este”, afirma Antonio de Juan.

El sector del turismo y la hospitalidad en España sigue siendo uno de los motores de la economía nacional, con amplias salidas profesionales para los graduados en estas áreas. La formación especializada en áreas como la conceptualización gastronómica es cada vez más demandada, y este curso ofrece a los estudiantes una ventaja competitiva para su futuro profesional.

Ribera del Duero patrocinará el Festival Cosquín Rock 2024 en su primera edición en España

Ribera del Duero refuerza, una vez más, su compromiso con la cultura patrocinando eventos como el Cosquín Rock España 2024, consolidándose como un referente en la promoción de la cultura y el enoturismo

La D.O. Ribera del Duero continúa fortaleciendo su apoyo a la cultura y anuncia su colaboración en el festival Cosquín Rock España 2024, que llega por primera vez a España. Este festival, uno de los más reconocidos en Latinoamérica, aterriza con el objetivo de ofrecer no solo el mejor rock, sino también una experiencia vitivinícola única.

Los días previos a este festival 25, 26 y 27 de septiembre, la ciudad de Valladolid acogerá el encuentro 'Vino + Valladolid' en donde se llevarán a cabo: catas, conciertos y charlas en torno al vino y donde Ribera del Duero tendrán presencia en 'El Túnel del vino de las DO de Valladolid', en donde los asistentes podrán catar 20 vinos tintos y rosados de la Ribera del Duero de las siguientes bodegas: Alejandro Fernández-Tinto Pesquera; Quintafiel; San Roque de la Encina; Abadía San Quirce; Cepa 21; Finca La Capilla; Hesvera; Navarro Balbás; Pascual; Peñalba López; Monteabellón; Tamaral; Vega de Yuso, Dominio de Cair; Finca Villacreces; La Luz del Duero; Protos; Sociedad Vinícola Villalba; Viñas del Jaro y Bodegas Ribón (entre otros vinos ofrecidos por otras denominaciones de origen). Este estará ubicado en la emblemática Cúpula del Milenio. Un espacio pensado para descubrir cada matiz, desde la historia y tradición de sus bodegas hasta la innovación que posiciona a esta región entre las más destacadas del panorama vitivinícola mundial.

Las entradas para esta experiencia, que abrirá a las 13:30h los días 25, 26 y 27 de septiembre, se encuentran ya disponibles en: www.vinomasvalladolid.com, por un precio de 17 euros (incluye copa). Asimismo, el 25 de septiembre, a las 17:00h, los aficionados más curiosos podrán participar en la cata 'Identidad, Terruño y Personalidad'. Esta experiencia única estará dirigida por Jonatan Armengol, uno de los críticos gastronómicos más influyentes del país. Con una propuesta diferente, los asistentes participarán en una cata a ciegas, donde deberán agudizar el resto

de sus sentidos para captar las sutilezas y complejidades de los vinos ofrecidos, todos ellos de las Denominaciones de Origen con presencia en la provincia de Valladolid. En el caso de Ribera del Duero serán 2 vinos tintos de las bodegas: Martín Berdugo y Condado de Haza. Con un precio de 14 euros y plazas limitadas, esta inmersión sensorial promete ser una experiencia inolvidable. Las inscripciones ya están abiertas en la web www.vinomasvalladolid.com.

De esta manera Ribera del Duero añadirá entusiasmo a los días previos al festival Cosquín Rock España, que se celebrará el 28 de septiembre en la Antigua Hípica Militar - Pinar de Antequera (Valladolid) y en el que habrá un wine bar donde se podrán degustar los vinos tintos blancos y rosados de las siguientes 15 bodegas: San Roque de la Encina; Arzuaga Navarro; Navarro Balbás; Martín Berdugo; Vinícola Villalba; Alejandro Fernández-Tinto Pesquera; Avelino Vegas; Condado de Haza; Yllera; Olimarum; Pinea del Duero; Dominio de Cair; Finca de Villacreces; Pagos de Vallejo y Protos.

Vino y música, el perfecto maridaje para disfrutar de una gran oferta cultura. El Ayuntamiento de Valladolid ha destacado que la participación de los vinos en este festival se alinea con su programa 'Vino + Valladolid', una serie de actividades que pretenden acercar al público la riqueza vinícola de los vinos con denominación de origen de la región. Ribera del Duero, con su apuesta por la calidad y la diferenciación con su herencia y capacidad innovadora, se convierte en una pieza clave de este evento, que promete conectar la historia,



tradición y evolución del vino con el arte y la música.

Con un cartel que promete una experiencia de primer nivel con Steve Aoki, Hombres G, Arde Bogotá, Gipsy Kings, Ciro y los Persas, Crystal Fighters entre otros y la presencia destacada de Ribera del Duero, el Cosquín Rock España 2024 no solo se convierte en una cita obligada para los amantes de la música, sino también para aquellos que buscan saborear la excelencia del vino. Una oportunidad única para disfrutar de lo mejor de ambos mundos en un ambiente festivo y auténtico.

“En Ribera del Duero estamos orgullosos de reforzar nuestro compromiso con la cultura y el enoturismo a través de eventos como el Cosquín Rock España 2024. Este festival no solo ofrece una experiencia musical de primer nivel, sino que también nos brinda la oportunidad de mostrar al público la riqueza y la singularidad de nuestros vinos. Para nosotros, es un honor formar parte, por primera vez en España, de una celebración que une lo mejor de la música y el vino, dos elementos esenciales de nuestra cultura”, afirma Enrique Pascual, Presidente de la D.O. Ribera del Duero.

Puerto Rico se alza con la World Paella Day Cup 2024

Los doce finalistas han presentado un gran nivel, con versiones particulares de la paella en el día que se homenajea a este plato en todo el mundo. La competición ha tenido como escenario La Marina de València



Se ha disputado la fase final de la World Paella Day Cup 2024, en la que doce chefs de alrededor del mundo han competido por alzar el trofeo a la mejor paella realizada por un chef internacional. Finalmente, ha sido Joe W. Padilla Castro, representando a Puerto Rico, el ganador del trofeo de este año gracias a su propuesta “Paella del susurro del Pez León en el Mediterráneo”, una receta elaborada con pez León, carrucho (caracol de mar), jueyes de boriken, base de fumet de pescado y mariscos valencianos. En el pódium también se han clasificado en el segundo puesto Miguel Ángel Moreno, de Colombia y en el tercero Shingo Hinokio de Japón.

