

Semana 29 Septiembre - 5 Octubre 2025

GacetaTraveler

Newsletter Semanal de los Agentes de Viaje en España

WWW.GACETADELTURISMO.COM

MÉXICO PAÍS SOCIO DE FITUR 2026,
SE PRESENTA AL MUNDO COMO DESTINO
DE ALTO IMPACTO CULTURAL Y NATURAL



Fotur celebra el Día Mundial del Turismo en Valencia con la 3ª Gala Premios Turismo



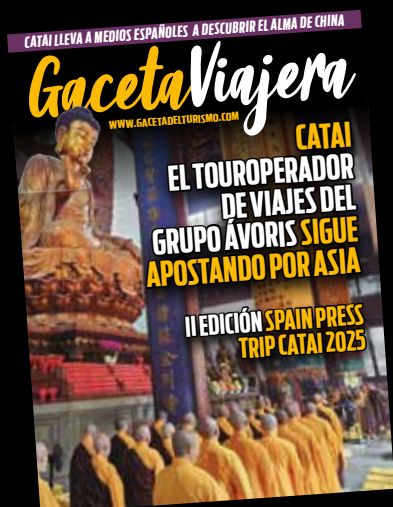
La Universitat de València organiza el X Fórum de Turismo



Etihad Airways lanza vuelos de verano entre Palma de Mallorca y Abu Dhabi



FELIZ DÍA DEL TURISMO





Tanzania, un paraíso de safaris, montañas y playas

WTMG trae a España un gran roadshow para mostrar este paraíso a los agentes de viajes...

Tanzania, ubicada en la costa este de África, es uno de los destinos más fascinantes del continente. Con paisajes que van desde la sabana infinita hasta las cumbres nevadas del Kilimanjaro, este país ofrece una experiencia inolvidable para los amantes de la aventura, la fauna salvaje y la cultura.

1. Parque Nacional del Serengeti

- Famoso por la Gran Migración anual de ñus y cebras.
- Hogar de los "Cinco Grandes": león, leopardo, elefante, rinoceronte y búfalo.
- Ideal para safaris fotográficos y acampadas en plena sabana.

2. Monte Kilimanjaro

- La montaña más alta de África, con 5.892 metros de altitud.
- Atractivo principal para montañistas y excursionistas de todo el mundo.
- Su cumbre nevada contrasta con las cálidas llanuras africanas.





3. Área de Conservación de Ngorongoro

- Un cráter volcánico convertido en santuario natural.
- Alta concentración de fauna salvaje, incluyendo el rinoceronte negro.
- Interacción cultural con los Maasai, quienes pastorean en la zona.

4. Zanzibar

- Archipiélago de playas de arena blanca y aguas turquesas.
- Stone Town, Patrimonio de la Humanidad, mezcla de influencias árabes, indias y africanas.
- Ideal para relajarse tras un safari, practicar snorkel o buceo.



5. Lago Victoria

- El lago más grande de África y fuente del río Nilo.
- Pueblos pesqueros y paseos en barco ofrecen una experiencia auténtica.
- Gran biodiversidad acuática y paisajes tranquilos.

6. Parque Nacional de Tarangire

- Conocido por sus baobabs gigantes y grandes manadas de elefantes.
- Menos concurrido que el Serengeti, ideal para una experiencia más íntima.

7. Ruinas de Kilwa Kisiwani y Songo Mnara

- Antiguos puertos comerciales con arquitectura islámica medieval.

- Testimonio del pasado mercantil de la costa swahili.

8. Montañas Usambara

- Región montañosa con clima fresco y vegetación exuberante.
- Perfecta para senderismo, observación de aves y contacto con comunidades locales.

Consejos para el Viajero

- Mejor época para visitar: De mayo a octubre, cuando hay menos lluvias y más actividad animal.
- Duración recomendada: 10 a 15 días para combinar safaris, montaña y playa.
- Entrada principal: Aeropuerto internacional de Dar es Salaam o Kilimanjaro.



La Diputación impulsa la celebración del Día Mundial del Turismo en la provincia de Valencia

El diputado de Turismo de la corporación, Pedro Cuesta, anima a participar en las numerosas y variadas experiencias turísticas conmemorativas organizadas por 32 municipios y mancomunidades bajo el lema 'Turismo y transformación sostenible'

Un total de 32 municipios y mancomunidades de la provincia de Valencia han organizado numerosas y variadas experiencias turísticas para celebrar este sábado el Día Mundial de Turismo 2025, que se conmemora bajo el lema 'Turismo y transformación sostenible', promovido por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

El diputado de Turismo y Deportes de la Diputació de València, Pedro Cuesta, ha hecho un llamamiento a la participación ciudadana en las propuestas conmemorativas, "con las que residentes y visitantes podrán conocer mejor y disfrutar nuestros municipios de forma activa, lúdica y con propuestas atractivas y novedosas para todos los públicos". Los interesados en participar en las activi-

dades programadas pueden consultar el catálogo que las recoge en la web de Turismo de la Diputació de València, a través del enlace https://turisme.dival.es/turist_agenda/dia-mundial-del-turismo-2025/. En él se ofrece información detallada de cada una de las propuestas, así como los datos de contacto para concertarlas y/o reservarlas, pues la mayoría son de aforo limitado.

Las experiencias turísticas han sido diseñadas por los municipios de Ademuz, Albaida, Albalat dels Tarongers, Alzira, Ayora, Bétera, Bocairent, Buñol, Castielfabib, Cullera, El Puig de Santa Maria, Jalance, Lliria, Manises, Meliana, Ontinyent, Riba-roja de Túria, Sagunto, Serra, Simat de la Vall digna, Sot de Chera, Torrebaja, Torrent, Utiel, Xàtiva, Xeraco y Yátova, así como por las mancomunidades de la Costera-Canal, la Vall d'Albaida,

y el Rincón de Ademuz, la Ribera del Xúquer y Tierra Bobal. 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 y degustaciones gastronómicas; experiencias multiaventura; yincanas medioambientales; conciertos y otras actividades relacionadas con el enoturismo y el turismo cultural forman parte del catálogo de actividades de la Diputació de València, que se reúnen bajo la etiqueta propuesta para celebrar ese día en redes sociales: #DMT2025.

Además, las personas que participen en estas actividades recibirán un detalle promocional de València Turisme, marca turística de la Diputació.



La Guía de Experiencias LGBTI culmina en Valencia su recorrido por las principales ciudades del país

La ciudad de Valencia ha puesto el broche final a la gira nacional de la Guía de Experiencias LGBTI Turismo España, una innovadora plataforma digital que conecta a personas viajeras con destinos, empresas y experiencias turísticas certificadas por su compromiso con la inclusión, la diversidad y la hospitalidad responsable. La presentación se celebró en Deseo54, uno de los espacios culturales y de ocio más emblemáticos de la ciudad. El acto comenzó con la intervención de Alejandro Villalobos, coordinador del proyecto, quien agradeció a los presentes su asistencia y destacó la importancia de esta guía para consolidar un modelo turístico diverso e inclusivo. Por su parte, Stéphane Soriano, Director General de Diversidad de la Generalitat Valenciana, subrayó: “Agradecemos este espacio de sinergias y reafirmamos que la Generalitat Valenciana seguirá apoyando el desarrollo de proyectos que pongan en valor a la Comunitat como tierra de respeto, libertad y di-

versidad.” A continuación, Oriol Pàmies, fundador de Queer Destinations, destacó el carácter simbólico de cerrar la gira en Valencia y puso en valor el trabajo realizado en el desarrollo de la iniciativa, así como las funcionalidades de la plataforma. Durante la presentación, se resaltaron tanto la plataforma digital como el programa formativo Hospitality Meets Diversity, diseñado para capacitar a profesionales turísticos y garantizar que la inclusión se traduzca en experiencias seguras, reales y enriquecedoras para las personas viajeras. El acto concluyó con una foto de familia y un cóctel de clausura que sirvió de espacio de networking y celebración, marcando el cierre de una gira que ha recorrido ciudades clave como Madrid, Barcelona, Tremolinos, Bilbao, Logroño, Maspalomas, Sevilla y ahora Valencia.

Sobre la Guía de Experiencias LGBTI Turismo España

La guía es una webapp interactiva y geolocalizada

que recomienda alojamientos, restaurantes, actividades y experiencias turísticas certificadas por su compromiso con la inclusión. Su diseño accesible y su enfoque centrado en la experiencia de las personas viajeras buscan generar confianza, seguridad y conexión.

