

Semana 13-19 Octubre 2025

GacetaTraveler

Newsletter Semanal de los Agentes de Viaje en España

WWW.GACETADELTURISMO.COM

SOLTOUR CELEBRA SU 50 ANIVERSARIO CON UN MEGA FAM TRIP QUE REFUERZA SU ALIANZA CON EL CARIBE MEXICANO



**Euroairlines
duplica sus
ingresos hasta
los 11 millones**



**Pangea celebra
diez años de viajes
en una gala inolvidable
en Madrid**



**La Diputación anuncia
el reparto de 460.000
euros para reparar las
infraestructuras turísticas
dañadas por la dana**



Pangea celebra diez años de viajes en una gala inolvidable en Madrid

La noche prometía emociones y las superó. PANGEA The Travel Store celebró su décimo aniversario con una gala que reunió a más de 250 invitados entre los que se encontraban los galardonados, otros nominados, reconocidos influencers, franquiciados, empleados de la compañía y numerosos medios de comunicación en su icónica tienda de Madrid. La velada que destacó por su ambiente sofisticado y por reflejar la trayectoria de la marca como referente en innovación y experiencias únicas para los viajeros, fue el escenario perfecto de una jornada de inspiración, conversaciones y de un recorrido por los cinco continentes gracias a una experiencia inmersiva donde los invitados disfrutaron de una fiesta inolvidable muy inspirada en su claim 10 AÑOS VIAJANDO COMO ERES. La gala comenzaba con una experiencia única: los invitados embarcaban en la cabina business de un avión de tamaño real, al entrar en la travel store, donde recibían 'una tarjeta de embarque' para participar en el sorteo

de un viaje a Maldivas, un crucero por Europa o una escapada a Perú, entre otros premios. A continuación, recorrían la tienda, transformada por completo en un recorrido por los elementos tradicionales, sabores y espectáculos de los cinco continentes, con propuestas gastronómicas y actuaciones que invitaban a viajar por todo el mundo en los 1.500 metros cuadrados que tiene la tienda de PANGEA. Allí pudieron disfrutar de danzas africanas, actuaciones de jazz y blues, espectáculos de circo acrobático o bailes tahitianos. Y en cuanto a la parte gastronómica, todo un deleite para los más foodies, pues la velada permitía que los asistentes se tomaran el aperitivo en Asia, cenaran en África y se tomaron el postre en América: un auténtico viaje culinario por todos los rincones del mundo sin salir de Madrid. PANGEA cuidó en la gala hasta el más mínimo detalle, tal y como hace con cada uno de sus viajes y con cada uno de sus viajeros, con el único objetivo de que la experiencia resultase especial y memorable para todos los invitados.

1 EDICIÓN PREMIOS PANGEA

En el marco de la gala del décimo aniversario de PANGEA, la tienda de viajes más grande del mundo buscó, además, rendir homenaje a quienes con creatividad, impacto e innovación logran emocionar y conectar con el público en el sector turístico. Por ello, PANGEA celebró 1 Edición de los Premios que llevan su nombre para reconocer la excelencia y contribución a profesionales, compañías y proyectos destacados en el ámbito de los viajes. Roberto Brasero (viajero del año), Gotzon Mantuliz (mejor contenido de viajes), Iberia (mejor campaña de marketing turístico), Four Seasons (mejor experiencia de cliente), Fundación Gomaespuma (iniciativa con impacto positivo) y 51 Trips (innovación en el sector turístico) fueron los seis premiados de PANGEA elegidos por un prestigioso jurado formado por David Hernandez, CEO y fundador de PANGEA, Ignacio Miranda, director general de Samsonite España, Sergi Guillot, director general grupo Prensa Ibérica, Alejandro Vesga, director de la revista Emprendedores y Angie Riguero, presentadora de televisión y, además, maestra de ceremonias de la gala.

TRAVELERNEWS

Renfe lanza el Tren de la Mancha Toledana: una experiencia turística desde Madrid a Tembleque y Consuegra

El Tren de la Mancha Toledana circulará el sábado 11 de octubre desde la estación de Madrid Chamartín-Clara Campoamor hasta Tembleque (Toledo). Con este tren turístico de día de Renfe, que surge del acuerdo de colaboración con Turismo de Castilla-La Mancha, los viajeros conocerán el patrimonio cultural de Tembleque, un ejemplo de villa manchega, además del municipio de Consuegra.

El viaje de ida y vuelta del Tren de la Mancha Toledana se realiza-



rá en un tren especial con salida a las 9:23 horas de la estación de Madrid Chamartín, con parada en Atocha Cercanías a las 9:40 horas, con llegada a la estación de

Tembleque a las 10:48 horas. Posteriormente, se incluye el traslado en bus desde Tembleque a Consuegra (ida y vuelta), para conocer el Castillo de Consuegra con

más de ochocientos años de antigüedad y los famosos molinos de viento.

El viaje de retorno se efectuará a las 20:14 horas de Tembleque, con llegada a Madrid Atocha Cercanías a las 21:26 horas y a Madrid Chamartín a las 21:46 horas.

El billete de este tren turístico de día es de 50 euros para los adultos y de 20 euros para los menores de 14 años. Los menores de 4 años que no ocupen asiento viajan gratis (máximo un niño por cada billete de pago, debiendo obtener el correspondiente billete sin coste).

ITA Airways en la Feria Internacional de Turismo TTG Travel Experience de Rimini

En la TTG Travel Experience - Feria Internacional de Turismo en Rimini, los máximos responsables de ITA Airways, el presidente Sandro Pappalardo y el CEO y director general Joerg Eberhart, han presentado a la prensa y a las partes interesadas de la industria las novedades de la temporada de invierno 2025/2026 y los resultados obtenidos en los primeros nueve meses del año.

En la temporada de invierno 2025/2026, ITA Airways volará a 53 destinos, de ellos 16 nacionales, 21 internacionales y 16 intercontinentales. Una importante novedad es el lanzamiento del nuevo vuelo directo Roma Fiumicino - Mauricio, el 7 de noviembre de 2025. El vuelo será operado con el Airbus A330neo de ITA Airways y con-

tará con dos frecuencias semanales, con salida desde el hub de Roma Fiumicino los viernes y domingos. Estos vuelos serán nocturnos, lo que garantiza gran comodidad tanto en la ida como en la vuelta.

El 19 de diciembre de 2025 se reanudará el vuelo entre Roma Fiumicino y Malé (Maldivas) con una frecuencia diaria hasta el 6 de enero. Posteriormente, el operativo contará con tres frecuencias semanales, excepto en febrero que serán cuatro frecuencias semanales. Además, este vuelo también estará operativo durante el periodo de Semana Santa de 2026.

El operativo a Bangkok pasará de cinco a siete frecuencias semanales, a partir del 8 de diciembre, y el de Buenos Aires de nueve a diez frecuencias se-

manales del 16 de diciembre al 9 de enero.

En los primeros nueve meses de 2025, ITA Airways ha transportado 12,6 millones de pasajeros, de ellos 2 millones en vuelos de larga distancia, con

un factor medio de ocupación del 83,4% (+2,5 puntos porcentuales respecto al pasado año). Los ingresos por pasajeros ascendieron a 2.170 millones de euros (+4% en comparación con 2024)



TRAVELERNEWS

DIT Gestión concluye la Semana de los Proveedores PLATA previa a su V Convención



DIT Gestión ha cerrado este viernes una intensa Semana de los Proveedores PLATA, un ciclo de formación online que ha servido como antesala de la esperada V. Convención del grupo, prevista para los próximos días. Durante toda la semana, las agencias del grupo han participado en diversas sesiones formativas impartidas por algunos de los principales partners del sector turístico, en un programa diseñado para preparar el terreno y “calentar motores” antes del encuentro anual.

A lo largo de estos días, proveedores como Travelport, Intermundial, Iryo, Bedsonline, Solférias, Palladium, MSC Cruceros, Turismo de Ceuta, W2M, FFV y Renfe compartieron con las agencias de DIT Gestión espacios de aprendizaje y actualización en formato webinar, reafirmando la colaboración estratégica que mantienen con el grupo y avanzando parte de los contenidos y novedades que estarán

presentes también en la Convención.

Un anticipo del espíritu de la Convención

Más que simples formaciones, estas sesiones se concibieron como un adelanto del ambiente de intercambio, innovación y colaboración que caracterizará la V. Convención. Cada encuentro permitió fortalecer la conexión entre agencias y proveedores, fomentar el conocimiento mutuo y generar un espacio de reflexión sobre los retos actuales del sector turístico.

A través de estos webinars, las agencias pudieron tomar contacto con las tendencias y herramientas que marcarán la cita presencial, al tiempo que estrecharon la relación con marcas que volverán a encontrarse en la Convención. En definitiva, una oportunidad para reforzar la comunidad DIT Gestión antes del gran evento anual.

Puerto Rico inaugura una nueva y ambiciosa era de turismo MICE



Discover Puerto Rico, la Organización de Marketing de Destino (DMO) de la Isla, ha anunciado en IMEX América que ésta ha alcanzado máximos históricos en el sector de reuniones, incentivos, convenciones y eventos (MICE), impulsada por un crecimiento sin precedentes, el reconocimiento mundial y un auge del desarrollo de hoteles de lujo.

El sector hotelero de Puerto Rico está experimentando un renacimiento. Este año, la Isla ha dado la bienvenida al primer Four Seasons Resort & Private Residences en Río Grande, así como al Hilton Duo y al Hilton Garden Inn en Dorado, además del regreso del Ritz-Carlton San Juan, previsto para 2026. ONE DISTRICTO, que se inaugurará a mediados de 2027, añadirá 109 apartamentos bajo la marca “Apartments by Ma-

rriott Bonvoy” en el corazón del distrito de convenciones, con una inversión de 80 millones de dólares. Propiedades muy estimadas como La Concha (ahora un hotel de Autograph Collection), Wyndham Río Mar, Condado Vanderbilt y El Conquistador también han sido objeto de renovaciones transformadoras, que ofrecen comodidades de última generación, restaurantes de primera clase y experiencias culturales inmersivas.