Esta nueva edición de la World Paella Day Cup, que por primera vez se ha celebrado en la Pèrgola de La Marina de València, tenía el lema “Paella: un idioma universal”, para dar visibilidad a todo lo que hay alrededor de este popular plato valenciano y su importancia alrededor del mundo. La World Paella Day Cup es una iniciativa impulsada por el Ayuntamiento de València, a través de la Fundación Visit València; junto al Centro de Turismo de la Diputación de València, Turisme Comunitat Valenciana y Turespaña, con la

colaboración de la D.O. Arroz de València, la Federación de Hostelería de València, Wikipaella y el Concurso de Paella Valenciana de Sueca.

En esta edición 2024 el jurado estaba compuesto por Eric Gil, chef ganador de la World Paella Day Cup 2022; Kohei Hatashita, chef ganador de la World Paella Day 2024; Cristina Oliete, directora del Mercado Central; Raul Magraner, chef ejecutivo del restaurante BonAire; y Maria Luisa Martín Tejera, profesora y escritora de la cultura del vino y la alta gastronomía, así como miembro del Comité de Gastronomía & Vinos, de la AEPEV.

“Este año, el certamen se ha celebrado en un entorno inigualable: La Marina de València, concretamente en la Pèrgola, un espacio que refleja a la perfección los valores que esta fecha representa. La elección de este lugar no es casual; porque esta fecha sirve para dar visibilidad a València como una ciudad saludable gracias a su clima mediterráneo, su luz y su mar. Además, en 2024, València es Capital Verde Europea, y tanto la paella como La Marina son emblemas de esta capitalidad, y reflejan el compromiso de nuestra ciudad con la sostenibilidad”, ha apuntado la concejala de Turismo,

Innovación y Captación de Inversiones, Paula Llobet.

El diputado de Turismo de la Diputación, Pedro Cuesta, ha destacado la importancia de este certamen, “centrado en el arroz de Valencia y en sus muchas posibilidades de elaboración, por lo que promociona exponencialmente nuestro producto y nuestra gastronomía internacionalmente”. “Es un concurso consolidado que promueve el intercambio cultural y gastronómico, enriqueciendo así la imagen exterior de nuestro destino”, ha añadido.

World Paella Cup Stage: inmersión en la tradición de la paella

Los concursantes disfrutaron de una semana llena de actividades para enriquecer sus técnicas y conocer de primera mano las particularidades que envuelven la elaboración de una paella valenciana. Así, del 17 al 20 de septiembre tuvieron la oportunidad de contar con el consejo y entrenamiento de pilares de la gastronomía valenciana como son los cocineros Chabe Soler y Rafa Margós o Santos Ruiz; así como visitar lugares de gran relevancia para la gastronomía valenciana, como son sus despensas naturales, la huerta, la Albufera o el Mercado Central de València.

Askua inicia nueva etapa con David Vázquez al frente

Bajo la nueva dirección y propiedad de David Vázquez, Askua mantiene intactos los valores y máximos estándares de calidad que contribuyeron a su fundación hace más de 30 años y que lo situaron entre los mayores guardianes del producto nacional



El restaurante Askua cumple tres décadas como uno de los grandes templos del producto, comisariando de manera extrema y garantizando una relación de suma confianza entre el productor y el consumidor final. De esta manera, Askua se ha posicionado desde Valencia como una de las principales casas de comida que enaltecen el producto sin enmascararlo, gracias a una perfecta comprensión del lenguaje del fuego y a un servicio de sala impecable. Actualmente, bajo la nueva dirección y propiedad de David Vázquez, Askua mantiene intactos los valores y máximos estándares de calidad que contribuyeron a su fundación y que lo han situado entre los mayores

guardianes del producto nacional. La creatividad y depuración máxima en la técnica con la que David Vázquez siente la cocina permite que la tradición se encuentre con parte de la vanguardia, pero sin perder de vista el culto a la mejor materia prima y a la idea de que si el producto es excelente, únicamente precisa de sensibilidad para su cocción exacta. De esta manera, clásicos icónicos del restaurante como la chuleta de lomo alto de Cárnicas Luismi, seleccionada personalmente por el productor para el restaurante entre los mejores ejemplares en Galicia bajo su línea "Limited Edition", se presentan en su máxima expresión, obteniendo todo el sabor y las condiciones organolépticas óptimas del producto. Askua es el único restaurante

valenciano donde Luismi Garayar sirve esta selección de carne de vacuno excepcional.

La carta de Askua es un homenaje a sus productores, la estrecha relación que David Vázquez mantiene con aquellos que sirven en su restaurante, consigue ofrecer solamente el producto más exclusivo como las anchoas de Rafa López que son el resultado de la perfecta sincronización entre el mar y la acción del hombre a través de un proceso artesano y meticuloso. Los pescados y mariscos encuentran en los mares del norte la mejor muestra marina, gracias al productor Alberto Ferreres quien escoge desde San Sebastián aquellos ejemplares que cumplen con los estándares de calidad habituales en el restaurante como



sus cocochas de merluza. La costa valenciana también tiene su lugar en Askua gracias a Luis Arteaga que encuentra en el restaurante el lugar donde poder exhibir en su máximo esplendor la mejor representación de pescados mediterráneos.

Uno de los cambios significativos que David Vázquez ha querido introducir en el restaurante es ofrecer al cliente la posibilidad de escoger entre varios platos fuera de carta, basados en los productos de temporada disponibles en el mercado. De esta manera se consigue una propuesta vibrante, que se renueva continuamente y que presenta lo mejor de cada estación.

El enaltecimiento del producto se observa perfectamente en el tratamiento de las verduras que el productor Toni Misiano, auténtico artesano de la huerta valenciana escoge para el restaurante, siendo la temporada y el mercado los auténticos bastiones que miden lo que el cliente de Askua encontrará en cada visita. Esa versatilidad de producto permite que las diferentes elaboraciones obtengan lo mejor que la naturaleza ofrece en cada estación.

Esta nueva etapa de Askua donde la

técnica se ha depurado hasta el extremo, viene acompañada de la ejecución en sala por parte de Roberto Giménez, experimentado maître formado en algunos de los mejores restaurantes nacionales como el estrellado Corral de la Morería donde adquirió un vasto conocimiento a lo largo de siete años. Askua ha conseguido que el cliente encuentre en el restaurante un lugar que hable su mismo idioma, que le entienda y que le haga sentir como en casa, formando parte de la selección del menú en función de la temporada.

La parte líquida de la carta viene de la mano del sumiller Pascual Tejada, figura clave de la sumillería valenciana, reconocido gracias a su trayectoria en restaurantes de amplio prestigio nacional e internacional. Un sommelier al que le gusta conocer al cliente para adecuar la elección tanto al plato como a la persona, amplificando las sensaciones en cada trago. Admirador confeso de los vinos del Marco de Jerez, también encuentra tanto en la Comunidad Valencia como en el resto del territorio nacional, algunas de las etiquetas más interesantes con las que agasajar a los comensales entre pequeños proyectos

cargados de interés.