El proyecto está liderado por Queer Destinations, junto a las entidades ACOGAT, Axel Hotels, Meliá, Respira Comunicación y Shangay, y cuenta con el respaldo del Ministerio de Industria y Turismo, a través de los fondos europeos Next Generation EU. En su fase final de desarrollo, la guía ya ha contribuido a la formación de más de 1.800 profesionales turísticos, a la sensibilización de más de 300 empresas y a un alcance directo que supera las 200.000 personas viajeras.

Con Valencia como última parada, la Guía de Experiencias LGBTI Turismo España culmina una gira nacional que refuerza el liderazgo de España como destino diverso, innovador y sostenible a nivel internacional.



El Consell entrega sus Premis Turisme Comunitat Valenciana

El president de la Generalitat, Carlos Mazón, ha destacado al turismo como ejemplo de “convivencia, sostenibilidad y equilibrio” que contribuye al desarrollo económico y social de la Comunitat Valenciana.

El jefe del Consell ha señalado que, en la industria turística, “hay un punto adecuado entre no perder la ambición y actuar con sensatez, porque el turismo nos hace más tolerantes, y nos lleva a conocer nuevos principios y maneras de ver la vida” al tiempo que ha destacado que “nos otorga una mayor capacidad para entender a los demás”.

Carlos Mazón ha puesto en valor que la Comunitat Valenciana “hace un año obtuvo el certificado AE-NOR como destino turístico sostenible, convirtiéndonos en la primera región europea con este reconocimiento” gracias a que “tenemos una industria turística madura, que cree en sí misma y lo corrobora con hechos”.

Compromiso con el sector

Durante su intervención, Mazón ha destacado que la temporada estival “ha dejado cifras extraordinarias, con más gasto turístico que nunca que nos ayuda a desarrollar infraestructuras, y con el mayor número de visitantes de nuestra historia” lo que demuestra que el turismo es “una fuente de riqueza, pero sobre

todo es nuestro gran escaparate para mostrar lo que somos capaces de hacer”.

Tras los datos alcanzados en verano, septiembre está prolongando la temporada y se están registrando cifras de ocupación con porcentajes que oscilan entre el 80 y el 90% en la mayoría de las zonas turísticas, por lo que mantener estas cifras es una de las claves para seguir desarrollando una estrategia turística que garantice estabilidad, rentabilidad y proyección más allá de los meses centrales del verano.

El president ha señalado que “no es objeto de debate la capacidad de crecimiento, ambición y equilibrio que nos está proporcionando el sector turístico en sentido amplio” por lo que ha reiterado el compromiso del Consell con una industria que supone el 16% del PIB y genera más de 280.000 puestos de trabajo en las tres provincias.

Ampliación del ‘Bono Recuperem Turisme’

El jefe del Consell ha anunciado que “vamos a ampliar el Bono Recuperem Turisme cuya dotación aumentaremos hasta alcanzar los 18 millones de euros”.

Así, ha destacado que “ya se han realizado más de 36.000 reservas en establecimientos de la Comunitat Valenciana a través de estos bonos que cubren hasta 350 euros, lo que confirma que esta medida está recibiendo una gran acogida porque responde a una

necesidad real como es la recuperación emocional de las personas afectadas por las riadas”.

De igual manera ha agradecido la colaboración del sector para llevar a cabo esta medida.

Reconocimiento a la labor y trayectoria

El president de la Generalitat ha asistido a la I Edición de los Premis Turisme Comunitat Valenciana acompañado por la vicepresidenta primera y consellera de Servicios Sociales, Igualdad y Vivienda, Susana Camarero; el vicepresidente segundo y conseller para la Recuperación Económica y Social de la Comunitat Valenciana, Francisco José Gan Pampols y la consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Marián Cano.

En su intervención, Carlos Mazón ha destacado que estos reconocimientos “nacen para poner en valor el prestigio que cada día se gana el sector y para que todo el mundo sepa que somos una tierra que premia el esfuerzo de la industria de la felicidad”.

Estos galardones 2025 han reconocido en la categoría a la Personalidad Turística a José Orts Serrano, pionero del turismo en elche, creado del Camping El Palmeral, hotel Huerto del Cura y del hotel Jardín Milenio, Su trayectoria combina innovación turística, sostenibilidad y vinculación con el patrimonio cultural.

Turisme i
transformació
sostenible

#for_TURVLC



La Universitat de València organiza el X Fòrum de Turismo

La concejala de Turismo, Innovación, Agenda Digital y Captación de Inversiones e Innovación, Paula Llobet, ha participado este viernes en el acto de apertura institucional del X Fòrum de Turismo que organiza la Universitat de València en el marco del Día Mundial del Turismo (que se conmemora el 27 de septiembre según el calendario oficial de la ONU). La jornada se celebra este año bajo el lema «Turismo y Transformación Sostenible», que

pretende destacar el papel del turismo en la transformación sostenible, tanto medioambiental como socioeconómica, así como la integración de la innovación, la inclusión y la resiliencia ante desafíos globales como el cambio climático y la digitalización, tal como se ha subrayado desde la organización del encuentro.

La concejala Paula Llobet ha señalado la coincidencia de objetivos entre ambas instituciones, y se ha referido al Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2025-2028 del Ayun-

tamiento, “que –ha subrayado– apuesta por un turismo de calidad al servicio de la ciudad, equilibrado, humano y sostenible”. Precisamente, ayer mismo, la alcaldesa María José Catalá adelantó que se está trabajando con otras ciudades de España para impulsar la creación de una Red Nacional de Destinos Urbanos; y asimismo anunció también que el Ayuntamiento está ultimando un Modelo de Intervención Turística frente a Emergencias Climáticas (MITEC), que será pionero en España.



TUI Group firma una alianza estratégica con Omán: plan para cinco nuevos hoteles y OMRAN se convierte en accionista de TUI a largo plazo

Acuerdo alineado con la Oman Vision 2040 para posicionar a Omán como destino de sol y playa en el mercado europeo, con TUI como socio clave

TUI Group y OMRAN Group, la compañía de desarrollo turístico del Sultanato de Omán, han firmado un acuerdo marco que establece las bases de una alianza estratégica a largo plazo. El objetivo es posicionar a Omán como un destino de referencia de sol y playa, reforzando el papel del turismo alineado con la Oman Vision 2040.

El acuerdo prevé la construcción y gestión de un primer grupo de cinco hoteles en la Gobernación de Dhofar bajo marcas hoteleras líderes de TUI. Se prevé que empiecen a recibir huéspedes de todo el mundo a partir del invierno de 2028.

Asimismo, el acuerdo incluye la entrada de Omán en el capital de TUI Group con una participación estratégica del 1,4 % a través de OMRAN Group.

Su Excelencia Salem Mohammed Al Mahruqi, ministro de Patrimonio y Turismo declare que “este acuerdo supone un hito clave para reforzar la posición de Omán en el mapa turístico global. En colaboración estratégica con

OMRAN Group y TUI, nuestro compromiso es desarrollar destinos y experiencias de primer nivel que no solo atraigan a más visitantes, sino que también generen empleo de calidad e impulsen inversiones de gran valor. Estas iniciativas respaldan el plan integral de desarrollo turístico del Ministerio en todas las gobernaciones, elevando la competitividad a través de servicios excepcionales y experiencias diversas que responden a las tendencias de los viajeros internacionales”.

Por su parte, Sebastian Ebel, CEO de TUI Group, señaló que “con esta alianza damos un paso decisivo para consolidar a Omán co-



mo destino vacacional. Al igual que en otras regiones del mundo, TUI está desarrollando clústeres turísticos integrados, un modelo que solo nuestra compañía puede ofrecer. Ya contamos con ejemplos en África Occidental, Centroamérica y Asia. En Omán, trabajaremos junto a nuestros socios para crear un destino caracterizado por su calidad, sostenibilidad y singularidad”.



