

Semana 27 Octubre - 2 Noviembre 2025

# GacetaTraveler

**Newsletter Semanal de los Agentes de Viaje en España**

**WWW.GACETADELTURISMO.COM**

Entrevista a **Alejandra Agudelo**,  
Gerente Regional Head of Sales Avianca Europa

**“HEMOS TRAÍDO LA EXPERIENCIA DE VOLAR  
EN AVIANCA AL CENTRO DE MADRID”**



**Valencia, epicentro de la industria del turismo con la celebración de los Premios Gaceta a los Líderes del Turismo, con más de 350 asistentes**



**Finnair lanza Valencia-Helsinki para primavera 2026**



**Últimos preparativos para la V Convención DIT Gestión: Punta Umbría se prepara para recibir al sector turístico**



# Valencia, epicentro de la industria del turismo con la celebración de los Premios Gaceta a los Líderes del Turismo, con más de 350 asistentes



## EDICIÓN ESPECIAL LÍDERES DEL TURISMO

En nuestra próxima edición de la revista digital e impresa dedicaremos un gran especial de más de 50 páginas a este importante evento de nuestro sector. ¡No os lo perdáis!

**U**n año más, Gaceta del Turismo rinde homenaje a las empresas líderes del sector, en la X Edición de la Noche Mediterránea del Turismo con la entrega de los galardones Gaceta a los Líderes del Turismo. El evento se celebró nuevamente en el prestigioso hotel Las Arenas Balneario Resort 5\* GL de la ciudad de Valencia, reuniendo a más de 350 profesionales, los principales actores de la industria turística en un entorno envidiable.

La ceremonia comenzó a las 20:30 horas con la entrega de premios a las empresas en diversas categorías, reconociendo la excelencia y el buen hacer en áreas como la hospitalidad, la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la promoción turística. Empresas destacadas como hoteleros, agencias de viajes, líneas aéreas, operadores turísticos, navieras y cruceros y del sector gastronómico fueron galardonadas por su dedicación y contribución al desarrollo del sector.

Tras el acto de entrega de premios, la gala culminó con un cóctel en el que los asistentes disfrutaron de una variada selección de platos gourmet y brindando por el éxito de la industria turística para esta temporada. En nuestra próxima edición de la revista digital e impresa dedicaremos un gran especial de más de 50 páginas a este importante evento de nuestro sector. ¡No os lo perdáis!

La entrega de premios de Gaceta del Turismo fue, una edición más, el evento más destacado que se celebra en la Comunitat Valenciana para reconocer el arduo trabajo y la dedicación de las empresas líderes del sector turístico.





## ALEJANDRA AGUDELO

GERENTE REGIONAL HEAD OF SALES AVIANCA EUROPA



# “Hemos traído la experiencia de volar en Avianca al centro de Madrid”

Bajo el eslogan “Latinoamérica comienza aquí”, Avianca, la aerolínea colombiana, realiza una invitación muy especial para vivir una experiencia única donde descubrir sabores, sonidos y sensaciones que conectan con la esencia de viajar con Avianca través de su Pop-Up Store.

“Nuestro objetivo es que os queremos invitar para que por favor vengan y nos visiten al Pop-Up Store de Avianca. Vamos a estar hasta el 2 de noviembre, en la calle Goya, desde las 12 del mediodía hasta las 8 de la tarde, con una experiencia maravillosa, donde vamos a encontrar sonidos de Latinoamérica y vamos a poder escoger nuestro destino ideal para viajar.

Conoceremos también, en detalle, la experiencia Insignia by Avianca: cómo funciona, qué atributos tiene y obviamente vamos a degustar un maravilloso café de Juan Valdés, que es una de nuestras marcas icónicas en Colombia”.

### Y qué es INSIGNIA BY Avianca? Vamos a poder probarlo desde el centro de Madrid?

“Afectivamente. Vais a poder probar y descubrir INSIGNIA by Avianca, la nueva clase ejecutiva que conecta Europa con América Latina. Es una cabina que ofrece las ventajas de los asientos Business Class con una propuesta premium que convierte el vuelo en una experiencia de confort y relax. Tendrás un menú de

alta cocina y entretenimiento integrado en tu próximo vuelo hacia y desde Europa».

### Lo que nos propones es como un viaje a Colombia sin salir de la ciudad...o

«Vais a despegar desde la calle Goya, 36, pero solo hasta el 2 de noviembre. Y cuando conozcas toda la experiencia que te mostramos, podrás participar en nuestra ‘ruleta de la fortuna’ y ganar premios. Así que os recomiendo que no se pierdan esta experiencia».

### Y en qué consiste esta iniciativa en Madrid?

«Sencillo. Tenemos una página web donde los visitantes que quieran conocer nuestro Pop-Up se pueden inscribir a algunas experiencias especiales que tenemos, desde un After Office, maridar una experiencia Business con una buena copa de vino en nuestros nuevos asientos de cabina; también te pueden apuntar a una degustación de los sabores latinos; conocer la ruta del oro de Oman Hurtado, un conocido orfebre de fama mundial. Y tenemos dos destinos clásicos: Costa Rica y Colombia. Hay que entrar en la web latinoamericanaes-avianca.com, y reservar una de esas experien-

cias. Pero recuerda, hasta el 2 de noviembre, no lo olviden».

### Y Avianca sigue siendo la compañía aérea más puntual?

«Este hito fue alcanzado gracias al trabajo y dedicación de las más de 14.000 personas que conforman el equipo de la aerolínea, así como al apoyo de proveedores, aliados y autoridades del sector. Conseguimos ese reconocimiento y seguimos trabajando para no perder ese título. Durante 2023, Avianca tuvo un indicador de puntualidad de 85,73%, más de dos puntos por encima del resultado de 2022. Esa fue la primera vez que una aerolínea en Colombia alcanzaba esta posición, y estamos muy orgullosos de ello».

En 2024, la aerolínea incrementó en un 27% el número de pasajeros transportados en comparación con 2019, antes de la Pandemia, y en 19% respecto a 2023.

La aerolínea cerró el año 24 con una red de 167 rutas en más de 25 países, 8 destinos nuevos y 14% de los pasajeros volando por primera vez, y transportó a más de 38 millones de personas, un récord histórico.

# FOTUR IMPULSA LA “PLAZA DE LA FELICIDAD” EN GASTRÓNOMA 2025, EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL OCIO Y LA GASTRONOMÍA VALENCIANA

La Federación de Ocio, Turismo, Juego, Actividades Recreativas e Industrias Afines de la Comunidad Valenciana (FOTUR) volverá a estar presente en Gastrónoma 2025, la mayor feria gastronómica del Mediterráneo, que se celebrará del 26 al 28 de octubre en Feria València. FOTUR participará activamente en la creación de la ya emblemática “Plaza de la Felicidad” (Acceso Pab. 3), un espacio de ocio dentro de la feria que se convertirá en el epicentro del ambiente festivo y gastronómico. Este espacio estará abierto el domingo 26 junto a Diputación de Valencia y València Turisme y el lunes 27 junto a Turisme Comunitat Valenciana, ofreciendo música en directo, coctelería y un punto de encuentro para expositores y visitantes.