La excelente salud de Askua tras treinta años de éxito es una excelente noticia para los amantes de la alta gastronomía, quienes encuentran en este restaurante una apuesta segura, elegante y confiable para disfrutar de la mejor cocina y hacerla parte integral de su vida diaria.



La Tomatina 2024 Buñol un referente Internacional de turismo experiencial con gran impacto positivo en la comunidad local

Todos los últimos miércoles de agosto a las 12 del mediodía comienza la tradicional Tomatina, 22.000 personas concentradas en la plaza de la iglesia celebran durante una hora una batalla con más de 150.000 kilos de Tomates que este año han distribuido 7 camiones

Por Fernando Molina



La fiesta declarada de Interés Turístico Internacional recorre la calle principal del pueblo y los accesos se controlan desde que en 2013 se restringiera el acceso público y se cobrara para acceder. Destacar del pasado miércoles las grandes medidas de seguridad en el control de los asistentes y el acceso de objetos, una magnífica labor de los equipos de protección civil y guardia civil. Así como dos puntos violeta que





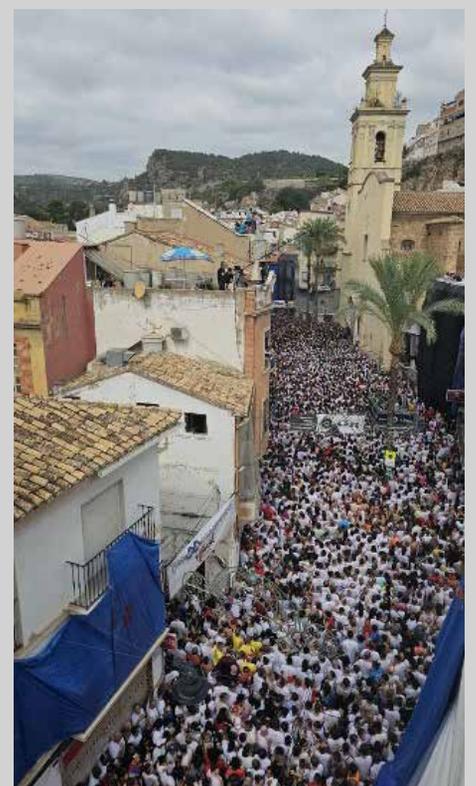
ponen de manifiesto el compromiso de Buñol contra la violencia machista y la xenofobia.

Pero **la Tomatina** es además el sentir de un pueblo dispuesto a teñir sus calles de rojo para recibir y acoger a turistas nacionales e internacionales de todas las partes del mundo de India, Pakistán, Corea, Japón, Brasil...

Tomatina una fiesta que amplía su oferta con formatos y propuestas atractivas para diferente tipo de demanda.

El turismo familiar también pudo el sábado pasado en **Buñol** disfrutar de una nueva edición de **la Tomatina Infantil**, una versión de la batalla del Tomate con 10.000 kilos que permite la participación de menores de 14

años. Los jóvenes también pudieron disfrutar del **concurso de paellas de la Feria y Fiestas de Buñol** celebrado el lunes por la tarde que batió los records de asistencia con propuestas sobre Gastronomía, música y charangas animaron a todos los participantes. Sin duda un año **especial para Buñol**





y su Rey de las Fiestas, Yeray Ruiz, una semana que ha dejado patente como la **Gobernanza participativa y la colaboración pública privada**, entre el equipo de Gobierno encabezado por la Alcaldesa, Virginia Sanz y el edil de fiestas, Sergio Galarza y la Asociación de Empresarios y Autónomos de Buñol, pueden hacer de las fiestas un atractivo y **punto de encuentro y equilibrio en la**

relación de residentes y turistas.

Los visionarios del Turismo de la Comunidad Valenciana se suben al camión entre tomatazos en la 77 edición de la Tomatina

Fernando Molina nos cuenta en esta entrevista que hace más de una década participó en Buñol en organizar el rodaje de la película de Bollywood “Sólo

se vive una vez” que puso de manifiesto la importancia de como el cine puede regenerar y mejorar la visibilidad de una cita turística tan auténtica, y atraer mercados internacionales de largo recorrido poniendo productos locales en un mercado global. Pero también insiste que ni como corresponsal de **Gaceta del Turismo** asistente al ayuntamiento, ni como



cofundador **Observatorio Tourism Visioneer**, ni como vecino de Buñol nunca había visto la alegría de como la **Alcaldesa de Buñol Virginia Sanz**, la **concejala de Turismo, Lucía Villar** y **todo el staff de colaboradores** celebraban haber conseguido el reto de subir al camión al **Presidente de la Generalitat, Carlos Manzón**, la **Consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Nuria Montes** acompañados por el presidente de la **Diputació de València, Vicent Mompó** y otras autoridades. El Ayuntamiento se convirtió en la casa de todos, en el que también estuvieron presentes, otros responsables políticos como el actual **Secretario Autonómico de Turismo, José Manuel Camarero**, el **Diputado de Turismo y deportes de la Diputación**

de **Valencia, Pedro Cuesta** y **Cristina Moreno** que actualmente ocupa un escaño en el **Congreso de los Diputados**. También compartieron espacios, platos de televisión improvisados, cámaras con emisión en directo desde las ventanas que gracias al trabajo de un gran equipo de profesionales de la comunicación y del catering hicieron que tanto **los invitados**, el **staff**, así como la **prensa** disfrutaran de este evento. Esta **77 Edición** marca un **relevo generacional** muy importante en el futuro de la **Fiesta de la Tomatina de Buñol** y sirve de experiencia de como las **poblaciones rurales**, con creatividad, ilusión, sostenibilidad y respeto a los turistas y residentes **pueden afrontar cualquier RETO**. Demostrando como

en esta edición que sin duda el **turismo bien planificado**, permite **dar futuro en el relevo generacional**, **frenar la despoblación de la zonas rurales** y **regenerar espacios** que como en **Buñol**, ya por la tarde del miércoles habían recuperado su estado de limpieza como si nada hubiera pasado.

Buñol se quiere reinventar cara a la futura **78 edición de la Tomatina**, una **población comprometida con un turismo inteligente regenerativo y circular** que ponga en valor sus **tradiciones, su cultura con la música** en vanguardia, su **gastronomía local** y sus **espacios naturales**.

Felicidades por la Tomatina y enhorabuena por el éxito desde Gaceta del Turismo.

Bodegas Hispano Suizas despide el Verano con su tradicional Fiesta Blanca



Por Pedro G. Mocholi (Periodista)

Siempre digo que las tradiciones nacen para que se perpetúen en el tiempo y que sean referencia de un hecho muy concreto.