México, País Socio de FITUR 2026, se presenta al mundo como destino de alto impacto cultural y natural

La 46ª edición de la Feria Internacional de Turismo se celebra del 21 al 25 de enero en IFEMA MADRID

Con el apoyo de la Embajada de México en España, se ha presentado la agenda de actividades que México tendrá como País Socio de FITUR 2026, la

Feria Internacional del Turismo que se celebrará del 21 al 25 de enero en IFEMA MADRID. El anuncio, que se llevó a cabo en la Residencia de dicha Representación Diplomática, contó con la participación de la Secretaria de Turismo, Josefina Rodríguez Zamora; del Embajador de México en España, Quirino Ordaz; de la Coordinadora del Consejo Asesor de Desarrollo Económico, Altagracia Gómez; del Presidente de ASETUR, Bernardo Cueto Riestra; y del Vicepresidente Ejecutivo de IFEMA MADRID, Daniel Martínez. Durante la presentación, la Secretaria de Turismo refirió que “ser País Invitado de FITUR 2026 representa una oportunidad estratégica para posicionar a México como una potencia turística global, destacar su riqueza cultural, natural y gas-

trónomica, así como proyectar nuevas rutas y destinos emergentes ante profesionales del sector, inversionistas, medios de comunicación internacionales y turistas”.

FITUR 2026, plataforma clave

El papel de México como País Socio de FITUR 2026 se da en un momento de crecimiento de su industria turística. De enero a julio de 2025, los ingresos por divisas generadas por visitantes internacionales alcanzaron los 21 mil 682 millones de dólares, un crecimiento del 6,8 por ciento respecto al mismo periodo de 2024. Además, el país recibió a 27.7 millones de turistas internacionales, un 7,2 por ciento más que en 2024, mientras que el total de visitantes internacionales superó los 55.8 millones, un aumento del 13,5 por ciento. Estas cifras reflejan la confianza y el atractivo global de México y motivan a aprovechar la Feria para potenciar su visibilidad, atraer nuevas inversiones y avanzar hacia

su objetivo de convertirse en el quinto país más visitado del mundo para 2030. Durante la 46ª edición de FITUR, México contará con un espacio innovador, inmersivo e interactivo donde presentarán sus regiones turísticas, los Pueblos Mágicos y una oferta diversificada que va desde destinos consolidados —como sus 35 sitios inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO o celebraciones emblemáticas como el Día de Muertos y el Carnaval de Veracruz— hasta joyas por descubrir. Durante la feria, se llevarán a cabo presentaciones, actividades culturales y encuentros estratégicos con actores clave de la industria turística mundial. Asimismo, se impulsarán proyectos prioritarios en materia de sostenibilidad, infraestructura y desarrollo comunitario, además de reuniones con la iniciativa privada y potenciales inversionistas, consolidando a FITUR como una plataforma de alto impacto para el crecimiento del sector.



El Día Mundial del Turismo se celebra en Valencia con la 3ª Gala Premios Turismo by FOTUR

Con motivo del Día Mundial del Turismo, la Federación de Ocio, Turismo, Juego, Actividades Recreativas e Industrias Afines de la Comunitat Valenciana (FOTUR) celebrará el próximo lunes 29 de septiembre de 2025 la 3ª Edición de la Gala Premios Turismo 2025, manteniendo la tradición de años anteriores, siendo la cita más importante y de mayor convocatoria del sector.

El acto tendrá lugar a partir de las 19:00 horas en el Palau Alameda (C/ del Arquitecto Mora 2, 46010, Valencia), uno de los locales más emblemáticos de la ciudad, en un formato de cena sentada que favorecerá el encuentro profesional y el networking.

La gala reunirá a destacadas personalidades de los sectores turístico, cultural, gastronómico, de festivales y del ocio, con el objetivo de reconocer a los que han contribuido de manera significativa al desarrollo, la promoción y la consolidación del turismo y el ocio como motores económicos, sociales y culturales en la Comunitat Valenciana.

El acto será presentado por Maje Martínez, Directora de Contenidos de Gastrónoma. Durante la gala, esta contará con la actuación del valenciano Carlos Higes, que fue representante

de Eurovisión Junior y semifinalista de La Voz Kids. Y los sketches del monologuista Rúbén García. Además de photocall y animación, habrá diferentes sorpresas, entre ellas la entrega de un premio especial a una persona del público, que hará aún más emocionante la velada. Entre algunos de los asistentes confirmados a la gala se encuentran Marian Cano, Consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo de la Generalitat Valenciana; María De Los Llanos Massó Linares, Presidenta de las Cortes Valenciana; Paula Llobet, Concejala Delegada de Turismo del Ayuntamiento de València; Amparo Folgado, Diputada de Gobierno Abierto e Integridad Institucional; Stephane Soriano Gómez, Director General de Diversidad en la Generalitat Valenciana; José Salvador Tárrega, Director General de Transparencia y Participación de la Generalitat Valenciana; Jesús Mora, AVACU; María José Broseta, Presidenta de la Federación de Asociaciones Vecinales de València; Federico Fuster Presidente de HOSBEC; Javier Vallés, Director General de SH Hoteles; Israel Martínez, Director General de Turismo de la Generalitat Valenciana; Maribel Sáez, Directora General de Comercio, Artesanía y Consumo de la Generalitat Valenciana; Vicente Ripoll, Director general del IVAJ; Cintia

Poveda, Subdirectora general del IVAJ; Juan Pablo Valero, Director General Comisionado para València Music City; Isaura Navarro, Diputada de Compromís; Sergio Terol Presidente de la Academia de Gastronomía de la Comunidad Valenciana y Javier Ismael Mateo, Concejal del Ayuntamiento de Valencia. Bajo el título "Gala Premios Turismo 2025", la ceremonia contará con la asistencia de rostros conocidos del ámbito turístico y social, en una noche diseñada para poner en valor la importancia de la industria del turismo en nuestra comunidad.

Entre los colaboradores se encuentran Coca-Cola, Bodegas Gandía, Dicoval y Heineken. Los premios serán realizados por Pitiminís, empresa de arte valenciano.

Con esta iniciativa, la patronal FOTUR, en colaboración con Turisme Comunitat Valenciana, la Diputación de Valencia, el Ayuntamiento de Valencia y Visit Valencia, reafirma su papel como federación pionera y referente en la promoción del turismo y el ocio, reforzando su compromiso con la visibilización y el impulso del sector en el marco del Día Mundial del Turismo 2025. En este sentido, Víctor Pérez, Presidente de FOTUR, ha subrayado que este acto se ha convertido en la cita más importante para el sector turístico de la Comunitat Valenciana.

TRAVELERNEWS

Emilio Fonseca se incorpora al touroperador Ir y Venir

Ir y Venir nace en 2.010 como Mayorista de Viajes Independiente especializada en los países escandinavos, en concreto nace con producto de Noruega y con el tiempo se expande a Islandia y Finlandia, donde cuenta con contratación y receptivo propio en los principales destinos que opera. Hoy en día cuenta con representantes y delegados en distintos países, creando producto de calidad y cuidado detalle en Japón, Tailandia, Sri Lanka, Maldivas, Estados Unidos y Canadá, entre otros.

En Ir y Venir tenemos un equipo de profesionales joven, con una dilatada experiencia en el sector del turismo y tras más de 15 años de experiencia, contamos

con tecnología para facilitar a las agencias viajes, itinerarios a medida, personalizados y una atención directa, permitiendo hacer un presupuesto o una reserva a medida en menos de 5 minutos. La programación realizada por Ir y Venir cumple los estándares más exigentes de calidad, seleccionando cuidadosamente hoteles, restaurantes, guías, colaboradores, medios de transporte, etc. para garantizar la satisfacción del consumidor y de las agencias de viajes colaboradoras. Desde este mes de Septiembre la mayorista a incorporado a Emilio Fonseca conocido profesional para coordinar sus relaciones comerciales y potenciar sus productos en la Comunidad Valenciana.



Vueling inaugura su nueva ruta Barcelona – Córdoba

Vueling, compañía perteneciente al grupo IAG, ha inaugurado hoy su nueva conexión entre Barcelona y Córdoba. Con esta ruta, Vueling se convierte en la única aerolínea con presencia en los seis aeropuertos andaluces: Sevilla, Málaga, Almería, Granada, Jerez y Córdoba.

Con motivo del primer vuelo, se ha celebrado un acto de bienvenida en el Aeropuerto de Córdoba, que ha contado con representantes institucionales de la ciudad: José María Bellido, alcalde de Córdoba; Salvador Fuentes, presidente de la Diputación de Córdoba; Yolanda de Aguilar, secretaria general de Turismo; Ana López, subdelegada del Gobierno en Córdoba; Marian Aguilar, delegada de Turismo, Deporte e Igualdad; Claudio Andrade Lucena, jefe del Área de Proyectos para Europa de Turespaña; Amelia Quintero, directora del Aeropuer-

to de Córdoba (Aena); Enrique Merino Priego, gerente del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba; y Rosaura Férriz, responsable de Asuntos Públicos de Vueling.