En la Plaza de la Felicidad, los asistentes podrán disfrutar de una cabina de DJ, de la mano de la Asociación de Productores y Dj's de la Comunidad Valenciana (Prodj CV), barra de cócteles inteligentes, refrescos y cerveza, así como de un ambiente relajado

y animado para disfrutar del mejor tardeo. La música correrá a cargo de José Cabedo (ProDj-Tardeo Remember®), con una sesión que aportará ritmo y energía al evento. Dicho espacio de ocio servirá para diversión y deleite de los expositores y visitantes

de Gastrónoma 2025. Además, el Ayuntamiento de Torrent colaborará en el espacio de FOTUR ofreciendo información y una degustación de los tradicionales bollos de chocolate torrentinos, un producto típico de la localidad que encantará a los visitantes.

# THE TERMINAL HUB SE CONSOLIDA COMO EPICENTRO DE LOS EVENTOS SATÉLITE Y DE LOS ENCUENTROS CORPORATIVOS DEL VALENCIA DIGITAL SUMMIT 2025

El espacio de innovación de La Marina, The Terminal Hub, se convierte en el epicentro de los side events (los eventos paralelos y extras) del Valencia Digital Summit 2025 (VDS2025) y se posiciona como punto de encuentro corporativo durante estos días. Durante esta semana, la semana del VDS2025, The Terminal Hub es escenario de una intensa programación de eventos que reúne a los principales actores del ecosistema global de la innovación. El lunes acogió la recepción corporativa The Gap in Between, un evento concebido para dar la bienvenida a las empresas participantes y a los socios estratégicos del Summit. El martes se celebraron dos encuentros de alto nivel: el de CIOs (directores de tecnología de la información) de Área 101, que reunió a veinte líderes corporativos de innovación, y el Founders Day de Female Startup Leaders, centrado en el impulso del liderazgo femenino en el ámbito tecnológico. Y ayer culminó con el C-Level Summit, coorganizado con la Cámara de Comercio de Valencia, que reunió a más de un centenar de directivos para debatir sobre las

principales tendencias en tecnología, transformación digital e innovación abierta en inteligencia artificial. “Para nosotros, ser el epicentro de los eventos corporativos y paralelos del Valencia Digital Summit es una oportunidad única de seguir tejiendo conexiones reales entre corporaciones, startups e instituciones”, afirma Francesc Pons, director de The Terminal Hub que añade: “Queremos que este espacio sea el hogar de la innovación mediterránea, un punto donde el talento, la creatividad y la tecnología se encuentren de forma natural”. Como socio y patrocinador oficial del VDS2025, The Terminal Hub también es el espacio de trabajo de referencia para los directivos corporativos durante los días del evento. Y está acogiendo visitas y misiones internacionales procedentes de distintos ecosistemas de innovación, consolidando su papel como centro dinámico de conexión entre líderes empresariales y agentes del cambio. “Valencia está viviendo un momento extraordinario. El Summit y esta colaboración con Startup Valencia refuerzan algo que siempre hemos creído: que nuestra ciudad tiene el



talento, la energía y la visión para ser uno de los polos tecnológicos más vibrantes del Mediterráneo”, comenta Pons. TTH acogió, además, el pasado 2 de octubre, Go Digital de la Cámara de Comercio de Valencia que reunió a profesionales, empresas y expertos del ámbito tecnológico para explorar cómo la innovación digital puede impulsar el progreso y generar nuevas

oportunidades. En un entorno cada vez más digitalizado, Go Digital puso el foco en las personas como eje central de la transformación tecnológica, ofreciendo una experiencia dinámica con corners temáticos, showroom, entrevistas, concursos, contenido de alto nivel y amplias oportunidades de networking.



# BASSOLS SE INCORPORA A LA MESA DEL TURISMO DE ESPAÑA COMO EMPRESA COLABORADORA



**L**a Mesa del Turismo de España, presidida por Juan Molas, da la bienvenida a Bassols como nueva Empresa Colaboradora. Con una larguísima trayectoria confeccionando productos de alta gama para el sector hotelero y la restauración, esta reconocida firma textil aportará a la Mesa su visión anclada en la excelencia y la calidad de la hostelería.

Bassols, cuya historia se remonta a 1790, es una de las empresas textiles más longevas de Europa. Especializada en ropa de cama, baño y mesa de alta calidad, se ha consolidado como un referente en el sector hotelero de lujo, vistiendo con elegancia las mesas y las habitaciones de algunos de los hoteles más prestigiosos de nuestro país.

Entre sus valores corporativos sobresalen la sostenibilidad, la autenticidad, el dinamismo y la excelencia, principios que se materializan en su producción local, en el cuidado diseño de sus colecciones, en el servicio especializado que brinda a los profesionales del sector y en el uso de materiales de primera calidad. Con su incorporación al colectivo de Empresas Colaboradoras de la Mesa del Turismo de España, Bassols suma su aporte al objetivo de la Mesa de impulsar un

turismo de excelencia. La calidad del equipamiento hotelero, la sostenibilidad de los servicios, el confort y el diseño son aspectos cada vez más valorados y que contribuyen a definir la esencia del modelo turístico español. Asimismo, Bassols aporta experiencia y liderazgo en un sector clave para la imagen y la marca España. “Para la Mesa del Turismo es un honor dar la bienvenida a Bassols como Empresa Colaboradora. Su trayectoria centenaria y su relevancia en los ámbitos de la hostelería y la restauración, constituyen una valiosa contribución para seguir reforzando nuestra capacidad de influencia positiva en el sector turístico”, ha señalado Juan Molas, presidente de la Mesa del Turismo de España. En palabras de Marisa Tendero, CEO de Bassols, “formar parte de la Mesa del Turismo de España es un paso natural para una firma como Bassols, con raíces que se remontan a 1790 y con una profunda vocación de innovación. Nuestra experiencia en la hostelería de lujo nos ha enseñado que el confort, el diseño y la calidad son factores clave en la diferenciación del modelo turístico español. Queremos aportar nuestro legado y nuestro compromiso para seguir impulsando un turismo sostenible y de calidad”.



## NACE EL FORO VALÈNCIA SOSTENIBLE, UN NUEVO ESPACIO PARA IMPULSAR UNA CIUDAD MÁS SOSTENIBLE, RESILIENTE Y JUSTA

**E**l Ayuntamiento de València ha presentado hoy oficialmente el Foro València Sostenible, un nuevo órgano de trabajo y participación que reúne a los principales actores públicos, privados, sociales y académicos para impulsar proyectos conjuntos en materia de sostenibilidad y mejora climática. El acto, celebrado en el Bioparc de València, ha contado con la asistencia de representantes de instituciones públicas, empresas, universidades, asociaciones ciudadanas y medios de comunicación, convocados por la Concejalía de Mejora Climática. El foro nace con el propósito de construir una València más sostenible, resiliente y justa, y se enmarca en el compromiso de la ciudad con la Misión Europea de Ciudades Climáticamente Neutras y el proyecto de cogobernanza URBACT, que promueve nuevas formas de colaboración urbana en toda Europa.