No sé si ambas cuestiones fueron los requisitos en los que se basaron los responsables de las Bodegas Hispano Suizas cuando moldearon una fiesta en la bodega, pero lo que tengo claro, es que fueran cuales fueran las circunstancias en las que se basaron, los objetivos han sido más que cubiertos, y el éxito de la última edición así lo constata.

El tiempo que se prolonga

ininterrumpidamente ya es un logro, pues desde el 2013 esta fiesta ha sido todo un clásico en los finales del verano, coincidiendo con el inicio de la vendimia. Solo se ha visto roto por los dos años de restricciones que tuvimos durante el 2020 y el 2021.

El otro aspecto en el que se basó, que se convirtieran en un evento muy relevante también lo han conseguido, pues desde que salen las invitaciones, la gente las adquiere con una velocidad vertiginosa. Y otro aspecto muy importante, porque si en un principio los invitados llegaban de las localidades limítrofes a la comarca Utiel-Requena,

en estos momentos y gracias a la popularidad de las redes sociales, es gente que llega de cualquier punto de la provincia de Valencia, generando un importante movimiento económico del que se benefician los locales hoteleros de Requena y Utiel.

Las almas de la fiesta por supuesto son Rafa Navarro y Pablo Ossorio y toda la gente que trabaja en la bodega y que se involucran en todas las tareas (que son muchas) que supone menear un evento de tales características y de tan envergadura.

Este año, como ya he dicho las entradas se vendieron en pocas



horas, demostrando el gran interés que generan, es más, tuve que terciar con unos amigos para que pudieran comprarlas pues habían llegado tarde. Este pasado viernes (23 de agosto) con puntualidad teutónica los distintos invitados iban llegando al aparcamiento creado para la ocasión y se dirigían al edificio para realizarse la tradicional foto con los anfitriones; Pablo y Rafa. El pasado viernes y a modo de anécdota cayó una significativa tromba de agua que se agradeció, pues además de limpiar los viñedos y refrescarlos, bajó unos grados la temperatura, una cuestión que agradecemos, pues quedó una noche muy placentera. Como ya he dicho, las tradiciones se mantienen y la primera es posar en el Foto Call con los anfitriones y una copa de vino en la mano. Este año, en la foto de rigor, nuestra copa estaba repleta de sueños y pasiones rosadas, pues fue su Impromptus Rosé, ganador de innumerables lances en el certámenes vitivinícolas, elegido Rosado del Año en varias publicaciones, el que lucía en nuestras manos. Acto seguido ya nos dirigimos al jardín donde había comenzado la primera

parte del catering del evento. Y esa primera andanada venía con jamón ibérico al corte manual, Chips Variados, Bombón de foie, Croquetas de Gambas al Ajillo, Tartar de Atún con emulsión de Soja, Hojaldre de Roast Beef con mostaza o el Mini Cucurucho de Ensaladilla Rusa.

Una vez acabado el recibimiento, entramos en la parte principal del jardín donde ya nos esperaba el resto de la cena.

Mesas a modo de Buffet con una variedad temática; Japonesa, Chacina Ibérica, Encurtidos, Conservas, Tortillas de Patata (éstas con cebolla), Quesos Surtidos y Cocas de La Safor.

Una rica variedad de gastronomía variada, y muy generosa, pues en todo momento las bandejas surgían de la cocina, rellenando las mesas para que nadie echara en falta algún plato.

En consonancia con la gastronomía, la armonía vitivinícola esta cumplidamente servida con los propios vinos de la bodega: Albariño Finca Casa Julia, Impromptu Rose y Sauvignon Blanc, Bobos Finca Casa la Borracha, Bassus Finca Casilla Herrera (Premio

GastroCope 2024), y por supuesto sus afamados cavas Tantum Ergo Chardonnay y Pinot Noir y el rosado elaborado únicamente con la variedad Pinot Noir.

Otra de las tradiciones que no falta es el Castillo que se tira una vez pasadas las 12 de la media noche, y una vez finalizado, la música hace acto de presencia.

Y como era de esperar el grupo musical "Señor Miyagi" un años más comenzó su particular actuación. Hay que reconocer que J. Antonio M. Motos (voz y armónica), Jorge G. Bastida (guitarra y coros), Rafa Muñoz (guitarra y coros), Jesús Pérez (bajo) y Javier A. Montes (batería) hicieron las delicias de los asistentes, hay que reconocer que le tienen cogido el pulso a la actuación y disfrutamos de sus canciones y las cantamos a coro con ellos.

Poco a poco la noche fue avanzando y aunque los ánimos se mantuvieron, había que ir diciendo adiós y quedarnos con los buenos recuerdos (que son muchos) de esta edición, y esperar con ansiedad e ilusión a la del próximo año. Viva la Fiesta Blanca del 2025.

València cierra el verano con todas las variables turísticas en positivo y el mejor agosto de la historia en pernoctaciones

Según los datos del INE recogidos por Visit València, agosto ha sido el mejor desde que la entidad tiene registros, con 528.669 pernoctaciones, lo que supone un incremento del 6% respecto al pasado año

La ciudad de València ha terminado la temporada de verano con un balance turístico muy positivo. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), recogidos por la Fundación Visit València, el mes de agosto ha marcado un hito en pernoctaciones, alcanzando 528.669, lo que supone un incremento del 6% respecto al mismo mes del año pasado. Esta cifra lo convierte en el mejor agosto desde 2010.

En términos generales, los meses de julio y agosto han registrado un crecimiento del 5,6% en pernoctaciones, con un total de 1.012.515 noches en establecimientos hoteleros. El impulso del turismo internacional ha sido clave para este resultado, con un incremento del 8,6% en las pernoctaciones de extranjeros, mientras que el mercado nacional ha mostrado una ligera bajada del 0,9%.

La demanda extranjera ha ganado protagonismo este verano, representando el 70,2% de las pernoctaciones totales, superando en dos puntos porcentuales al 68,2% registrado el año anterior. Así, los principales mercados internacionales han mostrado un buen comportamiento, especialmente Alemania (+17,4%), EE. UU. (+8,9%) y Países Bajos (+7,3%). En lo que respecta a viajeros, la tendencia ha sido similar, con un incremento en julio y agosto del 5,5% gracias también a los turistas internacionales (+9,7%).

La concejala de Turismo y presidenta de la Fundación Visit València, Paula Llobet, ha señalado que estos buenos resultados del verano ya se venían registrando a lo largo de todo el año, ya que las pernoctaciones entre enero y agosto acumulan un incremento del 9%: "València se está consolidando como un destino turístico sostenible, amable y mediterráneo. Genera buenos resultados de forma desestacionalizada, en verano e invierno, con crecimientos importantes a nivel



internacional. Tener un buen balance turístico del verano es importante para la ciudad, ya que el sector es uno de los principales motores económicos y genera mucho empleo tanto directo como indirecto".