El impulso de Puerto Rico también se refleja en el aumento de las llegadas por vía aérea. El Aeropuerto Internacional de la Isla, en San Juan, recibió unos 6,6 millones de pasajeros en 2024, según Aerostar, lo que demuestra el creciente atractivo de la Isla como destino turístico y de negocios.

TRAVELERNEWS

Soltour celebra su 50 aniversario con un Mega Fam Trip que refuerza su alianza con el Caribe mexicano

Soltour ha puesto en marcha su Mega Fam Trip en México, uno de los hitos más relevantes dentro de las celebraciones de su 50 aniversario. El acto de apertura ha tenido lugar en la región turística de Riviera Maya, ubicada en la costa del Caribe mexicano, con la participación de la gobernadora del estado de Quintana Roo, Mara Lezama, y la CEO de Grupo Piñero, Encarna Piñero, quienes han destacado la importancia de la alianza estratégica para el desarrollo y la proyección del sector turístico. El acto ha reunido a más de un centenar de asistentes –entre agencias de viajes colaboradoras y medios de comunicación



nacionales e internacionales – a quienes Soltour ha reconocido su apoyo y confianza a lo largo de estos 50 años. Con esta apertura, la compañía inicia un viaje de familiarización que refuerza su compromiso con Quintana Roo, pone en valor la

riqueza turística del destino y celebra medio siglo de trabajo conjunto con los profesionales del sector.

Durante su intervención, la gobernadora Mara Lezama ha subrayado el valor del acuerdo para el impulso económico y

turístico de la región: “El Caribe mexicano es un destino diverso, vibrante y hospitalario y alianzas como la que mantenemos con Soltour refuerzan nuestra posición como motor del turismo en Quintana Roo”.

El acto inaugural también ha servido para poner en valor los 50 años de historia de Soltour, recordando los hitos que han marcado su trayectoria: desde el primer vuelo Madrid – Cancún en 1998, hasta la creación de su propio receptivo en el Caribe mexicano. Medio siglo de confianza y evolución que consolidan a la compañía como un turoperador cercano a las agencias de viajes.

El Puerto de València el primero de España y el cuarto de Europa en conectividad marítima

El Puerto de València se sitúa como el puerto español con mejor conectividad y el cuarto de Europa en el tercer trimestre de 2025, según el Port Liner Shipping Connectivity Index (PLSCI) elaborado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Cabe señalar que el índice PLSCI mide el grado de integración de los puertos en las redes mundiales de transporte marítimo regular y se calcula a partir de indicadores como el número de compañías navieras que prestan servicio, la capacidad de los buques de mayor tamaño que



operan, el número de puertos conectados directamente, la frecuencia de las escalas semanales y la capacidad anual medida en TEUs.

De acuerdo con los resultados de la UNCTAD, en el contexto europeo, el Puerto de València alcan-

za una puntuación de 586,39 puntos, solo por detrás de Róterdam (952,13 puntos), Amberes (879,01) y Hamburgo (698,80).

El Puerto de València, líder nacional en conectividad

En el contexto nacional, el Puerto de València es el primero en la conectividad marítima del sistema portuario español. Le sigue Algeciras, que se sitúa en el quinto lugar del continente con 518,48 puntos. A continuación, Barcelona ocupa

el séptimo puesto europeo con 473,55 puntos, mientras que Las Palmas se sitúa en el duodécimo lugar con 294,32 puntos. Por su parte, el Puerto de Málaga figura entre los treinta primeros de Europa, con 161,04 puntos.

A escala global, el liderazgo del transporte marítimo está dominado por los puertos asiáticos, encabezados por Shanghái (2.433,97 puntos), Ningbo (2.020,10), Singapur (1.859,03), Busán (1.625,05) y Qingdao (1.367,19). En Europa, Róterdam mantiene la primera posición y la décima a nivel mundial, con 952,13 puntos.

TRAVELERNEWS

Euroairlines duplica sus ingresos hasta los 11 millones

El Grupo Euroairlines ha cerrado el primer semestre de 2025 con unos ingresos de más de 11 millones de euros, más del doble que en el mismo periodo del año anterior, y espera cerrar el año con un récord histórico. Asimismo, en este periodo, la compañía se ha expandido de forma global, incorporando ocho nuevas aerolíneas a su negocio con diferentes acuerdos y abriéndose a dos nuevos mercados -Austria y Panamá-, además de tener otros 18 en proceso de integración.



También ha reforzado su presencia en Centroamérica y África, según ha recordado la com-

pañía en una nota de prensa, y ha operado vuelos directos entre París y Punta Cana, además

de reforzar su posicionamiento en Asia con la integración del canal de distribución Abacus y la firma de acuerdos con agregadores de la región.

De cara a la segunda mitad de 2025, Euroairlines continuará su crecimiento con la incorporación de nuevas aerolíneas a su cartera de clientes, una mayor presencia en buscadores y el inicio de su operativa de carga. Además, lanzará la segunda fase de su operativa chárter, que conectará más destinos europeos con Punta Cana y Cancún.

GNV PREMIA A SUS SOCIOS DE CANAL Y PRESENTA SUS RESULTADOS DEL VERANO DE 2025 EN VALENCIA

El 28 de septiembre, tuvo lugar a bordo del buque Excelsior, atracado en el puerto de Valencia, la VI edición de los GNV Awards, el evento anual organizado por la compañía de ferris del Grupo MSC para celebrar y fortalecer su relación con los socios comerciales, reafirmar su compromiso con el sector trade y premiar a las mejores agencias de viaje asociadas. La edición de 2025 de este importante galardón contó con la participación de alrededor de 150 representantes de agencias de viaje de los diferentes países en los que la compañía opera. Durante el encuentro, como es habitual, se llevó a cabo la ceremonia de entrega de premios a 18 socios comerciales y se nombraron tanto las nuevas agencias Premium como los nuevos Élite Partner, que son las mejores agencias de viaje

seleccionadas en el marco del programa homónimo lanzado en 2017. La agencias que pertenecen a esta última categoría pueden acceder a ventajas e iniciativas exclusivas.

Además, durante la ceremonia se anunció oficialmente que GNV Virgo, el primer buque de la compañía propulsado por GNL, será entregado en los próximos días en China en los astilleros Guangzhou Shipyard International (GSI). Posteriormente, la nave zarpará hacia Italia, donde se celebrará la Ceremonia de Bautizo el 11 de diciembre en el puerto de Palermo antes de comenzar a operar en la línea Génova-Palermo. El evento de Valencia fue además la ocasión para anunciar que el 13 de octubre de 2025 será la fecha de apertura de ventas para la próxima

temporada de verano y para presentar los resultados de GNV en la temporada recién concluida: entre junio y septiembre de 2025, la compañía transportó 1,7 millones de pasajeros, lo que supone un incremento del 9% respecto al mismo periodo del año anterior.

En Italia, Cerdeña se confirma como el puerto insignia de la compañía

con un crecimiento del 6% en el periodo estival, gracias a importantes intervenciones de modernización y digitalización de los barcos operativos en las rutas hacia la isla, que han permitido una mejora significativa de los espacios comunes y de los servicios, garantizando además un aumento del índice de satisfacción de los pasajeros (NPS).



TRAVELERNEWS

La tripulación de Vueling viste galones rosas para recordar el check de seguridad más importante en el Día Internacional contra el Cáncer de Mama



vueling

Durante todo el mes de octubre, los pilotos de Vueling, aerolínea perteneciente a IAG, sustituirán voluntariamente sus tradicionales galones dorados por galones de color rosa en sus uniformes. Este gesto busca concienciar tanto a pasajeros como a empleados sobre la importancia de realizar chequeos médicos periódicos y fomentar la adopción de hábitos saludables.

Esta iniciativa fue impulsada por primera vez en 2024 por la piloto Fátima Ginard, y se ha consolidado como un símbolo

de apoyo de Vueling a todas las personas afectadas por el cáncer de mama. También reafirma la continuidad del compromiso de la aerolínea con la sensibilización frente a esta enfermedad.

La aerolínea mantiene, además, su colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) desde hace más de nueve años. El objetivo es la prevención y difusión de información esencial que puede salvar vidas, reafirmando así su voluntad de aportar valor a la sociedad.

BCD Travel impulsa el pensamiento estratégico empresarial en el foro «Diálogos para el Desarrollo» en Mallorca



En un contexto de cambios profundos en la economía y la política internacional, la ciudad de Palma ha acogido una nueva edición del foro «Diálogos para el Desarrollo», en esta ocasión titulada “Retos geopolíticos globales: estrategias empresariales para un mundo inestable”, organizada por Management Activo y patrocinada por Solunión, Cajamar y BCD Travel —división de viajes corporativos de Ávoris Corporación Empresarial—, que reunió a destacados analistas y líderes empresariales en Palma de Mallorca. El evento contó con la participación de Eduardo Madina, analista político y económico, asesor en Ernst & Young y director de Estrategia en Harmon, y de Jorge Dezcallar, diplomático, escritor y exdirector

del CNI. Ambos ponentes abordaron los desafíos que marcan el nuevo orden global y su influencia en las economías locales y regionales, con especial atención al papel de Mallorca dentro del tejido empresarial español y europeo.

Madina destacó la creciente proyección económica y empresarial de Mallorca en el marco nacional y comunitario, subrayando «la necesidad de que la isla asuma un papel más activo dentro del debate político nacional y europeo». También incidió en que la transición climática y la redefinición del modelo económico serán factores determinantes para el futuro de las islas baleares, cuya base productiva sigue siendo altamente dependiente del turismo.

TRAVELERNEWS

El 'marketplace' hotelero WebBeds se incorpora a UNAV como miembro adherido a la asociación

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) y el mayorista WebBeds anuncian hoy la integración de esta última marca a la asociación decana de las agencias en España, en calidad de miembro adherido.

Lanzada en 2013, WebBeds es un marketplace online global para la industria de los viajes, que conecta de forma directa y eficaz a hoteles y proveedores de servicios turísticos con una amplia red de compradores en todo el mundo.