### Un espacio de trabajo para toda la ciudad

El Foro València Sostenible se configura como un Comité Asesor de la ciudad en materia de sostenibilidad y mejora climática, con carácter técnico y estratégico. Su función será asesorar, coordinar y acompañar el desarrollo de las políticas públicas y proyectos locales relacionados con la transición ecológica, la adaptación y la protección del entorno urbano. En su intervención, el concejal de

Mejora Climática y presidente del Foro, Carlos Mundina, ha destacado que esta nueva estructura “nace con un propósito muy claro: reunir a todos los actores que tienen capacidad de transformar València en una ciudad más preparada ante los retos medioambientales y hacerla más competitiva desde el punto de vista económico y más comprometida con el bienestar de las personas y del planeta”.

Mundina ha subrayado que la iniciativa responde a un cambio de paradigma en la forma de abordar los desafíos ambientales. “Vivimos un momento crucial. La tecnología ya no es el principal obstáculo; el verdadero reto está en cómo cooperamos, cómo alineamos esfuerzos y cómo somos capaces de implementar juntos las soluciones que necesitamos”, ha afirmado.

Asimismo, el concejal ha explicado que el consistorio ejercerá un papel de facilitador y catalizador dentro del foro. “El propio Ayuntamiento genera apenas el 4 % de las emisiones totales de la ciudad. La verdadera transformación depende de la capacidad de movilizar, inspirar y apoyar la acción de todos los sectores: de las empresas que apuestan por la innovación verde, de las universidades que investigan y forman talento, de las entidades sociales que impulsan la transición justa y de una ciudadanía cada vez más comprometida con el futuro de València”, ha añadido.

# EL GRUPO NORWEGIAN OBTIENE UNOS RESULTADOS RÉCORD EN EL TERCER TRIMESTRE

**D**urante el tercer trimestre, el Grupo Norwegian registró un beneficio operativo (EBIT) de 3.071 millones de coronas noruegas (NOK). El margen operativo fue del 25,1 %, mientras que la posición de liquidez disminuyó a 10.500 millones de coronas noruegas (NOK) al final del trimestre.

“Estamos muy contentos de poder anunciar una vez más un trimestre récord. En agosto, repartimos nuestro primer dividendo de 0,90 coronas noruegas por acción a aproximadamente 75.000 accionistas. En términos generales, este ha sido un trimestre muy bueno, y me gustaría dar las gracias a todos mis compañeros de Widerøe y Norwegian por su extraordinario esfuerzo durante los meses más ajetreados del año. También merece especial reconocimiento el récord de pasajeros de Widerøe, que en septiembre alcanzó su máximo histórico en los más de 90 años de historia de la compañía”, ha afirmado Geir Karlsen, CEO de Norwegian.



En el tercer trimestre, el Grupo Norwegian transportó a 8.41 millones de pasajeros, de los cuales 7.28 millones fueron pasajeros de Norwegian y 1.12 millones de Widerøe. El factor de ocupación trimestral de Norwegian fue del 88,3 %, lo que supone un aumento de 0,3 puntos porcentuales con

respecto al año pasado, mientras que el de Widerøe fue del 77,5 %, lo que supone un descenso de 0,6 puntos porcentuales. La capacidad aumentó un 2 % y un 3 % para Norwegian y Widerøe, respectivamente.

El trimestre también se caracterizó por el sólido rendimiento operativo

de ambas aerolíneas. Widerøe destacó con un 98,2 % de vuelos programados realizados y una puntualidad del 91,8 %. Por su parte, Norwegian tuvo una puntualidad del 77,8 %, lo que supone un aumento de 3,6 puntos porcentuales con respecto al año pasado, y un 99,3 % de vuelos programados realizados. ●●●

# COL FRITA CON AJOS TIERNOS, EMBUTIDO VALENCIANO Y ALIOLI DE MEMBRILLO EN EL BOCATA VALENCIANO CREADO POR BERNA ORTÍ PARA MI CUB

**M**i Cub, el espacio gastronómico del Mercado de Colón, da la bienvenida al otoño ampliando su carta de almuerzos con una creación que promete: un bocata de col frita con ajos tiernos y embutido valenciano elaborado especialmente para la ocasión por Berna Ortí, alma mater del mítico Cal Carrero, ese templo de los almuerzos con más de 200 bocadillos. Un almuerzo de los de siempre, donde la estrella es la col frita, producto de temporada que se convierte en la base a la que le acompañan ingredientes tan nuestros como la morcilla, la longaniza y el tradicional blanquet, de Carnes Varea, del propio Mercado de Colón y que aportan sabor, textura y arraigo. “El reto era elaborar un bocata valenciano con productos muy nuestros y con un guiño a la temporada”, explica Berna Ortí. “Queríamos recuperar el sabor de

los almuerzos de antaño, de los que se disfrutaban en la huerta, con ingredientes humildes pero llenos de identidad. La col frita, los embutidos, el pan crujiente... son elementos que nos conectan con nuestras raíces. Este bocata es un homenaje al territorio, a lo que somos y a cómo comemos los valencianos”. El nuevo bocata se ha podido maridar con la nueva cerveza Turia Stark, que ha regresado fiel a su esencia original. Una lager especial de 5,5 % vol., dorada, brillante y de espuma blanca persistente. En nariz presenta suaves notas de malta y lúpulo; en boca, matices a cereal y hierbas con un amargor equilibrado. Con esta incorporación, Mi Cub amplía su carta de almuerzos, sumando esta creación a sus ya célebres propuestas de carne de caballo, patatas, ajos tiernos y alioli de miel y romero y al de auténticos calamares. “En Mi Cub entendemos el



almuerzo como una forma de compartir nuestra cultura”, comenta Anabel Navas, directora del espacio. “Buscamos que nuestros bocatas sean un reflejo de lo que nos da la tierra. Por eso colaborar con Berna y Cal Carrero era algo que nos hacía especial ilusión porque compartimos la pasión por lo auténtico y

por mantener viva la tradición valenciana en la mesa”. Esta acción forma parte de Las Cuatro Estaciones de la Terreta, un proyecto gastronómico que Mi Cub desarrolla a lo largo del año para poner en valor los productos locales y de temporada, acercando la esencia de la huerta y la cocina valenciana a cada estación. ●●●



# FINNAIR LANZA VALENCIA-HELSINKI PARA PRIMAVERA 2026

La compañía aérea finlandesa inaugurará su vuelo directo entre Valencia y Helsinki el próximo mes de abril, hasta octubre, con dos frecuencias semanales de martes y sábado. El cuarto aeropuerto español en tráfico, Valencia, tendrá por fin su conexión con la capital finlandesa, Helsinki, a partir de abril 2026 hasta el mes de octubre. Serán dos vuelos semanales, martes y sábado, en horario matutino que permitirá conectar con otros destinos internacionales. Está ha sido una de las grandes novedades que ha presentado la compañía de referencia finlandesa, Finnair, en Madrid. “Una vieja aspiración desde hace muchos años y que por fin se hace realidad”, comenta Javier Roig, quien hasta hace unos meses era el director de la oficina para el sur de Europa y que ahora, desde Dallas, tiene a su cargo implementar



los vuelos desde EEUU, Canadá y México. También fue una buena oportunidad de presentar a Geoffrey Carrage, el nuevo director regional de Finnair para el sur de Europa, con sede en París y responsable de mercados como España, Italia y Francia. España tendrá conexiones con la capital finlandesa, además de