"Para mantener este buen comportamiento la Fundación Visit València sigue trabajando en la promoción de València para atraer visitantes en mercados estratégicos, con un turista cada vez más comprometido y responsable con los destinos que visita, como demuestran los anuncios de la pasada semana con tres nuevas conexiones aéreas con mercados del norte de Europa, Vilna (Lituania), Reikiavik (Islandia) y Copenhague (Dinamarca)", ha apuntado.

Rentabilidad y ocupación hotelera al alza

La tendencia positiva también se ha reflejado en los niveles de ocupación hotelera, que en julio y agosto han subido 0,8 puntos, situándose en el 85,44%. El precio medio por habitación ha mantenido la estabilidad, con una leve subida del 0,3%, situándose en 120,9 euros. En cuanto al RevPar (ingreso por habitación disponible), se ha registrado un incremento del 1%, alcanzando los 103,1 euros.

Por su parte, el aeropuerto de València ha registrado un aumento del 4,1% en llegadas durante julio y agosto, con un total de 1.095.479 pasajeros. Las llegadas desde destinos nacionales han crecido un 6,2%, mientras que las internacionales han subido un 3,3%.

La Comunitat Valenciana recibe más de 6,7 millones de turistas internacionales hasta julio, un 17,8 % más que en 2023

En los primeros siete meses del año se ha incrementado el gasto turístico de los extranjeros un 25,9 % interanual

La Comunitat Valenciana ha registrado durante los primeros siete meses del año un total de 6.786.222 turistas internacionales, un 17,8 % más que el año pasado, y desembolsaron un total de 8.499 millones de euros, un 25,9 % más que en 2023.

El mercado que más ha contribuido a este incremento del gasto extranjero acumulado en la Comunitat Valenciana ha sido el británico, que ha gastado 2.006,1 millones de euros hasta julio, un 32,8 % más que en el mismo periodo de 2023.

Le sigue el mercado francés, que ha gastado 1.107,3 millones de euros, un 13 % más interanual, y los países Nórdicos que, con 1.038,1 millones de euros desembolsados, incrementa el gasto un 30,4 % interanual.

Además, la estancia media se cifra en 9,5 días, lo que supone un crecimiento del 5,2 % con respecto a 2023, mientras que el gasto medio diario, cifrado en 132 euros, aumenta un 1,6 %.

Así se desprende de los resultados de las encuestas publicadas este lunes por el Instituto Nacional de Estadística (INE), referentes a los Movimientos Turísticos en Frontera (Frontur) y la Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

La consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Nuria Montes, ha valorado como “muy positivos” estos resultados, que corroboran la tendencia de crecimiento del turismo extranjero de los últimos meses y, en este sentido, ha remarcado que “somos un destino muy apreciado por los turistas extranjeros, que nos eligen año tras año para pasar sus vacaciones”.

Los resultados del INE también muestran que, con respecto al mismo



periodo de 2023, las entradas por aeropuerto crecen un 16,8 % y por carretera un 21,3 %. En concreto, el aeropuerto de Alicante-Elche crece un 19,8 % y el de València un 8,9 %.

Llegadas de turistas por mercados

Por mercados, el más importante para la Comunitat Valenciana sigue siendo Reino Unido, con la llegada de 1.730.434 británicos hasta julio, un 15,7 % más que en el mismo periodo de 2023.

Le sigue Francia con 1.173.451 turistas, un 15,4 % más que en el mismo periodo del año anterior; los países nórdicos con 639.283 turistas, un 19,4 % más interanual, y Países Bajos, con la llegada de 528.984 visitantes, lo que supone un crecimiento del 24,2 %.

Además, el mercado alemán crece un 14 % con la llegada de 433.467 alemanes hasta julio, los turistas belgas alcanzan los 419.883, un 6,2 % más que en el mismo periodo del pasado año, y los visitantes italianos se cifran en 334.754 hasta julio, un 10 % más interanual.

Resultados del mes de julio

Respecto a los datos referentes al pasado mes de julio, la encuesta Frontur muestra que la Comunitat Valenciana recibió un total de 1.476.378 turistas internacionales, lo que supone un aumento del 10,8 % respecto al mismo mes de 2023; y gastaron 2.062,59 millones de euros, lo que supone un aumento del 20 % interanual.

Ante estos resultados, Nuria Montes ha manifestado que “en el mes de julio se confirma la clara recuperación de la demanda extranjera en la Comunitat Valenciana, ya que se incrementa el número de turistas extranjeros en un 10,8 % interanual, pero también se incrementan las cifras con respecto al mes de julio de 2023, último año de normalidad antes de la pandemia, en casi un 19 %”.

Por mercados, el crecimiento es especialmente destacable en el caso del mercado neerlandés (+51,3%), seguido por los nórdicos (+10,2%), y los turistas franceses (+9,7%). Además, el mercado de Reino Unido, principal emisor para la Comunitat Valenciana, ha aumentado un 3,8 %.

Mazón: “Nace Viaja+65, un nuevo programa de turismo social para las personas mayores de la Comunitat Valenciana”

El presidente señala que es el primer paso para consolidar un programa de turismo social en 2025 junto a Diputaciones, que contará con una dotación de 6 millones de euros para alcanzar 40.000 beneficiarios y cerca de 300.000 pernoctaciones.

Destaca que con este programa las personas mayores de Alicante, Castellón y Valencia “podrán conocer mejor su comunidad”, y reitera la apuesta del Consell por un turismo equilibrado y sostenible.



El president de la Generalitat, Carlos Mazón, ha subrayado la puesta en marcha del programa de turismo social Viaja+65 con el que la Generalitat “cumple con las vacaciones que se merecen las personas mayores de la Comunitat Valenciana”.

El jefe del Consell ha indicado que se ha activado una primera edición piloto con un presupuesto de más de un millón de euros y que “permitirá viajar en los próximos 2 meses a más de 7.000 usuarios dentro de la Comunitat Valenciana y generar más de 40.000 pernoctaciones”.

El president ha señalado que esta primera edición es el primer paso para consolidar un programa de turismo social en 2025 junto a las tres Diputaciones Provinciales que pueda “quintuplicar el presupuesto” y alcanzar los 6 millones de euros, los 40.000 beneficiarios y las 300.000 pernoctaciones. Viaja+65 nace con el objetivo de incentivar la demanda turística interna de la Comunitat Valenciana de mayores de 65 años en los periodos de temporada baja.

El máximo representante del Ejecutivo valenciano ha subrayado que este

programa nace desde el consenso y ha asegurado el compromiso del sector y el Consell con un “turismo sostenible desde el punto de vista social, económico y medioambiental, en el que se apuesta por la desestacionalización para favorecer el empleo turístico entre el otoño y el invierno”.