WebBeds reúne a más de 1.900 profesionales en más de 120 ciudades y 50 países, atendiendo en más de 50 idiomas, trabajando con un mismo propósito:



ofrecer valor, variedad, conocimiento experto y un servicio del más alto nivel.

La compañía pone a disposición de la industria más de 500.000 hoteles y 21.000 experiencias y servicios terrestres en

más de 38.000 destinos, distribuidos a través de una red global de 50.000 clientes en más de 140 mercados emisores.

Todo ello conforma un ecosistema altamente especializado que aporta eficiencia y cre-

cimiento tanto a proveedores como a clientes. Según detalla la propia compañía, "los partners de WebBeds cuentan con el apoyo de una presencia verdaderamente global, centrada en garantizar que WebBeds ofrezca valor, opciones, experiencia y un nivel de servicio inigualable".

Especialistas en producto urbano y 'leisure' en los principales destinos turísticos del mundo, WebBeds aporta un valor único en contratación directa, reforzado por alianzas estratégicas con las principales cadenas hoteleras globales, lo que garantiza a sus clientes una oferta competitiva, diversa y de calidad.

Qatar Airways anuncia la incorporación de un cuarto vuelo diario entre Madrid y Doha

A partir del 15 de junio de 2026, el nuevo servicio aumentará a 28 el total de vuelos semanales entre la capital española y el Aeropuerto Internacional Hamad (HIA). Esto incluye tres vuelos diarios operados por Qatar Airways y un vuelo diario por Iberia, como parte de la alianza estratégica entre ambas aerolíneas.

El vuelo adicional diario desde Madrid saldrá a las 09:05h y llegará a Doha a las 16:50h, mientras que el vuelo de regreso saldrá del HIA a la 01:15h y aterrizará en el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas a las 07:35h (horas locales).



TRAVELERNEWS

Beachcomber cierra el verano por todo lo alto

El verano llega a su fin y Beachcomber ha querido agradecer a los agentes y agencias de turismo su dedicación, entusiasmo y profesionalidad en la promoción de Isla Mauricio. Para celebrarlo, organizó una entrañable fiesta en Papúa, una

céntrica sala madrileña, cuyo principal objetivo fue que los asistentes disfrutaran de una velada especial.

Han pasado 75 años desde que la compañía inauguró su primer hotel en Isla Mauricio, en una época en la que apenas se hablaba de turoperadores, vuelos chárter o de la infraestructura turística que



hoy conocemos. Por entonces, ni siquiera existía una aerolínea que volara a la isla. Beachcomber fue pionero al reconocer el enorme potencial de esta nación insular del océano Índico.

A menudo se compara Isla Mauricio con los rincones paradisíacos del Caribe. Sin

embargo, quienes la visitan descubren rápidamente que la similitud se limita a lo físico: playas de arena blanca, aguas turquesas y una exuberante vegetación tropical. La gran diferencia radica en su riqueza cultural: un verdadero crisol de influencias asiáticas, africanas y europeas que

conviven en armonía, conformando una sociedad plural donde la diversidad de tradiciones aporta un atractivo adicional al viajero. Actualmente, Beachcomber cuenta con ocho hoteles de cuatro y cinco estrellas en la isla. Ese es, sin duda, un gran potencial, pero la verdadera fortaleza de la compañía reside en el camino recorrido durante estos 75 años: la búsqueda constante de la excelencia en su personal y servicios, así como una visión clara basada en la renovación y la adaptación a los tiempos para mantener un alto estándar de calidad.

DESTINOS DEL MUNDO Y UNIVERSAL HOTELES PRESENTAN SUS NOVEDADES A LAS AGENCIAS DE VIAJES

La playa de la Malvarrosa en Valencia fue el lugar escogido por el touroporador Destinos del Mundo junto a Universal Resorts, donde los agentes de viajes españoles han podido descubrir todas las novedades de sus espectaculares hoteles.

La presentación estuvo a cargo del delegado comercial en Levante, Arturo Mil, acompañado por Mariella Gambardella, representante de Universal Resorts en España, quienes compartieron con pasión y detalle todo lo que convierte a estos resorts en experiencias inolvidables.

Viajes únicos, propuestas exclusivas y el compromiso de seguir acercando a sus clientes lo mejor del mundo.



TRAVELERNEWS

Madrid acoge la presentación de la alianza entre CATA y el Mundo Maya para promover la riqueza cultural de Centroamérica



El restaurante Flor y Caña de Madrid fue el escenario de la presentación oficial del nuevo proyecto conjunto entre CATA_Centroamérica y la Organización Mundo Maya, una alianza que busca impulsar la promoción turística y cultural de los países de Belice, Honduras, Guatemala, El Salvador, Panamá, República Dominicana y México.

El evento reunió a representantes del ámbito turístico y gastronómico, el Secretario General de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA), el Sr. Boris Iraheta y a Ana Beatriz González, nueva Secretaria Técnica Permanente de la Organización Mundo Maya, realizaron una presentación de las novedades más relevantes de los destinos.

Durante la velada, los asistentes destacaron la importancia de fortalecer la cooperación regional para mostrar al mundo la diversidad y el patrimonio ancestral que comparten estas

naciones. La alianza busca consolidar a la región como un destino multidesino único, donde convergen historia, naturaleza, tradiciones vivas y una gastronomía de gran riqueza.

“Esta colaboración entre CATA y el Mundo Maya representa una oportunidad para proyectar la esencia cultural y espiritual de nuestra región, reforzando su atractivo ante los mercados internacionales”, señaló Boris Iraheta durante su intervención.

Por su parte, Ana Beatriz González subrayó que la unión de esfuerzos permitirá “preservar y poner en valor la identidad compartida de nuestros pueblos, promoviendo un turismo sostenible y respetuoso con nuestras raíces”.

Con esta iniciativa, ambas organizaciones reafirman su compromiso de promover de forma conjunta la riqueza cultural, ancestral y natural de Centroamérica y el Mundo Maya.

En 2026, Ávoris incorporará seis nuevos destinos para los viajeros de España y Portugal



Ávoris, la división de viajes del Grupo Barceló y líder en la península ibérica, anuncia que sus turoperadores incorporarán en 2026 una selección de nuevos destinos internacionales dirigidos a los viajeros de España y Portugal. Se trata de Cartagena de Indias, Lima, Maldivas, Sri Lanka, El Salvador y Querétaro, lugares que se suman a la programación de grandes viajes y que responden a la estrategia de la compañía de ofrecer cada año destinos innovadores, atractivos y menos explorados, ricos en propuestas culturales, paisajísticas, gastronómicas y de ocio.

Con la incorporación de estos seis nuevos destinos, los turoperadores de Ávoris refuerzan una programación de largo radio que ya supera el medio centenar de propuestas en todo el mundo. Desde Asia hasta

América, pasando por África y el Índico, la compañía consolida así un portafolio diverso y en permanente renovación, diseñado para responder a las motivaciones de los viajeros más exigentes y ofrecer experiencias únicas bajo el sello de calidad y especialización que caracteriza a Ávoris. Javier Castillo, director general de turoperación de Ávoris, ha señalado al anunciar estas novedades que: «Nuestro objetivo es sorprender a los viajeros cada temporada con una propuesta diferente, diseñada para quienes desean descubrir nuevos horizontes de la mano de especialistas. Lo conseguimos gracias al trabajo y la pasión de un equipo que investiga, selecciona y construye experiencias únicas, siempre con la satisfacción plena del viajero en el centro de nuestra labor».

TRAVELERNEWS

Queer Destinations anuncia la apertura de su primera joint venture en Alemania junto a Diversity Tourism GmbH

Queer Destinations, la empresa líder en el segmento LGB-TQ+, ha anunciado que amplía su presencia en los mercados de habla alemana mediante una alianza estratégica con la consultora líder en viajes inclusivos de la región Diversity Tourism GmbH. La alianza, formalizada en agosto, da origen a Queer Destinations DACH, la oficina de representación oficial de la organización para Alemania, Austria y Suiza. La colaboración combinará la experiencia global de Queer Destinations, presente en 15 países, con el conocimiento regional de Diversity Tourism GmbH.

La alianza acelerará la adopción de Queer Destinations Committed, una certificación



que proporciona a las empresas turísticas una formación integral en diversidad, directrices de respeto y protocolos contra la discriminación. “La región DACH desempeña un papel fundamental en el turismo

europeo, tanto como mercado emisor como centro de viajeros internacionales”, mencionó Oriol Pamies, fundador de Queer Destinations. “Su compromiso directo con la seguridad y la diversidad impactará

en el turismo de todo el mundo”.

Edgar Weggelaar, CEO de Queer Destinations, ratificó esta importancia: “Los países de habla alemana son fundamentales para el turismo europeo y han sido líderes en viajes LGB-TQ+ desde hace mucho tiempo. Sin embargo, el progreso nunca está garantizado”. También afirmó que “esta colaboración garantiza que la región DACH siga marcando el estándar del turismo inclusivo a nivel mundial” “Mientras algunos destinos están retrocediendo, la región DACH tiene una oportunidad única de fortalecer su liderazgo”, aseguró Rika Jean François, Head of International Business Relations de Queer Destinations.

AVE sin transbordo en España: las ciudades españolas con las mejores conexiones directas, tanto nacionales como internacionales

Omio, la plataforma de reservas de autobús, tren y avión, ha analizado qué ciudades cuentan con el mayor número de conexiones directas en trenes de alta velocidad de larga distancia, tanto nacionales como internacionales. Entre ellas destacan Barcelona, Bilbao, Córdoba, Madrid, Málaga, Murcia, Santiago de Compostela, Sevilla, Valencia y Zaragoza.

El análisis recopila todas las conexiones directas de trenes de alta velocidad (AVE) de larga distancia desde las ciudades seleccionadas. Esto muestra a los viajeros desde que estaciones cuentan con una mayor variedad

de destinos y a qué ciudades en el extranjero pueden dirigirse sin transbordo.

Los trenes de larga distancia son una alternativa atractiva al avión, especialmente para quienes desean viajar de forma sostenible y con mayor comodidad. La ubicación céntrica de las estaciones de trenes, la alta frecuencia de conexiones y las normas de equipaje más flexi-



bles, hacen que los trenes de larga distancia sean una opción práctica tanto para viajar dentro de España como al extranjero.