Para Rosaura Férriz, responsable de Asuntos Públicos de Vueling, “esta nueva conexión refuerza nuestro compromiso con el territorio y nos convierte en la única aerolínea que opera en los 6 aeropuertos andaluces. De esta forma, reforzamos la conectividad directa de Córdoba con Barcelona y potenciamos su conectividad indirecta al unirla con más de 100 destinos desde nuestro hub de Barcelona.” La subdelegada del Gobierno, Ana López Losilla, destaca que “la apuesta de la compañía es un gran paso para este aeropuerto y está en consonancia con la apuesta del Gobierno de España por la



Ciudad de Córdoba. Una infraestructura aeroportuaria que no para de crecer y cuyo número de usuarios aumenta cada año. En definitiva, una oportunidad de desarrollo y crecimiento empresarial y turístico por el territo-

rio cordobés”. El vuelo VY1642 ha aterrizado este jueves 18 de septiembre en Córdoba a las 14:50 horas, marcando el inicio oficial de la conexión. La ruta operará con dos frecuencias semanales, los jueves y los domingos.

TRAVELERNEWS

La Asociación Rutas Culturales de España presenta “Cruce de Caminos”, un proyecto que conecta las principales rutas culturales del país

La Asociación Rutas Culturales de España ha presentado en Madrid su proyecto “Cruce de Caminos”, una iniciativa que promueve el patrimonio y el turismo cultural del país. Su presidente, Juan Carlos Fernández Calderón, expuso los detalles del proyecto, que conecta las principales rutas culturales españolas y ofrece experiencias únicas que combinan historia, tradición y sostenibilidad. Fernández Calderón destacó que “Cruce de Caminos” es una propuesta que consolida la marca de la asociación y promueve el patrimonio y el turismo cultural de España. Estos recorridos no solo enriquecen la oferta turística nacional, sino que también contribuyen a impulsar destinos menos conocidos, diversificar la experiencia de los viajeros, poner en valor el patrimonio histórico y cultural, y fortalecer la economía regional.



Por su parte, Isabel Rodríguez explicó que la asociación se centra por el momento en ocho rutas que atraviesan catorce comunidades autónomas, poniendo en valor el extenso patrimonio cultural de España:

Los Caminos de Arte Rupestre Prehistórico, que nos transportan a los orígenes del arte europeo.

La Ruta Vía de la Plata, que recorre de Gijón a Sevilla siguiendo antiguas vías romanas.

La Ruta Bética Romana, que rememora la antigua Vía Augusta y conecta ciudades milenarias como Cádiz, Carmona, Córdoba o Écija.

El Camino del Cid, que revive la gesta medieval entre fortalezas y paisajes épicos.

Cluny Ibérica, que enlaza monasterios, claustros y patrimonio medieval de gran simbolismo.

Las Rutas del Emperador Carlos V, que evocan

los viajes del emperador por la península.

Caminos de Pasión, que despliegan el arte sacro y las tradiciones religiosas de Andalucía.

El Canal de Castilla, una de las obras hidráulicas más ambiciosas del siglo XVIII.

La asociación subrayó que la calidad de la experiencia es clave para poner en valor la riqueza patrimonial. La percepción de un visitante depende de factores como la organización, la presentación y la interpretación del contenido cultural. Por ello, la asociación se ha convertido en un laboratorio de proyectos, desarrollando y evaluando iniciativas que puedan ser replicadas en otros destinos.

En tercer lugar, Paco Palomo profundizó en el desarrollo del proyecto “Cruce de Caminos”. Explicó que el primer desafío fue decidir por dónde empezar, dada la enorme riqueza pa-

trimonial del país. De ahí surgió la idea de los Cruces de Caminos, puntos emblemáticos donde se intersectan dos o más de las ocho rutas culturales.

El proyecto contempla 11 cruces de caminos, dotando a cada localidad de contenido, forma y estructura para ofrecer una experiencia integral. El objetivo es desarrollar experiencias tematizadas que aborden diferentes aspectos culturales, artísticos, históricos y gastronómicos, entre otros.

De esta manera, el visitante puede elegir las experiencias que más le interesen, o incluso completar todas las propuestas de la localidad. Así, los viajeros descubren España de manera auténtica y participan en un turismo responsable, sostenible y enriquecedor.

TRAVELERNEWS

Civitatis consolida su liderazgo global y apuesta por experiencias personalizadas en las agencias de viajes

Civitatis, la principal plataforma global online de tours, actividades y experiencias guiadas, reporta un fuerte crecimiento en la primera mitad de 2025, con más de 46,000 agencias de viajes registradas en todo el mundo. La compañía proyecta un crecimiento del 40% en 2025, impulsado por la innovación, las alianzas y un enfoque en ayudar a las agencias a ofrecer experiencias personalizadas y centradas en el destino.

Verónica de Iscar, Directora de Ventas B2B en Civitatis, subrayó que la empresa está creciendo a un ritmo superior al promedio del sector. “Cada vez más agencias se registran con nosotros, y las que ya utilizan nuestra plataforma están incrementando sus reservas. Nuestra estrategia combina apoyo local, formación y alianzas, lo que permite a las agencias optimizar sus ventas y ofrecer experiencias úni-

cas a los viajeros”, afirmó.

Para Verónica de Iscar, el principal desafío sigue siendo cambiar la mentalidad de las agencias de viajes. Históricamente, las agencias se centraban en empaquetar vuelos y hoteles con excursiones opcionales. Civitatis está ayudando a las agencias a superar ese modelo, poniendo el énfasis en experiencias personalizadas y centradas en el destino. “Algunas agencias ya han comenzado esta transición, pero otras aún se están adaptando”, señaló. “El objetivo es educar a las agencias sobre el valor que estas experiencias aportan a sus clientes —lo que los viajeros recordarán mucho después de que el viaje termine”.

Los mercados más sólidos de la compañía incluyen Italia, España y México, con un crecimiento significativo también en Argentina y Brasil. Civita-



tis adapta su estrategia según la madurez de cada mercado, ofreciendo a las agencias eventos, seminarios web y sesiones de formación para mejorar su comprensión de la plataforma y potenciar su rendimiento en ventas. De cara al futuro, Civitatis planea seguir acelerando su crecimiento, activando nuevas colaboraciones

y ampliando su oferta. Además de consolidar su liderazgo en Europa, la compañía busca impulsar las ventas en destinos internacionales estratégicos como Japón y Tailandia, al tiempo que refuerza su amplio portafolio en Latinoamérica, donde la demanda continúa creciendo de manera sostenida.

Hoteles RH Royal y RH Victoria reciben el Quality Award 2024 de Jet2holidays

Los Quality Awards se basan en la satisfacción expresada por los propios viajeros, que han valorado positivamente su experiencia de alojamiento. Este premio refleja no solo el compromiso de los equipos humanos de los hoteles, sino también la constante apuesta de Hoteles RH por la hospitalidad, la cercanía y la excelencia en el servicio.

Desde la cadena, han expresado su satisfacción: “Recibir este premio en dos de nuestros establecimientos es un orgullo que compartimos con nuestros clientes y con todos los profesionales que forman parte de Hoteles

RH. Nos anima a seguir trabajando con la misma ilusión para que cada estancia sea inolvidable.”

Los hoteles RH Royal y RH Victoria, ambos ubicados en Benidorm, representan la esencia de la marca: hospitalidad cercana, calidad en el servicio y compromiso con la satisfacción del cliente.

Con este reconocimiento, Hoteles RH refuerza su posición como una de las cadenas hoteleras de referencia en la Comunidad Valenciana, avalada por la confianza de viajeros internacionales y por la calidad de sus servicios.



TRAVELERNEWS

BCD Meetings & Events se alza con el Oro y la Plata en la categoría “Mejor Viaje de Incentivo” de los premios Eventoplus 2025



BCD Meetings & Events Spain, la agencia de eventos de Ávoris Corporación Empresarial, ha sido obtenida en 2025 el Oro y la Plata al “Mejor Viaje de Incentivo” en los premios Eventoplus. La ceremonia de entrega tuvo lugar ayer, miércoles 17 de septiembre, durante la 20ª edición de estos prestigiosos galardones que reconocen los mejores proyectos en el sector de eventos y reuniones.

El Oro, dentro de la categoría de “Mejor Viaje de Incentivo” correspondió al proyecto de BCD Meetings & Events “KIA Perú – KIA Inka Experience”. La agencia contaba con una segunda nominación en la misma categoría por el proyecto “Colombia – el color de la música”, desarrollado para

Vodafone España, que se alzó con la Plata. De esta forma, BCD Meetings & Events obtuvo dos de los tres premios de esta sección.