El jefe del Consell ha indicado la voluntad de la Generalitat para implicar en este programa a las administraciones provinciales y locales. Así, ha manifestado que “Viaja+65 va a permitir a los ayuntamientos abrir los brazos a nuestros mayores los 365 días



del año con calidad, sostenibilidad y calidez”. Asimismo, ha explicado que esta iniciativa va a beneficiar tanto en los municipios de sol y playa como en el turismo de interior, deportivo, cultural, medioambiental o gastronómico. El presidente ha agradecido al sector turístico “su visión social” como demuestra con el programa Viaja+65, al tiempo que ha destacado su profesionalidad y capacidad de adaptación en todas las épocas “para compatibilizar el desarrollo sostenible con el crecimiento económico”.

El turismo “que merecen nuestros mayores”

El presidente ha explicado que con Viaja+65 “por fin empezamos a poner en marcha la estrategia turística que se merecen nuestras personas mayores” y ha lamentado la falta de atención del Gobierno de España a un programa “turístico, pero sobre todo social”. En este sentido, ha hecho referencia a la “paupérrima, irreal e insostenible” prima de 23 euros por noche que recibían los hoteles y alojamientos de la Comunitat Valenciana del programa del Imsero que “lo hacía inviable”. Así, ha recordado que la Generalitat y las diputaciones “tuvimos que complementar” para que las “vacaciones

de nuestros mayores y los empleos turísticos de los alojamientos fueran mínimamente sostenibles”.

Mazón ha señalado que gracias a Viaja +65 los hoteles y alojamientos valencianos recibirán un incentivo de “35 euros frente a los 23 del Imsero”.

Mazón ha señalado la apuesta del Consell por el turismo con la eliminación de la tasa turística, entre otras medidas y ha defendido que “en el equilibrio y la sostenibilidad también está el crecimiento”. En este sentido, ha subrayado el trabajo del Consell para que próximamente la Comunitat Valenciana “sea la primera comunidad turística sostenible”.

Programa Viaja +65

La edición piloto del programa Viaja +65 abrirá al público el próximo lunes día 23 de septiembre con cita previa y se desarrollará entre el 14 octubre al 20 de diciembre de 2024. Se podrán beneficiar los ciudadanos empadronados en la Comunitat Valenciana mayores de 65 años y podrán viajar con un acompañante.

La consellera de Turismo ha explicado que “se podrán reservar estancias entre 5 y 10 noches en régimen de media

pensión con una bonificación del 40% en una amplia modalidad de alojamientos como: hoteles, apartamentos turísticos y campings”, por ejemplo. También se podrán realizar reservas a través de agencias de viajes que serán comisionadas con 20 euros por operación frente a los 12,5 que reciben en el Imsero.

El coste máximo subvencionable del programa Viaja +65 será de 600 euros sin acompañante y de 900 euros con acompañante. El precio del alojamiento se establece en 70 euros por día para una habitación doble o 50 euros para la doble de uso individual en el caso de que las personas mayores viajen solas. Además, se incluirá un crédito adicional de 100 euros por persona y paquete para experiencias gastronómicas, de salud, deportivas o culturales, además de parking y servicios de traslados.



El sector turístico de la Comunitat ve en la IA un aliado para anticiparse a las necesidades y perfiles de sus clientes y aumentar su competitividad

Estas han sido algunas de las principales conclusiones del informe sobre resultados de diagnóstico del estado de la IA en la industria turística presentado por el Clúster de Empresas Innovadoras para el Turismo de la Comunitat Valenciana (ADESTIC) y el Instituto Universitario Valenciano de Investigación en Inteligencia Artificial (VRAIN) de la UPV

El sector turístico de la Comunitat Valenciana ve en la Inteligencia Artificial (IA) oportunidades para mejorar la información de sus clientes, la gestión interna de sus departamentos y el manejo del conocimiento generado, ya que muchos destinos o empresas cuentan todavía con datos no estructurados y sin filtrar que serían útiles para desarrollar soluciones que aumenten la competitividad. Además, pese a que las empresas turísticas del sector privado se sienten más preparadas que las públicas para abordar estas oportunidades, ambas defienden la colaboración público-privada para poner en marcha la adopción de la IA.

Estas ha sido algunas de las principales conclusiones del informe sobre los resultados de diagnóstico del estado de la IA en la industria turística de la Comunitat, presentados en una jornada organizada por el Clúster de Empresas Innovadoras para el Turismo de la Comunitat Valenciana (ADESTIC) y el Instituto Universitario Valenciano de Investigación en Inteligencia Artificial (VRAIN) de la Universitat Politècnica de València (UPV) con el apoyo de IVACE + I. El encargado de presentar este informe ha sido el co-founder y CEO de Sciling, Germán Sanchis, compañía que ha elaborado el estudio. El análisis de datos, obtenido a través de la experiencia de destinos turísticos referentes de la Comunitat Valenciana, asociaciones empresariales del sector y empresas privadas de tecnología turística, señala que las principales oportunidades de la IA en el sector público incluyen conocer mejor al turista, automatizar procesos y gestionar la regulación y sus cambios para la adopción de IA.

Aunque se trata de un desafío actual, el 80% carece de medios para sistematizar



departamentos, el 60% para obtener información de prescriptores y el 40% para afrontar las regulaciones y sus cambios. Mientras que las oportunidades más fáciles de abordar son el uso de imágenes para obtener información, conocer mejor a los clientes y mejorar la velocidad de respuesta, como prioridades para desarrollare soluciones con IA.

Sector turístico y conocimiento de las emociones del cliente

En el sector privado, el estudio subraya como más de un 40% de las empresas incide en que una de las problemáticas actuales, y para la que todavía no se encuentran preparadas, es la asignación de un valor diferente a cada oportunidad de venta. También mencionan que la aceptación de sus productos varía en función de cómo se presentan y que las ventas se realizan por emoción, por lo que es fundamental conocer las emociones de los clientes.

En este contexto, ven en la IA un aliado estratégico a la hora de anticiparse a las necesidades de sus clientes, un aspecto fundamental a la hora de aportar valor y ser competitivos.

Asimismo, los destinos turísticos también identifican como oportunidades de la IA presentar los productos o servicios para aumentar visitas, así como la necesidad de conocer su reputación y adaptar su lenguaje de comunicación a cada perfil de turista.

Todas estas conclusiones se han puesto en común, durante la jornada, en un panel de expertos moderado por Sciling, y en el que han participado representantes de las principales asociaciones de la industria turística de la Comunitat Valenciana, como Hosbec, empresas valencianas referentes en IA como Deepsense o SensingTools, y con representación de la UPV Gandía en inteligencia turística.