Valencia, desde Madrid, Barcelona, Alicante, Palma de Mallorca, Málaga y a las Islas Canarias de Lanzarote y Tenerife. Finnair cumplirá 102 años de vida el próximo 1 de noviembre. Pionera en los vuelos directos a Japón, la compañía no para de innovar, renovando toda la flota con una clase business moderna e

innovadora, buscando siempre la comodidad y el confort del viajero, también en turista; y abriendo nuevas rutas superando COVID y guerras con propuestas originales. Según últimos datos, en pasado agosto el incremento de viajeros desde España creció un 30%, gracias a una campaña de promoción del suave verano finés. ●●●

# LA GENERALITAT REFUERZA LA PROMOCIÓN DEL TURISMO NÁUTICO EN ‘VALENCIA BOAT SHOW 2025’

Turisme Comunitat Valenciana refuerza la promoción del turismo náutico con su participación en la 16ª edición del salón ‘Valencia Boat Show’, que se celebra del 22 al 26 de octubre en La Marina de Valencia. Un certamen que se consolida como uno de los eventos náuticos de referencia en España, con más de 26.300 asistentes, 150 marcas representadas y una superficie expositiva superior a 47.000 m² en la pasada edición. Dada su relevancia, la Generalitat a través de Turisme Comunitat Valenciana, ha instalado un stand propio de 18 metros cuadrados y de acceso libre, ubicado en el Área de Turismo y Deportes Náuticos, desde donde se ofrece información sobre los recursos náuticos de la Comunitat Valenciana. Asimismo, el espacio cuenta con la participación de empresas adheridas al producto Náutico de Creaturisme y con la presencia de la Agrupación de Puertos Deportivos y Turísticos de la Comunitat Valenciana. El secretario autonómico de Turismo, José Manuel Camarero, que ha participado este

miércoles en la inauguración del certamen, ha destacado el potencial “destacionalizador y diversificador” del sector náutico, porque según ha reiterado “nuestro clima mediterráneo permite la práctica de este deporte durante casi todo el año”. Además, el responsable de Turisme ha subrayado “su amplia transversalidad”, puesto que es un segmento que está vinculado con otros sectores, como la gastronomía, el comercio, la cultura y la industria, entre otros. También ha querido resaltar el perfil del turista náutico, que “suele estar vinculado a estancias más largas, con capacidad de gasto superior a la media”, ha añadido. Por ello, José Manuel Camarero ha afirmado que “desde el Consell seguiremos impulsando este producto, que tanto beneficia al turismo y a la economía de la Comunitat Valenciana”.

**Turisme CV integra el producto náutico en su programa**  
Creaturisme, bajo la marca ‘Mediterráneo Activo-Deportivo’ y, además apoya su promoción en ferias nacionales e internacionales.



En esta ocasión, colabora en la celebración del ‘Valencia Boat Show 2025’ a través de un convenio con la Fundación Visit Valencia, para fomentar la imagen de la ciudad como referente en el turismo de distintos productos, entre los que se incluye el náutico y deportivo.

Sobre la 16ª edición del certamen

La 16ª edición del salón náutico ‘Valencia Boat Show 2025’ volverá a reunir a profesionales, aficionados y amantes del mar combinando negocio, innovación, sostenibilidad, turismo, deporte e industria, un reflejo del dinamismo y la vitalidad del sector y su especial relevancia en la Comunitat Valenciana. ●●●

# BCD SPORTS CONTINUARÁ COMO AGENCIA OFICIAL DEL MÁLAGA CF Y HALCÓN VIAJES COMO PATROCINADOR OFICIAL



**B**CD Sports, la agencia especializada en experiencias deportivas de Ávoris Corporación Empresarial, y el Málaga CF han renovado el acuerdo de colaboración que les une desde la temporada 2012, por el que BCD Sports se mantiene como agencia oficial del club malagueño, gestionando los desplazamientos, eventos y necesidades de todas sus categorías. Este acuerdo, rubricado en un acto celebrado en el Estadio La Rosaleda, prolonga una relación que va camino de cumplir quince años, reafirmando el compromiso de BCD Sports con el deporte y con la afición malagueña.

Como agencia oficial, BCD Sports continuará encargándose de la logística y la organización de los desplazamientos del primer equipo y categorías inferiores del Málaga CF durante las próximas temporadas. Por su parte, Halcón Viajes seguirá siendo patrocinador oficial del club, ofreciendo a sus socios ventajas exclusivas en viajes y reforzando su presencia en los soportes oficiales y en el estadio. El acto contó con la presencia de Ricardo Martínez, director regional de la zona sur de BCD Sports; Cristina Cano, coordinadora de zona de Halcón Viajes en Andalucía; y, en representación del club, Kike Pérez, director general del Málaga CF. Durante la firma, Ricardo Martínez

destacó que: «nuestra relación con el Málaga CF es mucho más que un acuerdo comercial. Compartimos valores, pasión y compromiso con el deporte. Renovar este vínculo supone seguir acompañando al club en cada viaje y evento, con la misma ilusión que el primer día». Por su parte, Cristina Cano añadió a las palabras de Ricardo Martínez que: «Para Halcón Viajes es un orgullo seguir formando parte de la familia blanquiazul. Queremos seguir estando cerca de los aficionados y ofrecerles facilidades para acompañar al equipo allá donde juegue». Finalmente, Kike Pérez, en nombre del club, subrayó, además: «La renovación de este acuerdo demuestra la solidez y confianza que existe entre el Málaga CF y BCD Sports y Halcón Viajes. Son aliados estratégicos que comparten nuestra visión de crecimiento y de cercanía con la afición». Con esta renovación, Ávoris reafirma su compromiso con el deporte profesional, sumando este acuerdo a la red de clubes con los que BCD Sports y Halcón Viajes colaboran actualmente en España, representando más del 70 % de los equipos de primera y segunda división de LaLiga. Además, BCD Sports continúa su expansión global, gestionando de manera integral incoming, stages, torneos y pretemporadas de entidades internacionales.