TRAVELERNEWS

Alicante regula los alojamientos turísticos y no concederá licencias en zonas saturadas

El Ayuntamiento de Alicante ha dado luz verde este martes en Junta de Gobierno Local al inicio de la tramitación de una nueva regulación de los alojamientos turísticos en la ciudad, que establece un índice máximo de 0,187 plazas turísticas por habitante y prohíbe la implantación de nuevas plazas turísticas en aquellas zonas saturadas urbanísticamente, es decir, en las que se supera el índice máximo establecido, con excepciones específicas para hoteles de 3, 4 y 5 estrellas. Además, pro-



híbe la implantación de usos turísticos en las plantas bajas de los principales viarios comerciales y establece un acceso independiente como condición a la concesión de licencias de alojamientos tu-

rísticos ubicados en edificios residenciales.

“Alicante avanza hacia un modelo de ciudad de barrios, con un turismo urbano sostenible, buscando el equilibrio entre la vida cotidiana de los

residentes y la actividad turística”, destaca el alcalde de Alicante, Luis Barcala. “La ciudad pretende atraer visitantes, pero garantizando su sostenibilidad: sin comprometer su modelo de ciudad, sin desbordar la capacidad del territorio ni expulsar a la población local, garantizando que los residentes puedan seguir viviendo en sus barrios, el acceso a la vivienda en sus diferentes modalidades, al trabajo y a los servicios y espacios públicos”, considera el primer edil.

Turismo de Irlanda y Visit Britain unen fuerzas y promocionan ambos destinos en un evento conjunto en Bilbao, Madrid y Barcelona

Entre los próximos 14 y 16 de octubre se celebrará una nueva edición del Roadshow de Turismo de Irlanda y VisitBritain. Ante el éxito de la primera edición, esta segunda edición reunirá a más de 40 empresas representantes de las industrias turísticas irlandesa y británica, como oficinas de turismo locales, receptivos, atracciones, alojamiento, ticketing, etc., que se reunirán con más de 200 profesionales de las principales agencias de viajes y turoperadores españoles. El evento, que dará comienzo el próximo 14 de octubre en Bilbao, seguido del 15 de octubre en Madrid y el 16 de octubre en Barcelona, pretende ofrecer una plataforma de contacto entre ambas industrias, fomentar relaciones y oportunidades

de negocio entre España y ambos destinos, la isla de Irlanda y Gran Bretaña. Es una oportunidad única y exclusiva para reencontrarse, establecer nuevos contactos y descubrir las últimas novedades de estos dos maravillosos destinos.

Ambos destinos en cifras:

España es un mercado prioritario para ambos destinos, siendo el quinto mercado emisor en número de visitantes, de ahí el interés en estrechar lazos con el sector turístico en nuestro país. En 2023, la isla de Irlanda registró 286.000 visitas que aportaron 264 millones de



euros/ 230 millones de libras a su economía. Por su parte, Gran Bretaña registró un año récord en 2024 con 2.6 millones de visitas, un 16% más que en 2023 y un 10% más que

en 2019. Si hablamos de gasto, 2024 también fue un año récord llegando a los 1.370 millones de libras, un 28% más que en 2023 y un 40% más que en 2019.

TRAVELERNEWS

Por primera vez en la historia, Brasil alcanza la cifra de 7 millones de turistas extranjeros



Septiembre registró el mayor número de llegadas de turistas internacionales en la historia del país: 570.934 visitantes, un resultado que incrementó el número total de turistas internacionales que llegaron en los primeros nueve meses de 2025 a 7.099.237, un aumento del 45% en comparación con el mismo período del año anterior.

Respecto de 2024, sólo en el mes de septiembre se registró un aumento del 28,2% en las llegadas internacionales a los destinos brasileños.

Con este desempeño, el país supera, en tan solo nueve meses, el récord anual de todo 2024, cuando 6.773.619 visitantes extranjeros llegaron a Brasil, y también

lo hace con la meta anual establecida por el Plan Nacional de Turismo 2024-2027, que preveía la llegada de 6,9 millones de turistas internacionales en 2025. Esta meta se superó en un 2,9 % en el noveno mes del año, estableciendo un nuevo récord histórico para el período.

En el desglose mensual, el resultado de septiembre también superó el récord anterior, registrado en septiembre de 2024, cuando el país recibió alrededor de 445 mil turistas.

“Esta cifra récord se refleja en la vida de los brasileños a través de empleos, ingresos y oportunidades en cada rincón del país. Los pequeños empresarios están expandiendo sus negocios, los arte-

sanos venden más y los guías encuentran más trabajo, y eso significa que el turismo está impulsando la economía y transformando vidas”, celebró el presidente de la Agencia Brasileña de Promoción Internacional del Turismo, Embatur, Marcelo Freixo.

Para el ministro de Turismo, Celso Sabino, las cifras reflejan la consolidación de Brasil como un destino destacado a nivel mundial. “Estamos viviendo un momento histórico para el turismo brasileño. Ya superamos nuestra meta anual tres meses antes de lo previsto, lo que demuestra la fortaleza de nuestro sector y la confianza mundial en Brasil”, afirmó.

TRAVELERNEWS

Vueling, TUI, Minor Hotels o Destinia lideran en TIS2025 la transformación turística con la IA y tecnologías exponenciales



TIS-Tourism Innovation Summit, que este año celebrará su sexta edición en FIBES-Sevilla del 22 al 24 de octubre, presentará casos de éxito de compañías líderes y destinos sobre cómo la IA y otras tecnologías emergentes están redefiniendo el viaje, desde la planificación hasta la gestión hotelera. Así, los más de 8.000 profesionales asistentes podrán descubrir, de la mano de más de 400 expertos internacionales, cómo se aplica la innovación para mejorar la competitividad de la industria turística en una época de cambios constantes y nuevas demandas personalizadas de los viajeros.

Echando una mirada al futuro del turismo algo está claro: el sector ya no se puede concebir sin inteligencia artificial. Esta tecnología ha dejado de ser una opción para convertirse en la palanca que marca la diferencia en la rentabilidad de las em-

presas, en la eficiencia de las operaciones y en la experiencia del viajero. En este contexto, expertos como Zuriñe Eguizábal, Senior Industry Manager Travel de Google, compartirá en el Tourism Innovation Global Summit cómo las nuevas herramientas de IA generativa están revolucionando la planificación de viajes. Gracias a estas soluciones, el proceso de búsqueda y organización de un viaje se convierte en una experiencia conversacional, intuitiva y personalizada, abriendo un nuevo escenario para la relación entre viajeros y empresas.

El impacto real de la IA en el sector será también analizado por figuras internacionales como Dan Christian, Host & Founder de Travel Trends Podcast, que repasará ejemplos prácticos de cómo la inteligencia artificial ya está transformando las estrategias de atracción y conversión de clien-

tes, desde la personalización predictiva hasta el pricing dinámico. A su vez, Joshua Ryan-Saha, director de Traveltech, Tourism and Festivals at the Edinburgh Futures Institute, examinará los dilemas que plantea el futuro: hasta qué punto la IA transformará el turismo y cuáles son las señales reales del mercado frente al ruido del hype.

Además, TIS2025 acercará la innovación a las pequeñas y medianas empresas, que a menudo se sienten desbordadas por la complejidad tecnológica. En este sentido, expertos como Jimmy Pons, experto en innovación turística y co-fundador de 55 Plus Hub, explicará cómo cualquier profesional del sector puede incorporar la inteligencia artificial en su día a día con ejemplos prácticos, sencillos y aplicables sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.

TRAVELERNEWS

CEAV celebra sus jornadas técnicas en el desierto marroquí con la colaboración de la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha celebrado sus Jornadas Técnicas de 2025 en las localidades marroquíes de Erfoud, Errachidia, el desierto de Merzouga y Ouarzazate, gracias al acuerdo de colaboración que mantiene con la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos.

De este modo, cerca de 100 profesionales del turismo se han dado cita en Erfoud, puerta de entrada al desierto marroquí, para abordar algunos de los principales retos e inquietudes que afectan a las agencias de viajes. En este encuentro, los asistentes (agentes de viajes, proveedores turísticos y presidentes de asociaciones) han

debatido sobre los NDC, pagos virtuales o la directiva del IVA del régimen especial para las agencias de viajes.

La apertura oficial de las Jornadas Técnicas se realizó en presencia de los responsables de la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos en España, así como con la participación del Consejo Regional de Turismo y del Centro Regional de Inversiones de Drâa-Tafilalet. Tras el acto inaugural, tuvo lugar un almuerzo de networking.

Para Carlos Garrido, presidente de CEAV: “El desierto de Marruecos es un escenario excepcional para inaugurar nuestras Jornadas Técnicas, que desde 2012 son una



herramienta clave de trabajo y estudio para los agentes de viajes. Gracias al acuerdo con la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos hemos reforzado la promoción de este destino estratégico

para el turismo español con iniciativas conjuntas y los resultados son claros: en 2024, más de 3,5 millones de españoles viajaron a Marruecos y seguimos trabajando juntos para mejorar las cifras”.

Trasmed abre las ventas para 2026 para todas sus rutas con Baleares

Trasmed, naviera española del Grupo Grimaldi, abre desde este viernes las ventas de billetes para todas sus rutas con Baleares, posibilitando así a sus clientes planificar y reservar viajes con casi un año de antelación, concretamente hasta el 13 de septiembre de 2026. De esta manera, quienes viajen entre la Península y Baleares podrán adquirir ya sus pasajes para la próxima temporada alta, incluyendo el verano de 2026, con la ventaja de garantizarse disponibilidad y mejores tarifas en fechas clave. Además, la apertura anticipada de ventas supone una ventaja para agencias de viajes y turoperadores, que podrán trabajar con un horizonte más amplio en la programación de paquetes turísticos y en la organización de grupos, especial-

mente en sus rutas estratégicas. “Con esta apertura anticipada podremos ofrecer a nuestros clientes la tranquilidad de poder organizar sus viajes con tiempo, asegurando disponibilidad en las fechas más solicitadas y con las mejores condiciones” ha declarado Jana Peiró, directora de Pasaje y Marketing de Trasmed. Además, ha añadido, “esto refleja nuestra vocación de servicio y nuestro compromiso con la conectividad entre la Península y Baleares. Pensamos tanto en el pasajero individual como en las agencias y turoperadores que necesitan más margen para programar. Para Trasmed, anticiparnos significa también escuchar al mercado y responder a sus necesidades reales”.