El encuentro ha contado en su apertura con la directora de Innovación Turística en Turisme Comunitat Valenciana, Olivia Estrella, quien ha destacado: “Nuestra voluntad de promover un mayor desarrollo del sector tecnológico e innovador de la Comunitat Valenciana, que dé respuesta a los retos de la nueva industria turística, entre los cuales la IA juega y jugará un papel fundamental”.

neXt, la propuesta de Gastronomía para una décima edición que mira al futuro

neXt es una invitación a explorar lo que viene en el mundo de la gastronomía. El certamen se celebrará del 10 al 12 de noviembre en Feria Valencia.

Este año, del 10 al 12 de noviembre en Feria Valencia, Gastronomía no solo celebra una década de éxito, sino que se posiciona como un referente indiscutible en la evolución de la gastronomía. Y es que la feria gastronómica del Mediterráneo propone una mirada al futuro de la gastronomía con neXt.

Gastrónoma se consolida así como un referente en la evolución de la gastronomía, poniendo el foco en la sostenibilidad, los nuevos talentos y las nuevas formas de comunicación y relación entre profesionales y clientes. neXt es una invitación a explorar lo que viene en el mundo de la gastronomía, como la sostenibilidad, promoviendo usos conscientes y respetuosos con el medio ambiente. neXt también apuesta por los nuevos talentos: consolidando Gastronomía como un escaparate para jóvenes chefs cuyo talento merece ser mostrado, tal como el certamen ha hecho en todas sus ediciones.

La innovación también será objeto de esta edición de Gastronomía, explorando nuevas formas de comunicación y relación entre profesionales y clientes, y apostando por el futuro con un congreso participativo, configurado como un espacio de escucha activa donde se debatirán las tendencias emergentes.

Según Carlos Mataix, presidente del certamen, “en esta décima edición, Gastronomía se posiciona como el referente indiscutible de la gastronomía con neXt. Celebramos una década de éxito, pero también miramos hacia el futuro para construir un sector más consciente, conectado y con un futuro prometedor”.

Creciente espacio expositivo: el escaparate del sector

Gastrónoma 2024 se consolida como el escaparate más completo y dinámico



del sector gastronómico. Este año, el certamen superará el número de expositores del pasado año. Tal como subraya el director del certamen, Alejandro Roda, “Gastrónoma tiene la virtud de reunir en un mismo espacio a grandes empresas, PYMES e, incluso, emprendedores con ideas innovadoras. Todas encontrarán en Gastronomía el escenario perfecto para presentar sus productos y servicios”.

De esta forma, un recorrido por los stands permitirá descubrir las últimas tendencias en alimentación y bebidas, así como conocer a los principales actores que están revolucionando la industria culinaria.

Espacios temáticos para una experiencia única

Gastrónoma vuelve a ofrecer a profesionales y público gourmet una amplia variedad de espacios temáticos. Junto al escenario principal, la Cocina Central l'Exquisit Mediterrani, el Aula, donde se comparten conocimientos sobre gastronomía, hasta los espacios dedicados al pan (#Panverdad), la pastelería (BeSweet), el vino (Wine Experience) y las técnicas culinarias

(Cooking), pasando por Entreolivos, espacio consagrado al aceite de oliva y la dinámica Plaza Activa by Tescoma. Además, vuelven los espacios temáticos como Dquesos y GastroDesign, que completarán una experiencia completa. Además, las Barras Gourmet permitirán degustar las creaciones de chefs de renombre y el concurso Sparkling Wine Máster reconocerá al mejor maestro de los espumosos, entre otras competiciones que también acogerá el certamen.

En definitiva, Gastronomía 2024 es más que una feria, es un movimiento que impulsa el futuro de la gastronomía, una experiencia única para descubrir las últimas tendencias del sector. Gastronomía cuenta con el apoyo de Turisme Comunitat Valenciana, de la Conselleria d'Agricultura, Ganadería y Pesca, de las diputaciones de Alicante, Castellón y Valencia y de Visit Valencia, y Makro es su proveedor oficial, mientras que CaixaBank es el banco oficial del certamen. Gastronomía está organizada por Feria Valencia con el apoyo de las principales asociaciones sectoriales y la ayuda de los chefs de la Comunidad Valenciana.

FOTUR celebra el Día Mundial del Turismo con la Gala Premios Turismo by FOTUR

El próximo 1 de octubre, la Federación de Ocio, Turismo, Juego, Actividades Recreativas e Industrias Afines de la Comunitat Valenciana (FOTUR) conmemorará el Día Mundial del Turismo con la Gala Premios Turismo by FOTUR, un evento que reconocerá a las personalidades e instituciones más destacadas del sector.

El evento tendrá lugar en el icónico Palau Alameda de Valencia, a partir de las 19:00 horas. Durante la gala, se entregarán premios a empresas, entidades, asociaciones, federaciones, locales de ocio y gastronomía, y personas que han realizado contribuciones notables en el desarrollo del turismo.

El evento está diseñado para que sea breve y dinámico. Además, participarán firmas comerciales y profesionales relacionados con la industria turística de la Comunitat Valenciana.

La gala será presentada por la conocida periodista y presentadora valenciana María Verdoy, quien cada fin de semana a mediodía presenta el programa "Socialité" en Telecinco y se ha convertido en un referente para la Comunitat.

Entre los invitados especiales destaca Manuel Corrales, conocido como «El Banderas», Maitre y artista en la hostelería, quién ha acumulado más de 5 millones de seguidores en TikTok y 1,7 millones en Instagram. Durante la gala, Manuel, realizará una demostración en vivo de lo que significa un verdadero servicio de calidad en el sector de la hostelería.

El acto contará con la participación de la honorable Nuria Montes, Consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, que será la encargada de clausurar el evento, además de Paula Llobet, Concejala de Turismo del Ayuntamiento de Valencia, y Pedro Cuesta, Diputado de Deportes y Turismo de la Diputación de Valencia, entre otras autoridades. A este encuentro asistirán numerosos



profesionales del sector, haciendo de este día una cita ineludible para la industria turística de la felicidad.

Al finalizar la entrega de premios, los asistentes podrán disfrutar de un aperitivo, proporcionando una excelente oportunidad para hacer networking entre los asistentes,



fortaleciendo lazos dentro del sector.