Juan José Hernández, Managing Director de BCD Meetings & Events España, fue el encargado de recoger estos reconocimientos en nombre del equipo, que consolidan la apuesta de la compañía por liderar los viajes de incentivos en España a través de su iniciativa Travel Emotions y se suman al Oro y el Bronce obtenidos en 2023 con Liberty Seguros y Coca-Cola.

Al recibir el premio, Hernández expresó su gratitud y destacó la importancia del esfuerzo colectivo: «Es un orgullo recoger este galardón representando a todo el

equipo de BCD Meetings & Events. El trabajo y esfuerzo todos sus integrantes hace posible que hoy estemos aquí. Este reconocimiento nos impulsa para seguir haciendo de los viajes de incentivo una experiencia memorable a la altura de lo que merecen nuestros clientes».

Los premios Eventoplus están organizados por el grupo líder en medios especializados en el sector de reuniones y eventos en España, y son un referente para los profesionales del sector. Esta distinción subraya el compromiso de BCD Meetings & Events con la excelencia en la organización de eventos y refuerza su posición como una de las agencias más reconocidas en el mercado.

TRAVELERNEWS

ILUNION Hotels destaca el talento que transforma el sector: primera edición del reconocimiento Los 25 Más Innovadores del sector turístico

ILUNION Hotels, fiel a su espíritu transformador y en el marco de su compromiso "Donde Dormir Es Despertar", impulsa una nueva iniciativa para visibilizar a quienes están marcando el futuro del turismo. Se trata del reconocimiento Los 25 Más Innovadores que, en colaboración con TecnoHotel, premia a los profesionales del sector turístico y pone en valor el talento de quienes están revolucionando la industria en áreas clave como la tecnología, la sostenibilidad, la accesibilidad o el liderazgo.

Una vez más, ILUNION Hotels pone el foco en las personas. Lejos de destacar marcas o proyectos, este reconocimiento premia a profesionales con nombre y apellido que inspiran con ideas disruptivas, capacidad de colaboración y su compromiso con un impacto positivo en el sector. La convocatoria ya está abierta y permanecerá activa hasta el 9 de octubre, acogiendo tanto autocandidaturas como nominaciones de terceros. El próximo 23 de octubre, en el marco del Tourism Innovation Summit (TIS) de Sevilla, un jurado



de expertos dará a conocer el veredicto final de la primera edición del reconocimiento con los 25 inno-

vadores que, en el último año, han marcado la diferencia en la industria hotelera.

SAGARDI comparte su pasión por la gastronomía en su MICE EXPERIENCE para grupos y empresas

El Grupo Sagardi entiende la gastronomía con alma, con raíz, y sobre todo, con pasión. Así lo comparte con sus clientes en los diferentes restaurantes que tiene abiertos por el mundo y así lo ofrece a grupos particulares y a empresas, tal y como pudieron disfrutar algunos privilegiados en la MICE EXPERIENCIA que recientemente celebró en Valencia.

Estos encuentros están diseñados para que los participantes puedan vivir en primera persona el valor diferencial que ofrece el Grupo en cada uno de sus espacios: una combinación de cocina de producto, hospitalidad auténtica y una puesta en escena pensada para crear momentos memorables. Estos espacios, recordemos, están ubicados en ciudades tan importantes para el turismo MICE como son Valencia, Madrid y Barcelona.

En la ciudad de Valencia cabe destacar el restaurante ORIO Gastronomía Vasca:

Situado en pleno centro histórico, Orio es un taberna vasca inspirada en el pueblo pesquero del mismo nombre. Su decoración cuenta con con traineras auténticas y su ambiente informal pero cuidado lo convierten en un lugar muy especial. Tiene una capacidad total de hasta 200 personas, distribuidas en diferentes zonas del restaurante.

• La Sala Muralla, donde se conservan restos de la Muralla Islámica del siglo XI, tiene capacidad para 112 personas sentadas y hasta 170 en formato cóctel, ideal para eventos corporativos, presentaciones o



celebraciones privadas.

- En la primera planta, un gran ventanal con vistas a la calle San Vicente ilumina espacios semi reservados, con capacidad para hasta 45 personas.
- En la planta calle, es el comedor principal de Orio, cuenta con mesas bajas y mesas altas, con capacidad para hasta 40 personas

La propuesta más icónica es la de SAGARDI Cocineros Vascos, donde la Parrilla es la protagonista. Ofrece producto de temporada, txuletones madurados y pescados salvajes a la parrilla, como en las auténticas sidrerías vascas. Cuenta con una capacidad de hasta 100 personas sentadas en el comedor principal.

TRAVELERNEWS

Rail Europe nombra a Siebe Gerbranda nuevo Vicepresidente de Producto

Rail Europe ha nombrado a Siebe Gerbranda como nuevo Vicepresidente de Producto, cargo que asumirá a partir del 1 de octubre de 2025. Con más de 15 años de experiencia internacional en Europa, África, Asia y Estados Unidos, Gerbranda ha liderado con éxito equipos dedicados a escalar productos digitales, optimizar la monetización y acelerar procesos en entornos de alto crecimiento.

Gerbranda procede de Taxfix, fintech alemana considerada un “unicornio”, donde ejerció como Director of Product – Growth & PlaYorms, impulsando la expansión europea gracias a una sólida cultura de producto en el nivel directivo. Anteriormente ocupó cargos de responsabilidad en AliExpress (Alibaba Group) y Google, además de haber sido CEO/CPO de GlowNet, empresa a la que hizo

crecer hasta su salida.

En Rail Europe encabezará la organización global de producto con tres prioridades estratégicas: simplificar la experiencia end-to-end para viajeros y partners, aumentar la fiabilidad y la velocidad de entrega, y fomentar talento y metodologías de trabajo que permitan a los equipos ejecutar con foco y precisión. El nombramiento se produce tras un proceso de transformación plurianual que ha convertido a Rail Europe en una compañía financieramente sólida y más ágil. Hoy la empresa opera como plataforma global de referencia para la reserva de trenes europeos, utilizada por millones de viajeros y partners. Concluida esta fase de transformación, la compañía centra ahora sus esfuerzos en los viajeros internacionales, ofreciendo un producto neutral cons-



truido sobre la simplicidad.

Björn Bender, CEO & Executive Chairman de Rail Europe, declaró: «Rail Europe ha cambiado de manera sustancial en los últimos años. Siebe aporta un historial probado en la escalabilidad de

productos y un enfoque pragmático a la ejecución. Nos ayudará a mantener un nivel riguroso de delivery, al tiempo que impulsa la hoja de ruta de forma significativa para clientes y partners en todo el mundo».

El Patronato de Turismo e Impulsalicante aprueban sus presupuestos para 2026

El Patronato de Turismo Alicante City&Beach y la Agencia de Desarrollo Económico y Social Impulsalicante han aprobado este martes sus presupuestos para 2026. La Junta Rectora del Patronato Municipal de Turismo Alicante City&Beach ha aprobado unas cuentas que suben hasta los 6.730.239 euros, 400.000 más que el año pasado, por la mejora de los servicios. Por su parte, el Consejo Rector de Impulsalicante ha dado luz verde al proyecto de presupuestos, que asciende a 3.555.335 euros y que refuerza la formación para el empleo, las ayudas para innovación social y emprendimiento y contempla la ampliación del Vivero de Empresas Príncipe Felipe y el Centro de

Formación El Tossalet.

Las cuentas de Turismo han salido adelante con los votos a favor del PP y del sector turístico, la abstención de Vox y el voto en contra de PSOE y Compromís.

La concejala de Turismo, Ana Poquet, ha señalado que “este presupuesto refleja las necesidades de la ciudad en materia de turismo, hemos podido mejorar los contratos de servicios especialmente el de Salvamento y Socorrismo en playas, así como las oficinas Tourist Info y mantenemos el incremento en las líneas de subvenciones para el sector”. Además, ha añadido la edil, “tenemos en vigor los contratos para la

promoción de la ciudad que tan buenos resultados nos está dando sobre todo a nivel internacional” de manera que “nos ajustamos al Plan Económico Financiero vigente con las necesidades cubiertas para el turismo en Alicante”. En cuanto a las citadas líneas de subvenciones se encuentra la dedicada al turismo MICE para atraer la celebración de congresos, eventos, reuniones y viajes de incentivos dota-



da con 100.000 euros, así como los 150.000 euros para la organización de conciertos y festivales musicales. Y continúan las relativas a hostelería y gastronomía, alojamientos turísticos y cruceros, entre otras.