## EL CARMEN RENACE CON BARRAVAS Y LA NUEVA COCINA DE SIEMPRE

**C**omer en el barrio del Carmen ya no será una cuestión de turistas. Los valencianos van a recuperar la tradición de la cocina de siempre, la de producto, justo detrás de la Catedral y claro, muy cerca del Mercado Central, proveedor habitual de Barravás, el restaurante con alma que, desde la calle Juristas, ha ocupado el espacio que dejó el Bodegó de la Sarieta y que, además, con su coctelería La Marxa mantiene vivo el espíritu de Olga Poliakov. Dos lugares esenciales para los boomers que volverán a sus orígenes renovados gracias a la iniciativa del empresario Rafa Pérez Higón. Y boomers que brindaron en con el nuevo Spritz de Bodegas Hidalgo “La Gitana”, fueron Sara Guazo, Iñaki Orozco, Bego Camps, Bego Lluch, Candela Almenar, Javier García-Villena, Verónica López, Clara Payá, Carmen Ferrando, Martín Forés, Mónica Duarte, Álvaro Trénor, María García de la Riva, José Cañizares, Maca Peyró, Guille Soria, Bea

Pechuán, Caco Gómez-Lechón, Miguel Cinteros y ya más jóvenes como Pachi Viñoles, Elena Ravelo y Carlos Pascual o Alex Guinot. La Sarieta que dio de comer 50 años a miles de valencianos y Poliakov, renovadora de la danza contemporánea en Valencia, marcaron una época para aquellos que viven el barrio del Carmen no para los Erasmus o para los cruceristas. Ahora, Barravás y La Marxa, quieren mantener esa cercanía, esa seguridad que te da saber que allí no te va a fallar la comida de calidad y de siempre en un lugar al que te apetece volver porque es del barrio, porque es moderno, porque el ambiente es cool y es auténtico. “Asumo este reto con responsabilidad pues se que la tierra que piso marcó una época”, explica el impulsor de estos espacios, Rafa Pérez Higón que añade: “Pero lo hago con la tranquilidad de contar con un equipazo que hará feliz a mucha gente y también con guiños respetuosos en homenaje a Olga y al Bodegó”.



# OUIGO ABRE LA VENTA DE BILLETES PARA VIAJAR EN SU NUEVA RUTA BARCELONA – SEVILLA

**O**UIGO, el operador de trenes de alta velocidad ha presentado hoy su nuevo trayecto transversal entre Barcelona y Sevilla.

Una nueva ruta de ida y vuelta diaria que la compañía pondrá en marcha a partir del 14 de diciembre y que permitirá a los usuarios viajar entre ambas ciudades comprando un único billete y sin bajarse del tren.

La nueva ruta, que tendrá paradas en Zaragoza, Madrid y Córdoba, abre mañana 23 de octubre, la venta de billetes para viajar a partir del 14 de diciembre y hasta el 2 de agosto de 2026. Una nueva apertura con la que la compañía sigue invitando a sus viajeros a descubrir sus destinos y a vivir todos esos planes que están a tan solo un billete de distancia; y que se podrán comprar a través de la APP y de la web de OUIGO. Así lo ha anunciado hoy Federico Pareja, Director Comercial y de Marketing de OUIGO, en un evento simultáneo entre Sevilla y Barcelona para presentar la apuesta por esta nueva



línea que conecta ambas ciudades. La compañía de alta velocidad ofrece billetes económicos, asientos XL, tarifas especiales para los más pequeños —tarifa plana de 7 euros para niños de entre 4 y 13 años, mientras que los menores de 3 años pueden viajar de forma gratuita, siempre que lo hagan en brazos

de un adulto— y compensaciones en retrasos a partir de media hora. Además, OUIGO cuenta con la opción “Tiempo para pensar”, que por tan solo 2€ permite reservar el viaje y mantener su precio entre 48 horas y 7 días. Además, para ofrecer un viaje inmejorable, los trenes OUIGO cuentan con OUIBAR, una cafetería

atendida por el personal a bordo, y el nuevo servicio SMARTBAR, que permite realizar pedidos sin levantarse del asiento. OUIGO se convierte en el mejor compañero de viaje para convertir el final del año en un momento memorable en el que es posible viajar forma accesible, cómoda y en alta velocidad. ●●●

# LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE LÍNEAS DE CRUCEROS PUBLICA EL INFORME ANUAL PRÁCTICAS Y TECNOLOGÍAS MEDIOAMBIENTALES

**L**a Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA por sus siglas en inglés) publica su informe anual Prácticas y tecnologías medioambientales. El trabajo señala que 166 barcos (58 % de la flota de CLIA) está equipada con sistemas que permiten la conexión a la red eléctrica (OPS por sus siglas en inglés) en puerto, un 12 % más que en el ejercicio anterior. A nivel mundial, menos del 3 % de los puertos de crucero ofrecen esta solución.

El informe muestra un progreso continuo y cuantificable por parte de las navieras, que avanzan en su ambiciosa agenda de sostenibilidad medioambiental: realización de pruebas con biocombustibles, inversión en motores que permiten flexibilidad en el uso de combustibles, utilización creciente de alternativas de bajas emisiones y adopción de medidas que maximizan la eficiencia energética.

En este sentido, el presidente & CEO de CLIA, Bud Darr, afirma: “Las navieras de crucero son pioneras en la adopción de tecnologías marítimas, entre las que se encuentran los sistemas avanzados de tratamiento de aguas, la conexión a la red eléctrica, las tecnologías que reducen la fricción hidrodinámica del casco durante la navegación y el uso de motores duales de última generación; avances de los cuales otros segmentos del transporte marítimo también se benefician”. Además, “las compañías de crucero invierten decenas de miles de millones de dólares en la construcción de la flota del futuro; actualmente, la cartera de pedidos de los astilleros cuenta con más de 80 barcos de crucero, los cuales estarán equipados con estas y

otras innovaciones. Estos pedidos representan pasos tangibles hacia una mejora significativa de la capacidad operativa y eficiencia de la flota de nuestros socios”, añade Darr.

Aspectos destacados del informe Prácticas y tecnologías medioambientales

Búsqueda de las cero emisiones netas y eficiencia operativa

Conexión a la red eléctrica (OPS): en la actualidad, 166 (58 % de la flota) cruceros cuentan con esta tecnología, un incremento del 12 % frente al año anterior. De cara a 2036, se espera llegar a los 273 buques. ●●●



# EL GOBIERNO APRUEBA LA ESTRATEGIA ESPAÑA TURISMO 2030

**E**l Consejo de Ministros ha aprobado en su reunión de hoy la Estrategia España Turismo 2030, una agenda compartida con todos los actores del ecosistema turístico para orientar la transformación del turismo español hacia un modelo sostenible, equilibrado e inclusivo. Esta transformación tendrá dos principios orientadores: situar a las personas en el centro de las políticas turísticas, con los residentes como destinatarios de ellas por primera vez, y abordarlas desde la premisa de la triple sostenibilidad del sector, económica, social y medioambiental. Para el ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, la Estrategia “supone un compromiso del Gobierno de España para situar a la principal industria del país, el turismo, en el centro de su agenda política”. Este compromiso se refleja, ha explicado, en la aprobación de la propia Estrategia con 15 metas

comunes fruto de un proceso participativo y mediante una reflexión colectiva con el resto de administraciones competentes, empresas, agentes sociales, y entidades públicas y privadas. Además, esta Estrategia incluye la aprobación de un Plan transversal a la acción de todo el Gobierno de España, con 5 programas, 50 medidas y 148 acciones concretas en las que se comprometen en su aplicación diferentes Ministerios y Organismos, tras la reactivación de la Comisión Interministerial de Turismo. “Con la elaboración de esta Estrategia, como marco común para todos los actores, y con su propio Plan para cumplirla, el Gobierno de España asume el reto de gobernar el éxito actual del turismo español, porque creemos en el turismo como una actividad responsable y redistributiva, que genere oportunidades a todos sus actores, también a los residentes, y que preserve la cohesión y la identidad



de los territorios”, ha remarcado Jordi Hereu.