Datos del evento:

- Fecha: 1 de octubre de 2024
- Hora: 19:00 horas
- Lugar: Palau Alameda, Valencia
- Dirección: Calle del Arquitecto Mora, 2, 46010, Valencia

La Diputació de València celebra el Día Mundial del Turismo 2024 con actividades en diversos municipios

Durante toda la semana, ayuntamientos y mancomunidades promueven numerosas actividades turísticas para todos los públicos

La provincia de Valencia acogerá durante toda esta semana más de 60 propuestas turísticas distintas, dirigidas a todos los públicos, con motivo de la celebración del Día Mundial de Turismo 2024 promovido por la Organización Mundial del Turismo (OMT), que se conmemora cada 27 de septiembre y este año se desarrolla bajo el lema 'Turismo y Paz'. El diputado de Turismo de la Diputació, Pedro Cuesta, ha felicitado a todos los profesionales del sector por su labor diaria en beneficio del turismo, además de destacar y agradecer "la implicación de ayuntamientos, empresas y todos los agentes dedicados a la actividad turística en la provincia que han participado en la organización de estas acciones". También ha querido hacer partícipe a la población valenciana "de lo mucho que ofrece nuestra provincia" y ha animado a residentes y visitantes a participar en las actividades programadas. Un total de 25 municipios y 3 mancomunidades han planificado numerosas experiencias turísticas que los interesados pueden consultar en el catálogo que las recoge en la web de Turismo de la Diputació de València, a través del enlace <https://turisme.dival.es/wp-content/uploads/2024/09/DMT24VTcat2.pdf>. En él se ofrece información detallada de cada una de las propuestas, así como teléfonos de contacto para concertarlas y/o reservarlas, para todos aquellos que quieran conocer un poco más la provincia con motivo del Día Mundial del Turismo.

Los ayuntamientos de Ademuz, Albaida, Alboraya, Alzira, Ayora, Bétera, Buñol, Castielfabib, Cullera, El Puig de Santa María, Gátova, Manises, Meliana,



Moixent, Oliva, Ontinyent, Ribarroja de Túria, Sagunto, Serra, Silla, Sueca, Torrebaja, Vallanca, Yátova y Xàtiva, así como las mancomunidades de la Costera-la Canal, la Vall d'Albaida y Tierra del Vino (Tierra Bobal) son las entidades organizadoras de las propuestas turísticas.

Visitas guiadas y teatralizadas a yacimientos, castillos y otros elementos del patrimonio arquitectónico; jornadas de puertas abiertas en museos y centros de interpretación; rutas senderistas, cicloturistas e interpretativas por ríos y poblaciones; talleres de artesanía local y gastronomía; experiencias gastronómicas y multiaventura; yincanas medioambientales; fiestas populares; rutas adaptadas y viajes sonoros; y otras actividades



relacionadas con el enoturismo, el turismo cultural y el astroturismo forman parte del catálogo de actividades de la Diputació que se reúnen bajo la etiqueta propuesta para celebrar ese día en redes sociales: #WDT204.

Las personas que se inscriban en estas actividades recibirán un detalle de València Turisme, marca turística de la Diputació, como recuerdo de su participación en la celebración.

Barcala apuesta por un turismo de calidad

El alcalde explica que “para no matar la gallina de los huevos de oro es necesario regular los espacios públicos, que son de todos, y hacerlos compatibles con el interés legítimo de las empresas del sector”

El alcalde, Luis Barcala, ha apostado por “un turismo de calidad en Alicante”. “Trabajamos por conseguir récords cualitativos puesto que los cuantitativos ya los tenemos. Nos preocupa que el turismo sea de calidad para no matar la gallina de los huevos de oro y garantizar que las buenas cifras que obtenemos sean sostenibles y sostenidas en el tiempo”, ha asegurado el primer edil.

Barcala ha realizado estas declaraciones en el acto institucional celebrado con motivo del Día Mundial del Turismo y ha explicado que “nuestra responsabilidad consiste en gobernar pensando en el medio y largo plazo para garantizar un sector estable de crecimiento sostenido y sostenible, no queremos burbujas turísticas, sino que Alicante se consolide como un modelo turístico de referencia”. En este sentido, ha afirmado que “por eso trabajamos en la regulación de los espacios públicos, del uso de lo que es de todos los ciudadanos, para hacerlo compatible con el legítimo interés de las empresas del sector y también en la regulación de los apartamentos turísticos”.

El acto institucional, celebrado en el salón Azul, ha contado con una amplia presencia del sector turístico y de miembros de la corporación municipal. Durante el mismo el Ayuntamiento ha reconocido la trayectoria y la labor destacada del hostelero Ramón Riquelme, impulsor de los arroces gigantes que ha llevado el nombre de Alicante y el plato estrella de su gastronomía por todos los rincones de España y también por el extranjero, y el compromiso por la sostenibilidad del Hotel Casa Alberola-Curio Collection by Hilton.

El vicepresidente de la Asociación de Guías Oficiales de Turismo de la Comunidad Valenciana, Javier Morales, ha sido el encargado de conducir el acto y lo ha hecho al más puro estilo



de su profesión. Morales ha repasado la historia y curiosidades del edificio consistorial, desde las campanas que realizan un exorcismo diario para ahuyentar el mal de la ciudad hasta la reconversión en estancia para la visita de Isabel II del Salón Azul.

Además, la concejala de Turismo, Ana Poquet, ha aprovechado su presencia para anunciar el próximo decreto en el que se establecerá el decálogo de buenas prácticas de los guías turísticos en la ciudad, un documento elaborado con la propia asociación que regirá la actividad en Alicante.

El momento más emotivo se ha producido con las palabras de los distinguidos este año por su labor turística. El conocido hostelero Ramón Riquelme ha agradecido el reconocimiento y ha señalado algunos de los países en los que ha cocinado sus arroces gigantes como Francia, Italia o Estados Unidos y ha bromeado con que “al menos dos o tres de mis hijos saben hacer arroces”. Por su parte, la CEO del Hotel Casa Alberola-Curio Collection by Hilton, Asunción Ujeda,

ha asegurado que la distinción supone “toda una inyección de optimismo para seguir trabajando en lo que creemos, en la sostenibilidad y sobre todo en el turismo” y se lo ha dedicado “a todos los compañeros del sector”.

Poquet ha reiterado que “Alicante es todo turismo” y ha ofrecido varias cifras para avalarlo: aporta a la economía de la ciudad entre el 15 y el 20% del PIB, y un porcentaje similar para el empleo; entre enero y agosto se han hospedado en hoteles y apartamentos más de 750.000 personas, lo que supone un 10% más que en el mismo periodo de 2023 y otro 10% habrán subido los cruceristas al terminar el año, con unas previsiones de 225.000 pasajeros. Por su parte, el Castillo de Santa Bárbara acabará el año rozando el millón de visitantes, otro récord histórico.

Asimismo ha repasado las principales acciones promocionales del Patronato de Turismo Alicante City&Beach y los planes de sostenibilidad turística mediante los que se van a invertir siete millones de euros en proyectos y mejoras.