Con esta iniciativa, Trasmed con-



solida su posición como naviera de referencia en las conexiones con Baleares y como parte del Grupo Grimaldi, refuerza su apuesta por la innovación comercial y la mejora continua de sus servicios de pasaje. La compañía reafirma así su compromiso con los viajeros, facili-

tando la planificación con mayor antelación y adaptándose a la tendencia creciente de quienes buscan asegurar ya sus vacaciones o escapadas en un contexto de alta demanda, y consolida su posición como naviera de referencia en las conexiones con Baleares y como parte del Grupo Grimaldi.

TRAVELERNEWS

APHA se estrena en Alicante Gastronómica con una participación memorable

APHA participa en la edición 2025 de Alicante Gastronómica para dar a conocer la excelente oferta de restauración de los establecimientos hoteleros de la provincia de Alicante bajo el lema "Porque donde bien se descansa bien se come". Esta frase resume la apuesta por la creatividad, el sabor y la hospitalidad en su máxima expresión, una combinación irresistible que hace que la gastronomía sea uno de los atractivos diferenciales de la oferta alojativa de Alicante y su provincia.

El stand de APHA se ha convertido en un punto de encuentro obligado donde la innovación y la tradición se han unido para mostrar lo me-



jor de cada establecimiento participante. Daniya Dénia, Daniya Alicante, La Milagrosa, Sercotel Maya, Almirante, Boutique Calas, La Finca, Hospes Amerigo y Meliá

Alicante han mostrado toda su capacidad como referencias gastronómicas. Cada establecimiento ha presentado una propuesta única, inspirada en los productos locales y

las tendencias internacionales más vanguardistas. Las sofisticadas elaboraciones han sorprendido por su equilibrio entre sabor, técnica y presentación, lo que ha conquistado tanto a los profesionales del sector como al público en general.

Durante cuatro días los chefs al frente de las cocinas de los hoteles han ofrecido show-cookings que han acercado los fogones al público. Los visitantes de Alicante Gastronómica han encontrado en el espacio de APHA presentaciones, catas, degustaciones, entrevistas y otras actividades que han concitado el interés del numeroso público asistente.

Ávoris y Gladtolink sellan una alianza estratégica para impulsar la digitalización transversal del grupo

Ávoris Corporación Empresarial, división de viajes del Grupo Barceló y líder turístico en la península ibérica, y Gladtolink, empresa tecnológica especializada digitalización de procesos, han firmado un contrato marco de colaboración para la implementación transversal de la plataforma de Gladtolink en todas las compañías del grupo.

El acuerdo, de carácter indefinido, establece un marco global de colaboración que permitirá a los equipos de Ávoris digitalizar de forma ágil, autónoma y estandarizada cualquier proceso, desde la gestión de contratos hasta las operaciones de compras o la relación con clientes, proveedores y empleados.

La plataforma de Gladtolink, una suite

en la nube que ofrece a los usuarios la posibilidad de diseñar y gestionar sus propios procesos sin necesidad de programación, con total trazabilidad y capacidad de integración con otros sistemas internos. Desde 2017, Ávoris ya venía utilizando con éxito esta herramienta en áreas como recursos humanos y compras, lo que ha motivado dar este nuevo paso de implantación global.

Durante la firma del acuerdo en Palma, Vicente Fenollar, presidente ejecutivo de Ávoris, destacó que: «Con esta alianza damos un paso decisivo en nuestra estrategia de transformación digital. La plataforma de Gladtolink nos



permitirá unificar procesos y datos en todo el grupo, dotando a nuestros equipos de una herramienta flexible y segura que nos hará más eficientes y competitivos».

TRAVELERNEWS

Meliá Hotels International asume la gestión de los hoteles MiM, propiedad de Leo Messi, que pasan a integrar el prestigioso portfolio de su marca de lujo The Meliá Collection

Meliá Hotels International y MiM, propiedad de Leo Messi, han firmado una alianza por la que Meliá gestionará, a partir del 1 de noviembre, los hoteles MiM, que pasarán a integrar la exclusiva marca de hoteles singulares denominada “The Meliá Collection”. El grupo de hoteles boutique de lujo cuenta con 6 establecimientos en destinos exclusivos, en lugares privilegiados de España como Sitges, Sotogrande, Mallorca, Ibiza y Baqueira Beret, así como en Andorra.

Los hoteles MiM representan la consolidación de la apuesta por el sector hotelero de alto nivel y



sus establecimientos evocan la impronta y personalidad del futbolista a través de atributos exclusivos, como la Suite Messi, o detalles como una réplica del trofeo del Balón de Oro autografía-

do por el propio futbolista. Se trata de hoteles únicos que aspiran a ofrecer experiencias exclusivas en destinos icónicos y, de esta forma, su integración en el portfolio de Meliá Hotels International se rea-

liza de manera natural, pasando a formar parte de The Meliá Collection, en modelo de alquiler.

The Meliá Collection, cuyo portfolio cuenta ya con 26 establecimientos abiertos -o en proyecto- en más 12 países, se caracteriza por ser una colección de hoteles independientes que mantienen su identidad propia, pero se benefician de la distribución, estándares y del marketing de Meliá. Este modelo permite a los hoteles MiM conservar su carácter y estilo propios, mientras se integra en un sistema global de reservas y fidelización, con visibilidad internacional.

FITUR celebra la excelencia de la industria turística global en su gala anual de premios

En reconocimiento a la excelencia de la industria turística global, la Feria Internacional de Turismo ha celebrado su tradicional acto de entrega de los Premios FITUR de la edición de 2025 en el Teatro Real, cuyo fallo del jurado tuvo lugar durante FITUR 2025, celebrado el pasado mes de enero en IFEMA MADRID.

Cada año, los Premios FITUR ponen en valor la dedicación de instituciones, empresas, profesionales e investigadores que trabajan por fortalecer la imagen del sector turístico, impulsar la creación de nuevos productos que amplíen y diversifiquen la oferta, fomentar el desarrollo sostenible y promover la investigación académica y científica como motor de evolución de la industria, basada en el conocimiento y el análisis.

El evento, organizado por IFEMA MADRID, ha contado con la presencia de Ana Muñoz Llabrés, directora general de Políticas Turísticas del Ministerio de Industria y Turismo; Quirino Ordaz, embajador de México en España; Marco Sansavini, presidente de Iberia y del Comité Organizador de FITUR; Daniel Martínez, vicepresidente ejecutivo de IFEMA MADRID; y Arancha Priede, directora general de Negocio Ferial y Congresos de IFEMA MADRID; entre otras autoridades y representantes de los destinos y proyectos galardonados.

Estos premios, en palabras de Daniel Martínez, vicepresidente ejecutivo de IFEMA MADRID, “representan lo mejor de un sector dinámico, resiliente y en constante evolución y son una inspiración por su buen hacer en la promoción



y proyección del turismo; un sector que hace de FITUR su plataforma privilegiada para abrir nuevas sendas de crecimiento y oportunidades en el mercado global”.

En esta edición, los galardones estrenan un diseño exclusivo creado por Teresa Sapey. La escultura, titulada ‘Los Mundos que se unen en

FITUR’, está compuesta por anillos entrelazados de madera de abedul que simbolizan las diversas culturas, lenguas y regiones que convergen en la feria. Cada circunferencia representa un mundo en diálogo, mientras que su base de latón aporta solidez, reflejando el equilibrio entre diversidad y tradición que caracteriza a FITUR.

TRAVELERNEWS

Royal Caribbean revela el nuevo Legend of the Seas con un nuevo nivel de experiencias familiares



Royal Caribbean trae el tiempo en familia más memorable de la vida en Legend of the Seas* con más aventuras que nunca. Legend ofrecerá las vacaciones más audaces para visitar los principales destinos del mundo en Europa y el Caribe Sur, con una serie de experiencias inigualables, que incluyen adrenalina y formas de relajarse, la mayor oferta gastronómica en el mar con 28 opciones, nuevas experiencias para disfrutar de la noche y del entretenimiento, y más formas para que las familias y los vacacionistas creen recuerdos para toda la vida.

En julio de 2026, los vacacionistas podrán disfrutar de toda la acción en los ocho vecindarios de Legend, que son destinos en sí mismos. En la cubierta hay nuevas experiencias gastronómicas que transportan a los huéspedes a las antiguas Rutas de la Seda en el inmersivo Royal Railway – Legend Sta-

tion o a la edad de oro en el nuevo Hollywoodland Supper Club, entretenimiento espectacular con el éxito de Broadway Roald Dahl's "Charlie and the Chocolate Factory", experiencias familiares reinventadas desde emociones hasta nuevas formas de alojarse y más. Los vacacionistas listos para explorar lo que les espera en Legend pueden reservar las tan esperadas vacaciones en el sitio web de Royal Caribbean.

"Con Legend of the Seas, estamos dando vida a nuestras vacaciones más legendarias mientras seguimos superando los límites con más de lo que los huéspedes conocen y aman", dijo Michael Bayley, presidente y CEO, Royal Caribbean. "Los que buscan aprovechar al máximo sus vacaciones pueden tenerlo todo con la combinación de experiencias llenas de aventuras y destinos increíbles en Europa y el Caribe que ofrece Legend."