La elaboración de la Estrategia España Turismo 2030 era de uno de los compromisos incluidos en el conocido como Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico, puesto en marcha tras la pandemia y dotado con 3.400 millones de euros del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, una inyección de fondos públicos que se han destinado

a la modernización sostenible del sector. Tras el citado proceso participativo, la Estrategia se ha articulado alrededor de 15 metas comunes que son el resultado de la intersección de cinco ámbitos –personas que crean destinos, personas que crean trabajo, personas que trabajan en el turismo, residentes y turistas– con los tres aspectos fundamentales sobre los que pivota la sostenibilidad –sostenibilidad social, económica y medioambiental–.



## LA ACADEMIA GASTRONÓMICA PROMUEVE ‘MÁLAGA GOURMET TOUR’ COMO ANTESALA DE LA GALA DE LA GUÍA MICHELIN ESPAÑA 2026

**E**l Ayuntamiento de Málaga ha acogido hoy el acto de presentación de “Málaga Gourmet Tour”, un completo programa de actividades gastroculturales, promovido por la Academia Gastronómica de Málaga, con la colaboración del Ayuntamiento de Málaga, la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial, Turismo y Planificación Costa del Sol, Gusto del Sur y Sabor a Málaga, diseñado como la gran antesala cultural y gastronómica de la Gala de la Guía MICHELIN España 2026, que se celebrará en Málaga el próximo 25 de noviembre. Tal y como ha explicado Manolo Tornay, presidente de la Academia Gastronómica de Málaga, durante cerca de un mes, entre el 24 de octubre y el 24 de noviembre, Málaga pondrá en valor su excelencia culinaria, su patrimonio cultural y el talento de sus profesionales a través de tres acciones principales que buscan “democratizar la alta

cocina y acercarla a ciudadanos y visitantes”. “Con Málaga Gourmet Tour queremos rendir homenaje a los verdaderos protagonistas de la cocina: los cocineros, los equipos de sala y los productores. Pero, además, buscamos que la ciudadanía disfrute de la auténtica alta cocina en el espacio público y que Málaga muestre al mundo su riqueza culinaria y la completa variedad de sus productos, reforzando así su posicionamiento como capital cultural y gastronómica”, ha manifestado Manolo Tornay.

### Exposición “Beyond the Star”

El completo programa de actividades se inicia con la Exposición “Beyond the Star”, conformada como una alfombra roja gastronómica, que tendrá como escenario la calle Larios, entre el 24 de octubre y el 10 de noviembre. De esta forma, la calle principal de la ciudad se transformará en un



recorrido fotográfico y sensorial con 22 Mupis o soportes dedicados a una selección de restaurantes de alta calidad de nuestra provincia, en su mayoría reconocidos por la Guía MICHELIN. La muestra pondrá en valor tanto a los establecimientos Recomendados en la Guía MICHELIN como a los distinguidos con el Bib Gourmand

y la Estrella MICHELIN, reflejando así la diversidad y la riqueza de la gastronomía malagueña. Con un enfoque estético y narrativo, la muestra acercará al público el lado humano que hay detrás de cada plato y el valor con el que se identifica cada uno de los profesionales implicados en su proceso creativo.





# AUMENTA LA PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL EN INTUR NEGOCIOS



Intur, la Feria Internacional del Turismo de Interior, abrirá las puertas de su vigesimosexta edición el 13 de noviembre y su celebración coincidirá de nuevo con ARPA Turismo Cultural. Ambos salones ofrecerán contenidos de carácter profesional y propuestas para el público durante el fin de semana.

Intur Negocios incrementa este año la participación internacional con la presencia de 74 touroperadores procedentes de una veintena de países, desde Argentina hasta Estados Unidos, Singapur, Alemania, Grecia, etc. Esto supone un incremento superior al treinta por ciento respecto al año anterior “y es resultado de la colaboración entre las oficinas internacionales de Turespaña, la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte y Feria de Valladolid para ofrecer a empresas y destinos el mejor mercado de contratación especializado en turismo de interior”, ha afirmado Víctor Caramanzana, presidente del Comité Ejecutivo de la Feria de Valladolid.

Turismo de naturaleza, gastronómico, religioso, de congresos e incentivos, familiar o idiomático dan forma a la demanda de esos compradores que buscan en Intur Negocios propuestas para elaborar los programas que trasladarán al público y para ello demandan desde servicios de transporte hasta alojamientos, restauración y experiencias.

Intur Negocios ofrece también un área de exposición comercial y un programa de charlas de formación en las que se abordan cuestiones relacionadas con el desarrollo y los retos del turismo de interior. Marketing social, inteligencia artificial y análisis de datos serán objeto de análisis en la intervención de la investigadora Sofía Blanco Moreno, de la Universidad de León.

Sostenibilidad, robótica y data para el sector turístico, promoción internacional del turismo de interior, el papel de las agencias receptoras, la importancia del turismo de reuniones e incentivos o cómo afrontar la promoción de un destino con creadores de contenido digital son cuestiones que se tratarán en las conversaciones de Intur Talks con expertos como el director general del Instituto Tecnológico Hotelero, Álvaro Carrillo de Albornoz; la presidenta de SpainDMC'S, Fay Taylor; el director general del Instituto para la Calidad Turística Española y la Sostenibilidad, Fernando Fraile; la jefa del área de Turismo Cultural y Marketing de Contenidos de Turespaña, Natalia Briaes; la directora de Eventos de Feria Valencia, Carina Montagut; representantes de la comunidad intermunicipal de Leiria; Ana Alonso, promotora de la red Pueblos de Película, y la directora de Vinoinfluencers, Marisa Sánchez.



## ISLANDIA TOURS LANZA SU NUEVA CAMPAÑA DE FLY & DRIVE PARA DISFRUTAR DEL INVIERNO EN ISLANDIA

El touroperador Islandia Tours, que forma parte de Grupo Island Tours, ha lanzado su nueva campaña de viajes fly & drive por Islandia para la temporada de invierno, una oportunidad única de descubrir los paisajes más impresionantes del país nórdico al ritmo de cada viajero. Esta programación se basa en rutas de cuatro a ocho días de duración, desde solo 1.025 euros por persona, que incluye vuelos directos, alojamientos con desayuno y alquiler de coche con seguro y kilometraje ilimitado. Además, como regalo especial, cada reserva incluye una excursión en barco para ver auroras boreales desde la costa islandesa.

La flexibilidad del formato fly & drive permite a los viajeros recorrer Islandia con total libertad, disfrutando tanto de la naturaleza salvaje como de la comodidad de descubrir la isla a su aire, diseñando el itinerario a su gusto.

Islandia Tours dispone de salidas diarias hasta el 27 de abril de 2026, coincidiendo así con la mejor época para presenciar uno de los fenómenos naturales más fascinantes del mundo: la aurora boreal.

Con el fin de facilitar el acceso a todos los viajeros, la mayorista ofrece opciones de pago flexibles.



# KIWI.COM Y AMERICAN AIRLINES LANZAN SU INTEGRACIÓN DE NDC

**K**iwi.com, líder en tecnología de viajes, ha anunciado el lanzamiento de la conectividad directa de Nueva Capacidad de Distribución (NDC, por sus siglas en inglés) con American Airlines, una de las mayores aerolíneas del mundo, con más de 350 destinos en más de 60 países.