TRAVELERNEWS

Hoteles versus Viviendas Turísticas: ¿Qué demandan los turistas urbanos en América Latina?

Aunque los hoteles siguen siendo la opción de alojamiento mayoritaria entre los viajeros que visitan las principales capitales de América Latina, las viviendas de uso turístico ganan cuota de mercado, captando dos perfiles de demanda muy diversos, el cliente premium internacional y los viajeros con un poder adquisitivo más moderado, especialmente doméstico y de mercados regionales.

Así lo demuestra “El Alojamiento Urbano en América Latina: Perfil del viajero y preferencias”, el más reciente informe de Mabrian, firma global de inteligencia turística y asesoría para destinos, que compara los perfiles de demanda de la oferta hotelera y de vivienda turística, a través de los datos recogidos en los principales portales online de oferta de alojamiento (OTAs) para ocho ciudades latinoamericanas: Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Quito, Bogotá, Medellín, Montevideo y Río de Janeiro.

Para los destinos analizados, este informe “tiene implicaciones estratégicas y ofrece pistas sobre la necesidad de definir

políticas regulatorias y de producto turístico, que reconozcan la complementariedad del mix de alojamiento que combina camas hoteleras y vivienda turística”, apunta Carlos Cendra, socio y Director de Marketing y Comunicación de Mabrian. El peso, relevancia y rol que asume cada una de estas opciones en destinos diversos “debe responder al objetivo capitalizar la atracción de mercados internacionales con un mayor poder adquisitivo, ofrecer alternativas diversas al turismo doméstico y, de forma global, crear una oferta de alojamiento equilibrada y ajustada a los objetivos de desarrollo turístico del destino”, explica Cendra a propósito de los resultados de este análisis.

Mercados domésticos y regionales, claves en la demanda de alojamiento

Los datos de Mabrian, parte de The Data Appeal Company – Almaywave Group, muestran que el hotel sigue siendo la opción mayoritaria de alojamiento entre los viajeros que visitan estas capitales latinoamericanas, y representa entre el 60%



y el 80% de las estancias en los destinos analizados. Montevideo es la ciudad en la que la demanda hotelera es más sólida (87,1% del total), y en casi todos los destinos analizados, el hotel es la opción preferida tanto para viajeros nacionales como internacionales, en especial para estancias cortas y de negocios.

Otra interesante conclusión que se extrae del estudio es que las viviendas turísticas están atrayendo a un perfil de viajero con ingresos altos, de origen internacional, principalmente estadounidenses, que alquilan propiedades completas, para parejas y familias o grupos de hasta cinco personas.

El Muelle Live ofrece música y eventos a lo largo del año en un nuevo espacio junto al mar

El Muelle Live ofrece música y eventos a lo largo del año en un nuevo espacio ubicado en el Puerto de Alicante que este miércoles ha realizado su puesta de largo oficial con la presencia de las concejalas de Turismo y Comercio y Hostelería, Ana Poquet y Lidia López, el director general de El Muelle Live, José Ten, y el director de venues Mahou-San Miguel, Mario Domínguez.

La programación hasta diciembre incluye los conciertos de Beret (sábado 4 de octubre), Ana Belén (domingo 12 de octubre) y The Waterboys (sábado 6 de diciembre), el

espectáculo Malinche Symphonic (domingo 5 de octubre) y los festivales RumbaViva (sábado 18 de octubre), con Gipsy Kings by Diego Baliardo, Los Manolos, Uña y Carne, Doya, Fonki Cheffy Tito Ramírez, AMA (sábado 8 de noviembre), con La Frontera, La Guardia y Javier Ojeda -voz de Danza Invisible- y djs alicantinos. Y este sábado 27 de septiembre la fiesta Cariña con djs y drag queens.

La concejala de Turismo, Ana Poquet, ha señalado la “importancia del turismo musical en Alicante que el año pasado atrajo a 400.000 personas y supuso un impacto eco-

nómico de 40 millones que este año va a crecer gracias a iniciativas como ésta”. La oferta de festivales y conciertos “muestran un destino vibrante, moderno y culturalmente

diverso, lo que nos posiciona turística además de revertir económicamente en nuestra ciudad”. Por ello, “el apoyo desde el Patronato de Turismo se plasma también



en la línea de subvenciones para propuestas musicales que ascienden a 150.000 euros tras haberlas duplicado en dos años”, ha añadido la edil.

TRAVELERNEWS

Brasil da la bienvenida a su primer NH Collection con el reposicionamiento del NH Curitiba The Five

Minor Hotels anuncia el reposicionamiento del NH Curitiba The Five, que a partir de ahora operará como el primer hotel NH Collection en Brasil. Esta transición incorpora la propiedad al portfolio premium, dirigido tanto al segmento corporativo como al de ocio, con servicios personalizados enfocados en ofrecer la mejor experiencia al huésped.

Reconocida internacionalmente por sus distinguidos hoteles en las principales ciudades y empezando a crecer en el segmento vacacional, la marca está presente en 24 países con más de 100 propiedades.

Feel the Extraordinary

En los hoteles NH Collection, los huéspedes tienen acceso a los Brilliant Basics, un conjunto de servicios insignia considerados esenciales por la marca. Estos incluyen variedad de almohadas, desayuno temprano y amenities centradas en el confort, como suaves albornoces, zapatillas cómodas y un kit de descanso con infusión de hierbas, antifaz y productos de aromaterapia. Ahora cuenta con 24 nuevas suites con balcón, ropa de cama exclusiva, servicio de atención al huésped y experiencias personalizadas. Cada habitación y espacio integran

arte, diseño y elementos culturales locales, reforzando la identidad única de NH Collection. Para principios de 2026, se renovarán por completo dos suites especiales de 90 m², elevando el número total de habitaciones a 176.

El lobby principal ha sido modernizado con sonido ambiental, fragancias exclusivas y el nuevo "welcome corner", donde los huéspedes son recibidos con una bebida de cortesía.

Más allá del confort y el diseño, la experiencia culinaria es uno de los grandes atractivos del NH Collec-



tion Curitiba. Bajo la dirección del chef Silvonei Souza, el restaurante Trinitas invita a los huéspedes a una encantadora inmersión con platos contemporáneos que incorporan un delicado toque mediterráneo.

Una aliada o una amenaza: el 44% de los agentes de viajes temen que la IA les pueda sustituir

La IA generativa está ganando cada vez más popularidad entre los viajeros a la hora de planificar y gestionar sus viajes, y a muchos agentes de viajes les preocupa quedar obsoletos y perder clientes. Un estudio global realizado por RateHawk, plataforma B2B de reserva de hoteles, vuelos, traslados y otros servicios turísticos, reveló que casi la mitad de los agentes de viajes se sienten amenazados por tener que competir con la IA, al considerar que podría acabar sustituyéndolos. Con motivo del Día Mundial del Turismo, el estudio de RateHawk analiza la actitud de los agentes de viajes ante las herramientas de IA y ofrece su visión acerca de cómo el sector puede adoptar la innovación sin perder el valor del componente humano.

Esta es la última sección del informe de RateHawk "Qué impulsa a los profesionales de los viajes 2025". Las secciones anteriores nos permitieron conocer en profundidad los factores motivadores y desmotivadores en nuestro sector, así como las tecnologías más demandadas entre los agentes de viajes. Estas reflexiones están basadas en la encuesta realizada a más de 1.300 profesionales en Europa, Norteamérica, Latinoamérica, Asia y el Golfo Pérsico.

A nivel internacional, las opiniones sobre el impacto de la IA sobre el papel de los profesionales del turismo están divididas: aunque la mayoría (un 56%) cree que la IA no los reem-

plazará, un 44% lo considera una posibilidad real en el futuro. En Asia y en el Golfo Pérsico, un 60% y un 55% lo ven como un futuro realista, respectivamente.



Por el contrario, la mayoría de los europeos (58%) y latinoamericanos (55%) no comparte esta creencia. Los profesionales de los viajes de Norteamérica son los más escépticos, donde sólo un 20% considera que la IA podría ocupar su puesto. Cabe destacar que, según los datos obtenidos por RateHawk, los encuestados en EE.UU. y Canadá son quienes, de todos los mercados analizados, muestran el mayor interés en adoptar las nuevas herramientas de personalización con IA para hacer su trabajo más eficiente (un 45%). En España, el 67% de los profesionales del sector turístico confían en que la IA no puede reemplazarlos.