Comienza en Cáceres la V Convención Turespaña, Experiencias que transforman: construyendo el mejor turismo



La Convención Turespaña, que este año celebra su quinta edición, arranca este martes 7 de octubre en el Palacio de Congresos de Cáceres, organizada por el Instituto de Turismo de España (Turespaña) con el apoyo de la Consejería de Turismo de la Junta de Extremadura. En esta primera jornada de trabajo dedicada a las reuniones bilaterales de los consejeros y consejeras de Turismo en el exterior y el personal de servicios centrales de Turespaña están programados cerca de 1.000 encuentros con destinos y empresas turísticas. Como novedad, este mismo día, tendrán lugar las presentaciones de Tendencias de Mercado (Market Insight) de China, LATAM e Italia, una serie de encuentros de 30 minutos

con el objetivo de realizar un repaso de estos mercados para transmitir los datos macroeconómicos, las variables turísticas, las tendencias, la demanda, o las conexiones, entre otras cuestiones.

A la inauguración oficial de la Convención Turespaña, el día 8 de octubre, asistirán el ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, María Guardiola, presidenta de la Junta de Extremadura y Rafael Mateos, alcalde de Cáceres. En esta ocasión, bajo el título "Experiencias que transforman: construyendo el mejor turismo", los debates se centrarán en las experiencias como eje vertebrador de un desarrollo turístico más diverso, desconcentrado, responsable y competitivo.

TRAVELERNEWS

Princess nombra a Camila y Matthew McConaughey padrinos del Star Princess

Princess ha anunciado que Camila y Matthew McConaughey serán los padrinos del nuevo Star Princess, continuando con una tradición que ha contado con personalidades de la talla de la Princesa Diana, Audrey Hepburn y Sophia Loren. Los McConaughey bautizarán el barco más innovador de la naviera, marcando así el inicio de una nueva generación de cruceros para Princess.

“Es un honor para nosotros ser padrinos del Star Princess”, declararon Camila y Matthew McConaughey. “Con Princess no se trata solo de unas vacaciones, sino de tiempo bien invertido: familias y amigos que se reúnen, nuevas amistades, recuerdos para toda la vida. Este barco lleva ese espíritu en su esencia y nos sentimos orgullosos de formar parte de su historia desde el principio.”

Camila y Matthew McConaughey, cofundadores de Pantalones Organic Tequila, aportan su espíritu dinámico y su creatividad a esta tradición marítima centenaria. Juntos, representan valores como la pasión, la generosidad y la innovación, que conectan profundamente con la filosofía de Princess. “Estamos encantados de que Camila y Matthew McConaughey sean los padrinos del Star Princess”, afirmó Gus Antorcha, presidente de Princess. “Su pasión por la vida, su compromiso con ayudar a los demás y su carisma inconfundible los convierten en la pareja perfecta para bautizar nuestro nuevo barco. Con su calidez y su espíritu, encarnan los valores que definen a Princess, y nos sentimos felices de darles la bienvenida a nuestra familia de una manera tan especial.”

En toda la flota, Princess ofrece cócteles exclusivos elaborados con Pantalones Organic Tequila, entre ellos el favorito de los pasajeros, la 24K Gold Margarita. Su tequila también forma parte de la colección Love Line Premium Liquors de Princess, que incluye una cuidada selección de vinos y licores, tanto tradicionales como opciones sin alcohol.

El Star Princess, con 177.800 toneladas y capacidad para 4.300 pasajeros, es el buque gemelo del galardonado Sun Princess. Ofrece 30 espacios gastronómicos y de ocio y una programación de entretenimiento cuidadosamente diseñada. Entre sus exclusividades destaca The Sanctuary Collection, un refugio privado en alta mar con restaurante exclusivo, el Sanctuary Club (una zona con piscina solo para adultos) y servicios diseñados para establecer un nuevo estándar de lujo en el mar.

Con más de 1.500 camarotes con balcón, los pasajeros podrán disfrutar de vistas panorámicas desde la comodidad de su habitación. Otros espacios emblemáticos son:

The Dome, un innovador espacio de relax y entretenimiento de nueva generación.

The Princess Arena, el teatro más avanzado tecnológicamente de Princess.

The Piazza, el centro arquitectónico del barco, con curvas espectaculares, ventanales de suelo a techo y vistas infinitas al océano.

El 4 de octubre de 2025, el Star Princess debutará en el Mediterráneo con cruceros



desde Barcelona antes de cruzar el Atlántico para iniciar su temporada caribeña desde Fort Lauderdale el 7 de noviembre de 2025. Tras esta etapa, navegará por el Canal de Panamá rumbo al Pacífico para comenzar su primera temporada en Alaska. Los viajes del Star Princess para 2025, 2026 y 2027 ya están disponibles para reservar.

Camila Alves McConaughey es empresaria, autora superventas del New York Times y fundadora de Women of Today. El actor y autor Matthew McConaughey es reconocido por sus premiadas interpretaciones, sus libros de éxito y su destacada labor filantrópica.

TRAVELERNEWS

Cunard Desvela Nuevos Sabores y Entretenimiento para la Temporada Inaugural de Queen Elizabeth en el Caribe

Reflejando su compromiso de ofrecer experiencias de entretenimiento y gastronomía tan grandiosas como el propio viaje, la naviera premium Cunard revela un nuevo programa de ofertas exclusivas a bordo de Queen Elizabeth durante algunos de sus viajes al Caribe en 2025-2026. Estas incluyen una impresionante selección de experiencias culinarias que siguen elevando el estándar de la gastronomía a bordo, junto con casi 120 actuaciones teatrales de tiempo limitado, asegurando que cada viaje sea tanto un festín



para los sentidos como un lujoso recorrido por los océanos.

“En Cunard, estamos orgullosos de nuestras colaboraciones con compañías teatrales

emblemáticas de Broadway y del West End, artistas premiados y chefs de clase mundial que saben combinar la conexión cultural con la creatividad culinaria”, comentó Katie McAlister, presidenta de Cunard.

“Queen Elizabeth presentará nuevas y extraordinarias actuaciones, mientras que las ofertas gastronómicas y una selección de excursiones en tierra conectarán auténticamente a nuestros pasajeros con la increíble variedad de destinos en nuestros viajes.”

DIT Gestión ofrece formación exclusiva sobre el Imsero para sus agencias asociadas

DIT Gestión ha cerrado esta semana un ciclo de webinars exclusivos dirigido a sus agencias, en colaboración con Turismo Social, Mundiplan y Legálitas, con el objetivo de preparar la inminente campaña del Imsero. La comercialización de los viajes correspondientes a la temporada 2025-2026 arranca el próximo lunes 6 de octubre, en lo que se perfila como una de las campañas más relevantes del año para el canal minorista. Estos programas, orientados al público sénior y caracterizados por su alta demanda y precios asequibles, suponen una fuente de negocio fundamental para las agencias de viajes. Las sesiones formativas comenzaron el miércoles 1 de octubre con Turismo Social y Mundiplan, los dos operadores encargados de comercializar los viajes en esta edición. Durante

los encuentros, los agentes pudieron conocer de primera mano el funcionamiento de los sistemas de reservas, acceder a demostraciones prácticas y resolver dudas en tiempo real, lo que les permitió anticiparse a los procesos antes de la apertura oficial de ventas.

El ciclo se completó el jueves con la participación de Legálitas, que presentó un seguro diseñado específicamente para viajeros sénior. Este producto se suma a la oferta de las agencias asociadas a DIT Gestión, aportando un valor añadido clave: seguridad y confianza para los clientes que contraten sus vacaciones del Imsero.

Gracias a esta formación, los profesionales cuentan ahora con información detallada sobre procedimientos, destinos y condiciones de reserva, lo

que les permitirá afrontar con mayor preparación el inicio de la campaña.

Compromiso con las agencias

Con esta iniciativa, DIT Gestión refuerza su compromiso con el canal minorista en un momento estratégico. El grupo no se limita a facilitar producto, sino que apuesta por dotar a sus agencias de herramientas, soluciones

y formación que aseguren tanto la satisfacción del cliente como la rentabilidad del negocio. La clave, según el grupo, está en adelantarse a las necesidades del mercado, despejar dudas y garantizar que cada agencia pueda atender a sus clientes con confianza, rapidez y profesionalidad en el arranque de una temporada especialmente significativa como la del Imsero.



TRAVELERNEWS

World2Meet y Live Nation España firman una alianza estratégica única en el sector para promover el turismo musical

World2Meet, referente en el sector turístico, y Live Nation España, compañía líder mundial en entretenimiento en vivo, han anunciado una alianza estratégica y pionera con el objetivo de enriquecer la experiencia de los fans y facilitar que su viaje a los conciertos sea más cómodo y completo. A través de este acuerdo, World2Meet aportará su experiencia y conocimiento sobre el sector turístico mientras que Live Nation España aportará su liderazgo en la organización de eventos musicales de primer nivel.

En el marco de esta colaboración nace una nueva forma de viajar, pionera en España, que combina

dos industrias cada vez más unidas: el sector turístico y la industria musical. Dentro de esta nueva propuesta, los amantes de la música disfrutarán de condiciones especiales y exclusivas que se traducirán en una experiencia más completa, cómoda y personalizada, que les permitirá vivir la música en directo con la tranquilidad de un viaje adaptado a sus necesidades. En palabras de Gabriel Subías, CEO de World2Meet: "Este acuerdo con un líder como Live Nation España representa un paso decisivo en nuestra estrategia, permitiéndonos consolidar el turismo musical como un eje diferencial dentro de la propuesta de valor de World2Meet. A través de



esta alianza, reforzamos nuestro compromiso con la innovación en el sector y ampliamos nuestra ca-

pacidad para acercar a los viajeros a los grandes eventos musicales con un servicio integral".

Emirates, flydubai y Dubai Finance se asocian para impulsar la "Estrategia Dubái Sin Efectivo"

Emirates y flydubai han firmado dos Memorandos de Entendimiento (MdE) con Dubai Finance (DOF) para impulsar iniciativas de pago digital y promover la "Estrategia Dubái Sin Efectivo" entre los viajeros internacionales, consolidando la posición de la ciudad como centro global de la economía digital. Con más de 18,7 millones de turistas que visitaron Dubái en 2024, los viajeros que dependen del efectivo representan el mayor potencial latente del emirato para la adopción de pagos digitales.