La conectividad NDC proporciona a Kiwi.com acceso a la gama completa de contenido y tarifas de American Airlines en todos sus vuelos y servicios complementarios, ofreciendo a los clientes mayor variedad y flexibilidad gracias a una experiencia optimizada. La función de búsqueda avanzada y el innovador algoritmo de Kiwi.com amplían la visibilidad de American Airlines a nuevas audiencias en todo el mundo, más allá de los mercados principales de la aerolínea.

“Estamos encantados con nuestra alianza con American Airlines, basada en la confianza mutua y el compromiso compartido de



ofrecer un valor excepcional y experiencias fluidas a viajeros de todo el mundo. La extensa red global de vuelos y el servicio superior de American Airlines se alinean a la perfección con nuestra misión y posición como líderes en tecnología de viajes e inteligencia artificial”, ha comentado Mitzi Berberi, directora de desarrollo

comercial de Kiwi.com. “Juntos, esperamos seguir colaborando, impulsando el crecimiento y la innovación en beneficio de nuestros clientes comunes”. Los principales destinos de los viajeros españoles que reservan vuelos de American Airlines a través de Kiwi.com son Miami, Nueva York, Chicago, Phoenix,

Washington, D.C. y San Francisco. Con el objetivo común de brindar la mejor experiencia, los clientes también tienen acceso a la Kiwi.com Guarantee, que complementa la experiencia del cliente de la aerolínea al ofrecer opciones de viaje alternativas y reembolsos inmediatos en caso de cancelación.

# NACE BIRDEO, EL PROYECTO QUE BUSCA “VERTEBRAR Y PROMOVER VIVENCIAS MEMORABLES” A TRAVÉS DE LAS CINCO COMUNIDADES DEL PARALELO 40

**U**na plataforma de viajes y experiencias a través de cinco comunidades autónomas, unidas por el Paralelo 40 y decididas a conectar naturaleza, observación y cultura para, además de visitar cada paisaje, aprender a interpretarlo y entenderlo desde una perspectiva insólita.

Con esa filosofía nace BIRDEO, un innovador y ambicioso proyecto de cooperación entre cuatro entidades de diferentes zonas de España -Birding Ávila, Inspirience, Numenius y Monfragüe Vivo- que el pasado viernes se presentó oficialmente en el Centro de Turismo (CdT) de Valencia.

Según los responsables de la iniciativa, el objetivo no es otro que mostrar el patrimonio natural y la cultura rural de cinco territorios habitados por aves y otras especies de fauna: Comunidad Valenciana,

Comunidad de Madrid, provincia de Ávila, provincia de Toledo y Extremadura. “Queremos crear experiencias turísticas con el Paralelo 40 como eje vertebrador, con actividades que irán desde el birding y la observación de otras especies animales, hasta hechos biológicos relevantes y propuestas relacionadas con la gastronomía, el folclore, el enoturismo o el patrimonio etnográfico y cultural, generando un impacto positivo en las empresas y los habitantes de las poblaciones a las que viajamos”.

“Este es un proyecto de amigos”, señala Raúl Virosta, gerente de la empresa de ecoturismo Monfragüe Vivo, ubicada en Cáceres. “Durante muchos años, tuvimos el deseo de hacer algo juntos porque pensábamos de una manera muy similar, hablábamos un mismo idioma”. “El problema era la distancia que nos separaba, y fue ahí donde conseguimos



implicar a gente con una visión muy parecida a la nuestra que se encontraban geográficamente entre Valencia y Extremadura”, añade Virgilio Beltrán, responsable de la valenciana Numenius Tours. “España es uno de los países con mayor biodiversidad de Europa, y somos el primer destino turístico

dentro de este ámbito. Nos dimos cuenta de que había una gran riqueza de fauna, de patrimonio histórico y gastronomía en los territorios del Paralelo 40, y que contábamos con los mejores recursos para crear un modelo vertebrador y promover vivencias memorables”.



# GRUPO VIAJES EL CORTE INGLÉS PRESENTA SU PLAN DIRECTOR DE SOSTENIBILIDAD 2025-2030 ANTE SUS GRUPOS DE INTERÉS

**G**aGrupo Viajes El Corte Inglés celebró el pasado 16 de octubre la IV Jornada Abierta de Partes Interesadas, un encuentro que sirvió para presentar los avances de su estrategia de sostenibilidad y reforzar el compromiso del Grupo con la transición hacia un modelo turístico más responsable.

La jornada, en la que se presentó el Plan Director de Sostenibilidad 2025-2030, tuvo lugar en la Sala Ámbito Cultural de El Corte Inglés en Callao, donde reunió a representantes del sector turístico, administraciones, fundaciones y empresas colaboradoras. En el transcurso de la jornada se analizaron los avances del sector en materia de sostenibilidad corporativa, la gestión de los viajes de empresa y el impacto social del turismo.

La sesión comenzó con la intervención de María de Andrés, responsable de Sostenibilidad de Grupo Viajes El Corte Inglés, quien subrayó la relevancia de la jornada

como espacio de escucha activa y colaboración con los grupos de interés. A continuación, Brezo Tejerina, directora de Sostenibilidad de El Corte Inglés, presentó las líneas maestras del Plan Director de Sostenibilidad 2025-2030.

La primera mesa, dedicada a los viajes corporativos y la sostenibilidad, contó con la participación de Francisco González, director comercial de Viajes Corporativos en Grupo Viajes El Corte Inglés; Arancha Escalada, directora de Sostenibilidad y Relaciones Institucionales de Reale Seguros; María García Llorente, directora de Reporting ESG en Minor Hotels; y Adrián Fernández Carrasco, director de Sostenibilidad



y Eficiencia Energética de Renfe Operadora.

Durante la sesión se anunció que la calculadora de huella de carbono utilizada por Grupo Viajes El Corte Inglés ha sido verificada por AENOR, garantizando la trazabilidad y precisión de los informes entregados a los clientes corporativos. Esta certificación refuerza la transparencia del Grupo y consolida

su liderazgo en la aplicación de criterios ASG, en un contexto de mayor exigencia regulatoria con la Directiva CSRD. En esta misma línea, también se abordó el Plan de Transición Net Zero, integrado en la nueva estrategia y con horizonte extendido hasta 2050, que define la hoja de ruta hacia la descarbonización progresiva del Grupo.

# ASTURIAS ACOGERÁ LA PRÓXIMA SEMANA EL “XXVI ENCUENTRO ENTRE AMIGOS” DE TRAVEL ADVISORS

**A**partir del 28 de octubre, con la llegada de los asociados, Asturias será la anfitriona, por primera vez, y a lo largo de tres días, del XXVI “Encuentro entre amigos” de Travel Advisors Guild. En efecto, a lo largo de todos estos años, la asociación tenía una deuda pendiente con esta magnífica región española, “Paraíso Natural” como dice su ya famoso slogan, para celebrar, como merece, una nueva edición de su reconocida convención.

Durante esas jornadas, se reunirán los propietarios y directores generales de las agencias de viaje que forman parte de la asociación, con un buen número de altos directivos de las empresas más destacadas del panorama turístico español e internacional, y prensa especializada, hasta alcanzar un número cercano a los 150 participantes.