TRAVELERNEWS

CATAI actualiza su emblemático catálogo de novios con muchas novedades para 2025/2026

CATAI, el turoperador español especializado en grandes viajes de Ávoris Corporación Empresarial, presenta la nueva edición de su catálogo de novios para 2025/2026.

Desde hace más de 40 años, CATAI ofrece una exquisita selección de destinos alrededor del mundo que capturan la esencia del amor y la aventura. En esta nueva entrega, las propuestas recorren desde Europa y Oriente Medio, hasta el Caribe, el Pacífico y cruceros que navegan por todo el mundo. Destacan las propuestas en Asia, África y Norteamérica:

- En el continente asiático, cada destino es un mundo por descubrir; la magia ancestral de la India, la calma de Sri Lanka y la espiritualidad de Nepal te envuelven. Japón deslumbra con su vanguardia y China con su riqueza cultural milenaria. Tailandia, Indonesia, Malasia, Vietnam y Camboya completan el abanico con paisajes exuberantes y tradiciones únicas. Como novedad, Corea sorprende con su equilibrada mezcla entre elegancia tradicional y modernidad.

- En África, destaca la majestuosidad de Kenia, la exuberancia salvaje de Tanzania y la diversidad de Sudáfrica.

- En Norteamérica, la variedad cultural y natural es tan amplia como sus paisajes; explora la vibrante Costa Este y la cosmopolita Costa Oeste de Estados Unidos, recorre el exótico paraíso de Hawái; el ritmo caribeño de Puerto Rico; y la naturaleza de Canadá.

Amaya Hernangómez, directora de producto y operaciones de CATAI, comparte su visión sobre este nuevo catálogo: «Si hay un viaje especial, es el de la luna de miel. En CATAI estamos orgullosos de llevar más de 44 años organizándolos para miles de parejas durante este tiempo, y no solo eso, ahora organizamos los viajes de novios de las segundas y terceras generaciones de familias. En esta programación, nos guía especialmente nuestra mirada detallista y apasionada



para que el viaje sea recordado toda la vida». Cada destino ha sido cuidadosamente elegido para ofrecer experiencias únicas y diseñado con detalles especiales para luna de miel, incluyendo salidas para dos personas y descuentos por venta anticipada antes de los 30 días previos a la fecha de salida. El nuevo catálogo está disponible en formato virtual en www.catai.es con acceso directo a la cotización de los viajes de Travelpricer y venta exclusiva a través de agencias de viajes.

The Terminal Hub supera los 10.000 visitantes en su primer año y alcanza una ocupación del 100 % en oficinas privada

The Terminal Hub (TTH) cierra su primer año de actividad consolidándose como uno de los espacios de innovación y conexión empresarial más dinámicos de la Comunidad Valenciana. En este periodo, más de 10.000 personas han pasado por sus instalaciones, participando en más de 350 eventos corporativos que han convertido al hub en un punto de encuentro clave para el ecosistema emprendedor y tecnológico. En la celebración del aniversario han estado su presidenta, Ángela Pérez y el CEO, Quique Calabuig, acompañados por

Marta Iranzo, presidenta de EVAP, Isabel Galbis de la Cámara de Comercio; Julián Trigo y Mercedes Frochoso del Instituto de Empresa (IE) y Sara Castelló de Zubi Group.

Actualmente, TTH acoge a 475 profesionales diarios y alberga a 103 empresas, con una ocupación del 85 % y el 100 % de sus oficinas privadas completamente ocupadas. Más del 30 % de sus miembros son internacionales, representando más de 20 nacionalidades distintas, lo que refuerza su vocación global. Además, ha sido sede de eventos de referencia

como Go Digital, IoT Sparks, Female Startups Leaders, IVEFA, C-Level for Corporates, The Gap In Between, Open House 2025, side events del Valencia Digital Summit y encuentros privados de fondos de inversión y family offices.

“Este primer año ha sido la confirmación de que Valencia necesitaba un espacio como The Terminal Hub, un espacio que conecte talento, innovación y propósito. Estamos orgullosos de haber contribuido a situar nuestra ciudad en el mapa internacional de la innovación”, explicaba Ángela Pérez



que añadía.” En tan solo un año hemos conseguido, gracias al esfuerzo de todo el equipo, configurar un ecosistema con actores clave del ámbito empresarial, académico y tecnológico. Ahora nos queda mucho por crecer, invertir y construir”

TRAVELERNEWS

Estimar Hotels suma dos establecimientos más que incorporan el gemelo digital de Hotelverse

Estimar Valencia y Estimar Calpe Suito-
pía, dos hoteles de Estimar Hotels, han in-
corporado la tecnología de gemelo digital
de Hotelverse, que permite a los huéspedes
elegir su habitación exacta antes de
reservar, a través de una visita virtual del
establecimiento, según un comunicado.
Así, estos dos activos se suman a Soly-
mar Gran Hotel, el primero en la adop-
ción de esta herramienta en la cadena,
recibiendo resultados “muy satisfacto-
rios” a nivel de aceptación y operativa.

A la hora de resaltar los beneficios para
clientes y personal interno del hotel, la
compañía ha remarcado que los clien-
tes están destacando la transparencia y
el mayor control sobre su reserva, mien-
tras que el equipo señala que la tecnolo-
gía ha permitido ofrecer, todavía más si
cabe, una atención más personalizada.

“Los clientes están encantados. Son
quienes deciden seleccionar su habita-
ción y así evitan sorpresas ya que saben
perfectamente dónde van a estar aloja-

dos y esto
aumenta
su satis-
facción
que es
nuestra
princi-
pal prio-
ridad”,
ha des-
tacado el
director
comer-
cial de
Estimar

Hotels, Sergio Baudot. Estimar Hotels
suma dos establecimientos más que in-
corporan el gemelo digital de Hotelverse

La herramienta permite recorrer vir-
tualmente el hotel y visualizar las vis-
tas reales desde cada estancia. De es-
ta manera, los viajeros pueden escoger
en función de la orientación, la altura,
la cercanía a los servicios o la distribu-
ción interior. Esta opción, que se suma



a la implantada en Solymar Gran Hotel, ofre-
ce mayor control al cliente y reduce la incerti-
dumbre al llegar al alojamiento.

Según explica la cadena, los huéspedes va-
loran la transparencia del proceso y la posi-
bilidad de personalizar la estancia. El equi-
po interno también señala que la aplicación
de la herramienta ha permitido ajustar mejor
la atención, ya que conocen de antemano las
preferencias de cada cliente.

Etiihad Airways lanza vuelos de verano entre Palma de Mallorca y Abu Dhabi

Etiihad Airways conectará las Islas
Baleares con nuevos horizontes el
próximo verano con el lanzamiento
de vuelos de temporada entre Palma
de Mallorca y Abu Dhabi. La nueva
ruta se convierte en el destino núme-
ro 29 anunciado por Etiihad este año,
ofreciendo a los viajeros de Mallorca
acceso a la extensa red global de Abu
Dhabi mientras acerca a viajeros de
todo Oriente Medio y Asia a las islas
más queridas del Mediterráneo.

Desde el 12 de junio hasta mediados
de septiembre de 2026, Etiihad opera-
rá tres vuelos semanales de tempo-

rada entre Palma de Mallorca y Abu
Dhabi, abriendo conexiones cómo-
das vía Abu Dhabi hacia destinos en
Oriente Medio, Asia, Australia y el
subcontinente indio, mientras trae
visitantes de la red global de Etiihad
para descubrir el encanto mediterrá-
neo de las islas.

Los vuelos serán operados por el
nuevo Airbus A321LR de Etiihad,
aportando el lujo de fuselaje ancho a
los viajes de pasillo único. Los hué-
spedes en First pueden disfrutar de
suites privadas con puertas que se
cierran, completas con gastronomía

fina y comodidad premium. Busi-
ness cuenta con camas completa-
mente reclinables en una configura-
ción exclusiva 1-1 en espina de pez,
mientras que Economy ofrece una
cabina espaciosa y silenciosa con
asientos modernos, amplio espacio
para las piernas y
entretenimiento personal en cada
asiento.

Antonoaldo Neves, Chief Executive
Officer de Etiihad Airways, declaró:
“Palma de Mallorca aporta algo es-
pecial a nuestro programa de verano.
Desde puertos deportivos bulliciosos
y vida nocturna vibrante hasta calas



escondidas y pueblos históricos, Ma-
llorca ofrece experiencias para todo
tipo de viajero. Estamos conectando
a nuestros pasajeros de todo Oriente
Medio, Asia y más allá con este paraí-
so balear a bordo de nuestro nuevo
A321LR.”