Se han firmado dos Memorandos de Entendimiento por separado entre Adnan Kazim, vicepresidente y director comercial de Emirates; y Hamad Obaidalla, director comercial de flydubai; junto con Ahmad Ali Meftah, director eje-

cutivo del Sector de Cuentas Centrales del DOF; en presencia de Su Alteza el Jeque Ahmed bin Saeed Al Maktoum, presidente y director ejecutivo de Emirates Airline & Group; Su Excelencia Abdulrahman Saleh Al Saleh, director general del DOF; y altos ejecutivos de Emirates Group y flydubai. Adnan Kazim ha afirmado: "La alianza estratégica de Emirates con el DOF representa una oportunidad significativa para acelerar la adopción de pagos digitales en nuestro ecosistema turístico. Al aprovechar nuestra experiencia e infraestructura combinadas, apoyamos la visión de Dubái para una economía sin efectivo e impulsamos directamente las ambiciones de la Agenda D33, al caminar hacia el modelo de negocio de un turis-



mo digital que priorice la experiencia del visitante. Con nuestra red global, Emirates también promoverá el ecosistema sin efectivo de Dubái a nivel internacional, animando a millones de visitantes ca-

da año a adoptar soluciones digitales seguras desde el momento en que reservan su billete. Esperamos que lo que estamos construyendo hoy se convierta en el modelo que sigan otras grandes ciudades".

TRAVELERNEWS

DIGITRIPS, líder francés en soluciones de distribución de viajes B2B y B2B2C, anuncia una ambiciosa expansión europea con el nombramiento de Vicki Wickens

El proveedor francés de soluciones de distribución de viajes B2B DIGITRIPS Group ha confirmado hoy un ambicioso plan de expansión europea con el nombramiento de Vicki Wickens como vicepresidenta de Crecimiento Internacional, aportando su valiosa experiencia adquirida en puestos de responsabilidad en Gimmonix, Sabre y Expedia Group.

DIGITRIPS busca establecer una presencia duradera en otros mercados europeos clave con sus soluciones tecnológicas modulares para viajes. Este plan de crecimiento internacional se produce después de que DIGITRIPS se haya convertido en la plataforma B2B y B2B2C líder en Francia, con más de 5 millones



de reservas gestionadas desde su fundación hace 10 años, y de sus recientes lanzamientos exitosos en Benelux e Italia. Su competitiva cartera, que comprende 1,2 millones de ho-

teles, vuelos de más de 500 aerolíneas, traslados, paquetes dinámicos y una amplia gama de servicios de valor añadido, está diseñada para expandirse rápida y fácilmente por toda Europa,

reforzando la posición de DIGITRIPS como socio tecnológico de confianza para el sector de los viajes y motor clave de la innovación y el crecimiento en todo el continente.

“Estamos encantados de dar la bienvenida a Vicki Wickens como vicepresidenta de crecimiento internacional», declara el cofundador de DIGITRIPS, Nicolas Brumelot. «Este nuevo nombramiento y cargo reflejan nuestro compromiso de reforzar nuestro equipo directivo en nuestro esfuerzo por expandirnos y crecer. Vicki no solo aporta una gran experiencia en ventas y desarrollo empresarial, sino también un profundo aprecio por nuestra cultura y nuestros valores”

COPTURISMO promueve la inclusión del concepto de ‘Sostenibilidad Turística Digital’ en la actualización de la Carta Mundial de Turismo Sostenible de Naciones Unidas +30

El Colegio Oficial de Profesionales en Turismo de Canarias (COPTURISMO) ha celebrado este jueves 2 de octubre en Gran Canaria, en el Hotel Lopesan Costa Meloneras, Resort & Spa, la Jornada Profesional 10 años de Prevención de Ciberdelitos en la Industria Turística (2015-2025), un encuentro clave para el futuro digital de la industria turística, con el propósito de que Canarias continúe siendo el destino turístico nacional e internacional de referencia en materia de prevención de ciberdelitos. Esta Jornada Profesional constituye un punto de encuentro estratégico entre profesionales del turismo, expertos en ciberseguridad, autoridades públicas y académicos, con el objetivo de reflexionar sobre los avances y desafíos en la prevención de delitos in-

formáticos que afectan a la industria turística. Ha contado además con la participación de representantes de entidades líderes como Microsoft España, Telefónica Tech, Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), Turismo de Gran Canaria, Binter Canarias, Iberia, Lopesan Hotel Group, Policía Nacional, Guardia Civil, SEGITTUR, Grupo CDV, FORTINET, Rodma Solutions, Cátedra UNESCO de Turismo Sostenible, Institutos de Investigación TIDES e IDETIC de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), Círculo Internacional de Directores y Directoras de Hotel (CIDH), Escuela Universitaria Turística de Lanzarote (EUTL), CREATÍVICA, 112



Canarias, Servicio de Urgencias Canario del Gobierno de Canarias, Asociación Insular de Empresarios de Hoteles y Apartamentos de Lanzarote (ASOLAN), Federación Turística de Lanzarote, Marina Innova Hub, CIT de Gran Canaria, Turismo de Tenerife y otras instituciones y empresas clave.

TRAVELERNEWS

La Diputació de València destina 400.000 euros a potenciar el turismo en los municipios con riesgo de despoblación

La Diputació de València, a través del área de Turismo que encabeza el diputado Pedro Cuesta, destinará este año un total de 400.000 euros para impulsar el turismo en los municipios rurales de la provincia reconocidos como en riesgo de despoblación. Los ayuntamientos que obtengan estas ayudas deberán dedicarlas a potenciar la creación y generación de productos turísticos, así como al mantenimiento de infraestructuras y equipamientos en este ámbito.

La corporación provincial ha abierto la convocatoria de estas subvenciones, que se concederán por concurrencia competitiva y



“consolidan la especial apuesta de la Diputación por el desarrollo de los municipios de interior de la provincia, con otras líneas de acción paralelas como el programa ‘Fem Poble de Turismo contra la Despoblación’, o el de actividades

de observación de aves ‘Birding per l’Interior’”, según ha destacado el diputado de Turismo y Deportes, Pedro Cuesta.

“Son acciones que actúan de forma transversal en la provincia y todas con el objetivo de poten-

ciar el desarrollo del turismo, especialmente en los municipios más pequeños y de interior, donde esta actividad fomenta claramente la economía local y contribuye así a evitar su despoblación”, ha explicado Cuesta. El plazo de presentación de solicitudes concluye el próximo 23 de octubre y éstas se deben tramitar exclusivamente a través de la Sede Electrónica de la Diputació de València.

Cada entidad local beneficiada optará a recibir una cuantía máxima de 6.000 euros. Las bases de la convocatoria pueden consultarse en la página web del área de Turismo de la Diputació.

Los cruceros de Norwegian Cruise Line®: diseñados para que cada generación descubra El Caribe a su manera

El Caribe siempre ha sido sinónimo de desconexión y tranquilidad, pero los viajeros de hoy en día buscan mucho más que sol y playa. La tendencia se está desplazando hacia experiencias en las que, sin importar la edad, cada pasajero pueda disfrutar del viaje a su manera, especialmente en cruceros de larga distancia donde se puede disfrutar mucho más a bordo. NCL, compañía innovadora en cruceros a nivel mundial, ofrece todo tipo de opciones para todo tipo de viajeros lo que se traduce en más libertad y flexibilidad a la hora de reservar.

Durante todo el año, la compañía ofrece a los viajeros una amplia oferta de cruceros por el Caribe a bordo de barcos de categoría upper-contemporary, como el Norwegian Epic®, Norwegian Aqua® y el Norwegian Escape®. Cada viaje está diseñado para que cada generación—desde la Generación X hasta los Millennials y la Generación Z—pue-

da descubrir su propia forma de vivir una experiencia única en el Caribe.

A bordo del Norwegian Escape® o el Norwegian Epic®, la Generación X encuentra el aliado perfecto para un viaje tranquilo, elegante y enriquecedor. En el corazón de esta propuesta se encuentran el Mandara Spa, un espacio que ofrece más de 50 tratamientos especializados, así como The Haven, un espacio exclusivo dentro del barco que ofrece suites de alto nivel, servicio de mayordomo personal, áreas privadas y servicios premium que convierten la experiencia en un auténtico lujo.

Dentro de las opciones caribeñas, NCL ofrece un itinerario de 7 noches en el Norwegian Epic® con salida desde San Juan, Puerto Rico, incluyendo escalas en destinos como Oranjestad (Aruba), Willemstad (Curazao), Castries (Santa Lucía) y Basseterre (San Cristóbal), an-



tes de regresar a San Juan.

Los millennials buscan el equilibrio perfecto entre flexibilidad, descanso y momentos de diversión en familia. Con este espíritu, el Norwegian Aqua ofrece una amplia gama de propuestas family-friendly: desde restaurantes de especialidades como Le Bistro o Cagney's Steakhouse, hasta clubes infantiles supervisados como Splash Academy,

donde los más pequeños disfrutan de juegos creativos, actividades deportivas y mucho más. A bordo también destacan experiencias únicas como el Aqua Slidecoaster, el primer híbrido de montaña rusa y tobogán acuático del mundo, así como espacios de relax y desconexión para los adultos, como el Mandara Spa o el exclusivo Vibe Beach Club.

TRAVELERNEWS

Turisme Comunitat Valenciana reafirma su compromiso de abrir un nuevo centro de turismo de interior en Alcoy



El director general de Turismo, Israel Martínez, ha mantenido este jueves una reunión institucional con el alcalde de Alcoy, Toni Francés, y la concejal de Turismo, Lorena Zamorano, para abordar el estado del proyecto del Centro de Turismo de Interior (CdTi) de Rodés, así como para reforzar la apuesta conjunta por la formación turística en las comarcas del interior.

Tras el encuentro, Israel Martínez ha informado que “por parte de Turisme Comunitat Valenciana se mantiene el firme compromiso con la financiación, la formación y el desarrollo turístico del interior, y se seguirá trabajando para que el CdTi de Rodés sea pronto una realidad, con la colaboración leal de todas las administraciones implicadas”.

En este sentido, el director general de Turismo ha informado que “este encuentro ha servido

para avanzar en la formalización del convenio para proceder a la apertura de las instalaciones”; y ha subrayado que “desde Turisme se ha manifestado la máxima disposición para colaborar en esta fase, con el objetivo de dotar al centro de una programación formativa estable, de calidad y con una gestión eficiente y sostenible en el tiempo”.

De este modo, Israel Martínez ha avanzado que “la voluntad de ambas partes es la puesta en funcionamiento del nuevo CdTi de Alcoy lo antes posible, si todos los trámites se cumplen”. “Desde la Generalitat - ha continuado -, buscamos que este nuevo CdT sea un referente en turismo de interior e innovación”. Al tiempo que ha querido destacar la colaboración conjunta de Turisme CV con el Ayuntamiento de Alcoy en el desarrollo de un modelo de CdT “totalmente optimizado para la comarca”.

Valenciaport abre al público la exposición ‘El Marítim, a peu de carrer’, con la que recorre el callejero marítimo de València



La exposición de Valenciaport ‘El Marítim, a peu de carrer’ abre hoy sus puertas al público. La muestra, que es de entrada gratuita, busca que vecinos y visitantes se sumerjan en la memoria viva de los “poblats de la mar”, los barrios marineros de València, cuya identidad ha estado siempre ligada al Mediterráneo y llenan el callejero de la ciudad.

Edificio del Reloj es la sede de esta exposición, que podrá verse hasta el próximo 9 de noviembre. El horario de visitas es de 11 a 19 horas de lunes a domingo. La apertura al público de la muestra ha contado con la presencia de la comisaria de la misma, la historiadora del Arte, Ester Medán, especialista en historia de la arquitectura, de la ingeniería y de las obras públicas. Medán ha explicado que la

muestra hace todo un recorrido a través de paneles con texto, imágenes históricas, objetos y recuerdos sobre la pesca, el comercio, la defensa de la costa y el ocio, como factores transformadores de la comunidad portuaria y de la propia ciudad de València, que recoge en su callejero una parte de esta historia marítima y portuaria.

En este sentido, como ocurre en toda ciudad, los nombres de calles y plazas son un reflejo vivo de su pasado. En este caso, la exposición recoge y pone en valor la historia de algunos de los topónimos actuales vinculados al Distrito Marítimo de València, formado por la anexión a finales del siglo XIX de barrios como la Malva-rosa, Poble Nou de la Mar, Cap de França, Cabanyal, Canyameler, Vilanova del Grau o Natzaret.

TRAVELERNEWS

Pasajeros reconocen a LATAM Airlines como “Aerolínea Líder de Sudamérica en 2025”

Las nuevas suites de Clase Ejecutiva, el lounge más grande de Sudamérica y la incorporación de nuevas tecnologías durante la experiencia de viaje fueron algunas de las razones por las que los pasajeros eligieron a LATAM Airlines, por décimo año consecutivo, como “Aerolínea Líder de Sudamérica 2025” (South America’s Leading Airline) en los World Travel Awards.

Adicionalmente, la compañía aérea fue reconocida en la categoría “Mejor lounge de la región” (South America’s Leading



ding Airline Lounge 2025), gracias a su exclusivo espacio para pasajeros en el aeropuerto de Santiago de Chile, el más grande de Sudamérica y

uno de los más valorados por los clientes.

“Recibir este reconocimiento en los World Travel Awards

nos llena de orgullo y demuestra que estamos en el camino correcto al poner a nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos. Este logro solo es posible gracias a la confianza de quienes vuelan con LATAM Airlines y a la dedicación de nuestros colaboradores, que hacen de cada viaje algo especial. Seguiremos evolucionando para ofrecer siempre la mejor experiencia a quienes eligen viajar con nosotros”, señaló Paulo Miranda, vicepresidente de Clientes de LATAM Airlines Group.

HOSTAL BLAYET, GRUPO PORTOLITO, ROMÁN NAVARRO, BODEGAS VICENTE GANDÍA O 2 ESTACIONES, GALARDONADOS EN LOS PREMIOS HOSTELERÍA VALENCIA 2025

La Federación Empresarial de Hostelería de Valencia (Hostelería Valencia) entregó el lunes 6 de octubre en el Auditorio Mar Rojo del Oceanográfico los Premios Hostelería Valencia 2025. Los premios tienen como objetivo reconocer el trabajo y la trayectoria de los profesionales, empresas e instituciones que han contribuido a dignificar y mejorar el sector hostelero de la provincia de Valencia.

Premios Hostelería Valencia 2025:

- Trayectoria profesional: Grupo Portolito
- Emprendedor hostelero: Román Navarro - Familia Tonyina
- Diseño en hostelería: Atenea Sky
- Innovación y calidad: Nou Gourmet
- Comunicación gastronómica: Maje Martínez
- Servicio de Sala:

Inês Correira – Jefa de Sala Orobianco
- Gastronomía sostenible: 2 Estaciones
- Empresa familiar hostelera: Hostal Blayet
- Fidelidad y apoyo al sector: Bodegas Vicente Gandía en su 140 Aniversario
Durante la gala se entregará también una Mención especial a Vicente Rioja por el centenario del Restaurante Rioja de Benisanó.

En esta edición también se otorgaron una serie de menciones especiales a organizaciones y empresas por su actuación ante la Dana. En ese sentido se reconoció la labor a World Central Kitchen, al Banco de Alimentos de Valencia y una mención especial a las empresas hosteleras afectadas que recogió de forma simbólica Raúl Aliaga, de la Taberna Aliaga de Catarroja. Un jurado profesional ha sido el encargado de



valorar las numerosas candidaturas que se han presentado en esta edición. Ha estado formado por Sergio Terol, presidente de la Academia de la Gastronomía de la Comunidad Valenciana, Belén Arias, miembro de la Academia de Gastronomía de la Comunidad Valenciana, Cuchita Lluch, miembro de la Real Academia Española de la Gastronomía, la periodista y directora de

la guía Hedonista Paula Pons, Mónica Morales responsable del área de Turismo de Cámara Valencia, Luis Valls, chef del restaurante El Poblet (2 Estrellas Michelin), Manuela Romeralo, Premio Nacional de Gastronomía, Nuria Sanz, presidenta de la Asociación de Restaurantes de Valencia, y los gerentes de Makro, Francisco López y Alexandru Tmesu.

TRAVELERNEWS

Consultia Business Travel reúne en Valencia a sus clientes para presentar las novedades de su solución Destinux



Consultia Business Travel, empresa especializada en la gestión integral de viajes de negocio, organizó un encuentro exclusivo con sus clientes en The Terminal Hub, Valencia. El evento tuvo como objetivo principal conversar sobre las necesidades actuales de los viajes corporativos y presentar las últimas novedades de Destinux, su solución tecnológica diseñada para efficientar e integrar la gestión y planificación estratégica de los viajes de negocio. Durante la sesión, los asistentes pudieron conocer de primera mano casos concretos de otros clientes, quienes destacaron cómo Destinux ha reforzado su ventaja competitiva al digitalizar la gestión de sus viajes corporativos. La jornada se planteó como un espacio de diálogo directo, donde los participantes pudieron compartir experiencias e indagar en nuevas oportunidades de desarrollo para seguir evolucionando esta potente tecnología. El evento contó con la participación de Juan Manuel Baixauli,

fundador y CEO de Consultia Business Travel; Ignacio González, director general de la compañía; y Anabel Leal, directora de Business Travel, quienes guiaron la sesión y presentaron las novedades de Destinux. En palabras de Ignacio González, "este tipo de encuentros nos permite no solo mostrar nuestra innovación tecnológica, sino también reforzar nuestra relación con los clientes y entender de primera mano sus retos en la gestión de viajes corporativos". Según Juan Manuel Baixauli, "con Destinux no solo digitalizamos procesos, sino que incorporamos capacidades de IA que permiten anticipar necesidades, optimizar costes y ofrecer una experiencia más personalizada y segura a cada empresa". Por su parte Anabel Leal "el cliente no solo cuenta con una solución innovadora, ponemos a su disposición un agente altamente especializado que entiende a fondo las necesidades de cada empresa y ofrece un acompañamiento personalizado"

El gasto turístico crece un 7% mientras el empleo en el sector sigue sin despegar



El gasto total de los turistas internacionales hasta agosto ascendió a 92.463 millones de euros, lo que supone un incremento del 7,1% respecto al mismo periodo de 2024, según los datos que publica hoy el Instituto Nacional de Estadística (INE).

En cuanto al número de turistas internacionales que llegaron a España en los primeros ocho meses de 2025, la cifra supera los 66,8 millones, con un crecimiento del 3,9% en relación al mismo periodo del año anterior.

Sin embargo, para CCOO Servicios, estas nuevas cifras récord no se han traducido en una mejora del empleo en el sector ni en términos de crecimiento ni de mejora de salarios y condiciones laborales. El empleo destinado a atender la campaña turística del verano 2025, ha sido reforzado en menor medida que el año anterior, según recoge nuestro último informe sobre turismo en España.

Con los últimos datos de afiliación a la Seguridad Social, se constata que este año ha habido aprox. 63mil personas más que el año pasado, tra-

bajando en los 2 sectores directamente afectados por la campaña turística de verano: el comercio minorista (+1,6%; +24mil) y la hostelería, tanto en el subsector de la restauración (+1,9%; +23mil), como en el del alojamiento (+3,5%; +16mil).

Un crecimiento insuficiente que ni siquiera alcanza el ritmo de crecimiento medio del empleo en el conjunto de la economía española para este mismo periodo: +2,8% de media vs. +1,9% en restauración y +1,6% en comercio minorista. Desde CCOO Servicios, teniendo en cuenta la evolución del empleo en los veranos de 2022 y 2023, habíamos fijado una expectativa de crecimiento del empleo del 4% anual para la campaña de verano de 2025. Visto el crecimiento de récord que arrojan las cifras de turistas y el incremento de la demanda de alojamiento en hoteles, el contraste con el dato de creación de empleo refleja que, en un año en el que el turismo vuelve a generar cifras de récord, el sector del alojamiento no está creando los puestos de trabajo que requiere.