TRAVELERNEWS

Vibra Mahou Fest Valencia presenta su cartel definitivo con Leo Rizzi, Pole., Lia Kali, Marmi, StormyKid y LA BEBE

La cuenta atrás ha comenzado. Vibra Mahou Fest Valencia, el festival de la plataforma de música de Mahou Cinco Estrellas, que sigue impulsando experiencias cinco estrellas en torno a los mejores directos, ultima los preparativos para su próxima edición. Las entradas están a la venta a un precio promocional de 25 € hasta el 4 de octubre. A partir de esa fecha, pasarán a costar 30 €.

El festival presenta su cartel definitivo con la incorporación del colectivo de DJs LA BEBE, que se suma a los conciertos ya anunciados de Leo Rizzi, Pole., Lia Kali, Marmi y StormyKid, conformando así una jornada musical que reunirá algunas de las voces con más personalidad del panorama actual.

Leo Rizzi, artista valenciano de proyección internacional, regresa a casa en un momento clave de su carrera. Con una sensibilidad única y una estética propia, ha conquistado al público con temas como Amapolas o No siempre quedará París, donde mezcla emoción, pop y una visión generacional que lo conecta con miles de oyentes.

A su lado estará Pole., uno de los nombres más destacados del pop urbano nacional. Con letras que transitan entre la nostalgia, la fiesta y lo cotidiano, y una base sonora que combina rap, guitarras y melodías coreables, su directo es uno de los más esperados por el público joven.

Lia Kali, por su parte, aporta una



de las propuestas más potentes y personales del cartel. Su voz inconfundible y su mezcla de soul, reggae, hip hop y mensaje social la han convertido en una de las grandes revelaciones del último año. Su presencia escénica, fuerza lírica y conexión con el público garantizan un mo-

mento clave en la jornada. Marmi, conocido por su espontaneidad y cercanía, conecta con la audiencia desde la naturalidad. Su estilo fresco y accesible, con canciones que hablan de amor, desamor y realidad cotidiana, le ha valido una base de fans sólida y creciente.

València impulsa una Red Nacional de Destinos Urbanos

La ciudad de València continúa avanzando en la construcción de su nuevo modelo de turismo sostenible, tal como ha subrayado este jueves la alcaldesa, María José Catalá, en un encuentro con los principales representantes del sector turístico de la ciudad. Catalá ha anunciado la puesta en marcha de dos iniciativas clave en este ámbito: la creación, a propuesta de València, de una red nacional de destinos urbanos, junto con otras ciudades de similares características para compartir estrategias, problemas, soluciones y experiencias con otras urbes que se enfrentan a retos similares y avanzar así en las mejores prácticas de turismo sostenible; y la puesta en marcha de un Modelo de Intervención Turística frente a Emergencias Climáticas (MITEC), que ha desarrollado la

Fundación Visit València.

El encuentro, organizado con motivo del Día Mundial del Turismo que se celebra el próximo sábado, 27 de septiembre, ha contado con la presencia de diversas entidades y representantes de empresas turísticas, y con la participación de la concejala de Turismo y presidenta de la Fundación Visit València, Paula Llobet; del presidente de Cámara València, José Vicente Morata; de la directora de Europa Travel y presidenta de CEV València, Eva Blasco; y del director general de SH Hoteles y presidente de Hóbec València, Javier Vallés. La alcaldesa ha felicitado al sector por ayudar en los momentos más difíciles que ha pasado esta ciudad: “Nos ayudaron en el incendio de Campanar, en el incendio de la avenida del Puerto, y también en

la dana”, ha destacado.

Durante su intervención, María José Catalá ha explicado que el Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2025-2028 apuesta por un turismo de calidad, que esté al servicio de la ciudad, equilibrado, humano y sostenible, y ha asegurado que “No queremos un turismo low cost que no respete la ciudad”. En este sentido, ha recordado las medidas que el Ayuntamiento está llevando a cabo para potenciar el turismo de calidad, como el impulso a la inspección de pisos turísticos ilegales, “con un aumento del 261% respecto al anterior gobierno”, ha destacado. También, la puesta en marcha de un grupo de trabajo para priorizar los cruceros que



supongan un mayor impacto económico positivo; y el desbloqueo de la construcción de hoteles. “El turismo –ha argumentado Catalá– crea 30.000 puestos de trabajo directos e indirectos en nuestra ciudad, y hay que garantizar ese empleo, pero hemos de fomentar que a nuestra ciudad venga un turista de calidad, que respete a nuestros vecinos, que respete nuestra ciudad y que genere un impacto económico positivo”, ha afirmado la alcaldesa.

TRAVELERNEWS

Arabia Saudí redefine el lujo a través de sus puertos deportivos y náuticos

Con una extensión de 1800 km de costa virgen en el mar Rojo, Arabia Saudí está redefiniendo el futuro de la navegación de lujo. Con puertos deportivos de última generación y clubes náuticos de gran lujo, Arabia Saudí está transformando sus costas en un centro mundial para los superyates. Estos clubes no son solo puntos de atraque, sino destinos de estilo de vida, puertas de entrada a la cultura y catalizadores de una nueva frontera de la navegación. Estos son los clubes más destacados que están dando forma al auge de Arabia Saudí en el mapa mundial de la navegación:

1. Jeddah Yacht Club & Marina: el primer centro de superyates de Arabia Saudí
2. AMAALA Yacht Club: la Riviera reinventada
3. Bay La Sun Marina & Yacht Club

La importancia de estos clubes

La nueva «supercosta» de Arabia Saudí ya está aquí. Juntos, estos clubes náuticos forman una red de puertos deportivos de primera clase a lo largo de los 1800 km de costa

saudí del mar Rojo.

Con el apoyo de una normativa simplificada, una ventanilla única y un ecosistema en crecimiento de centros de buceo, empresas de alquiler y resorts de lujo, convierten el mar Rojo saudí en un destino perfecto para los superyates.

Lo más importante es que no solo ofrecen amarres, sino que atraen a propietarios de yates, inversores y viajeros de lujo de todo el mundo, posicionando a Arabia Saudí como el gran Medi-



terráneo.

Desde Yeda hasta AMAALA, los clubes náuticos de Arabia Saudí son más que simples puertos deportivos: son el pilar de un nuevo estilo de vida de lujo que redefine lo que significa navegar con estilo.

Grupo Piñero conmemora el Día Mundial del Turismo con un “Turismo con propósito” y desarrolla iniciativas sociales, educativas y ambientales

Coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Turismo, cuyo lema este año es “Turismo y transformación sostenible”, Grupo Piñero ha realizado diferentes acciones en favor de las personas y el planeta

En el ámbito educativo, la compañía ha impulsado la entrega de material escolar. En el marco del Día Mundial del Turismo, Grupo Piñero reafirma en México su compromiso con la educación y el desarrollo de talento local, fortaleciendo la vinculación con instituciones académicas como el CECyTE. Como parte de esta acción, se realizó una donación destinada a enriquecer la formación de la carrera de Hotelería (A&B), con la entrega de plaque, mesas, sillas y vajilla de lento movimiento, así como la carrera de Aire Acondicionado y Refrigeración, con equipos de baja, evaporadoras, condensadoras, herramientas, minisplits y refrigerantes. Una iniciativa que refleja el compromiso del Grupo de impulsar la capacitación práctica de los estudiantes y prepararlos para un futuro profesional más sólido en el sector turístico.

Asimismo, en República Dominicana, las acciones también han tenido un fuerte componente cultural y comunitario, con la mejora de infraestructuras en zonas rurales y la Restauración de la Iglesia de Los Cacaos, como parte del compromiso con la conservación del patrimonio cultural local.

En España, a través de la colaboración con la Fundación Don Bosco en Tenerife, se ha realizado una iniciativa dirigida a jóvenes en ries-



go de exclusión social y laboral, ofreciéndoles la oportunidad de conocer de cerca el funcionamiento de las empresas turísticas, así como los distintos perfiles profesionales que conforman el sector.

En el plano medioambiental, Grupo Piñero ha puesto en marcha un programa de forestación en Mallorca, con la participación de voluntarios y entidades locales, y ha apoyado la celebración de una carrera solidaria destinada a recaudar fondos para la lucha contra enfermedades respiratorias crónicas.