En un entorno de naturaleza e historia excepcional, se conocerá parte de la vasta oferta de MICE (Reuniones, Convenciones, Congresos e Incentivos) que reúne

Asturias, bajo la denominación “Asturias Meeting Land”, que engloba todos aquellos lugares, parajes, infraestructuras y patrimonio, donde sin duda, desarrollar esa actividad garantiza el éxito.

Palacios de congresos, centros culturales del diseño más avanzado, como el centro Niemeyer de Avilés, edificios singulares como La Laboral, en Gijón, Teatros regios donde se entregan los Premios Princesa de Asturias en Oviedo, Palacetes, casonas, Hoteles de la máxima calidad...y que decir de una restauración con denominación propia, fabada, pixín, pitu de caleya, decenas de quesos con D.O., dulces singulares y una bebida universal, extraída de la mazana, como la sidra, que alegra cualquier reunión. Por todo ello, y mucho más, Asturias es una perfecta elección para garantizar el éxito de cualquier evento.

La siempre compleja y laboriosa organización de este “Encuentro entre Amigos”, no hubiera



sido posible sin la inestimable colaboración de “Turismo y cultura de Asturias”, organismo dependiente del Gobierno del Principado de Asturias, desde su profundo conocimiento local, para

hacer de esta especial edición, una experiencia inolvidable. Igualmente, citar al “Ayuntamiento de Oviedo”, así como a “Oviedo Congresos” por su colaboración también.

# TRAVELPLAN Y LA OFICINA DE TURISMO DE REPÚBLICA DOMINICANA PRESENTAN LOS ATRACTIVOS DEL DESTINO EN MADRID



**T**ravelplan, turoperador de Ávoris líder en el Caribe, celebró este jueves pasado un encuentro profesional en el restaurante Salvaje de Madrid para presentar las múltiples propuestas turísticas que ofrece República Dominicana, en colaboración con la Oficina de Promoción Turística de República Dominicana en España. El evento, dirigido a agentes de viajes de Madrid, tuvo como objetivo mostrar la diversidad de experiencias y enclaves turísticos que el país caribeño ofrece durante todo el año. El evento, con un fuerte carácter experiencial, se basó en los cuatro pilares del destino “Lo tiene todo”, naturaleza, sabor, paraíso y fiesta. Cada uno de estos pilares tuvo reflejo en forma de detalles y entregables para los agentes de viajes. Gracias a la operativa aérea de Iberjet, con dos vuelos semanales directos desde Madrid y uno adicional desde Barcelona durante la temporada estival, además de los vuelos regulares de Air Europa, Travelplan consolida una oferta privilegiada y permanente hacia el destino. Durante la presentación, los asistentes pudieron conocer de primera mano las novedades del catálogo de Travelplan, que incluye más de un centenar de hoteles distribuidos en los principales polos turísticos del país —Punta Cana, La

Romana, Samaná o Miches, entre otros—, así como excursiones, combinados y propuestas de lujo adaptadas a todos los perfiles de viajero. El acto contó con la participación de Gustavo Serrano, director comercial de turoperación de Ávoris, quien destacó que «República Dominicana es un destino esencial para nosotros, tanto por su calidad de servicio como por la fortaleza de su conectividad. Gracias a la colaboración con Iberjet y la confianza de los agentes de viajes, seguimos acercando el Caribe a miles de viajeros españoles cada año». Por parte de la Oficina de Turismo de República Dominicana, Nicolás Degaudenzi, subrayó que «España es un mercado estratégico y un socio natural para nuestro país. Travelplan ha sido un aliado fundamental en la promoción de República Dominicana, y juntos continuaremos impulsando un turismo sostenible, diverso y de alto valor añadido». Asimismo, Pura Sevilla, brand manager de Travelplan, presentó las últimas tendencias de producto, resaltando la creciente demanda de experiencias premium, escapadas familiares y propuestas de turismo activo. «Queremos que cada viajero descubra su propia versión de República Dominicana, un país que ofrece mucho más allá del sol y playa», señaló.



# TIMOTEO Y CASA BRAVO SE ALZAN CON EL PREMIO A LAS MEJORES PATATAS BRAVAS DE VALENCIA

**L**aa segunda edición del Mahou Bravas Fest Valencia ha recibido este fin de semana más de 15.000 visitantes. Durante 3 días, el puerto de La Marina ha sido el punto de encuentro de los amantes de las bravas, que han podido probar las mejores recetas cocinadas por 8 restaurantes: Restaurante la Amparito tomates, Jenkin's, Amarre 29, Los Gómez, Casa Bravo, La ruta, Píxel para llevar y Timoteo.

## Premio a las mejores bravas de Valencia

El festival ha culminado con la selección de las mejores bravas de la ciudad y se han entregado dos premios: uno otorgado por el voto de los asistentes y uno por el voto del jurado experto. Nota de prensa Timoteo, el conocidísimo GastroBar que se define a sí mismo como un “destino culinario donde cada bocado cuenta una historia y cada visita se convierte en una experiencia inolvidable”, ha cautivado de nuevo a los comensales con su receta especial Bravas Timoteo con mermelada de choricitos de jabugo y alioli de la abuela y se ha llevado por segundo año consecutivo el premio a las mejores bravas de Valencia por el voto del público asistente, en unas votaciones muy reñidas debido al alto nivel de las recetas participantes. Casa Bravo, conocido bar de

Ciutat Vella experto en pulled pork, bravas y deliciosos sándwiches, ha recibido el premio otorgado por el jurado. La originalidad de su receta de patatas de triple cocción para un crujiente intenso y un interior cremoso, con salsa brava tradicional y alioli, ha convencido al jurado en unas votaciones de nuevo, muy reñidas.

## Un jurado de lujo

El jurado del evento ha sido formado por: Edu González, de @bravasbarcelona y co-productor del festival; el Grupo Gastro Trinquet, ganador del premio del jurado 2024, Timoteo, ganador del premio del público 2024 y Ricardo, dueño de @barricardodesde1947, toda una institución de las tapas, la barra y el buen comer en la Terreta.

## Mucho más que patatas bravas

Los asistentes han podido disfrutar de una jornada gastronómica completa, ya que cada restaurante ha servido también una tapa estrella de su local y, además, se han encontrado dulces, salsas y otras delicatessen. La experiencia del Bravas Fest se ha completado con talleres y sorteos como el Pasaporte Bravas, en el que todo aquél que conseguía probar las bravas de los restaurantes participantes entraba en el sorteo con la posibilidad de ganar una cena en el restaurante ganador.





# ÉXITO DE PARTICIPACIÓN EN FERIA DEL ACEITE DE ENGUERA QUE SE CONSOLIDA COMO EVENTO DE REFERENCIA DEL AOVE EN LA EDICIÓN DEL CENTENARIO DE SU COOPERATIVA

La localidad de Enguera ha vivido una intensa y participativa edición de su Feria del Aceite, organizada por el Ayuntamiento de Enguera en colaboración con la Cooperativa Campoenguera, que celebraba este año su centenario como referente en la producción de aceite de oliva virgen extra de la Comunitat Valenciana. Una deliciosa zona expositiva dedicada a productores agroalimentarios, se complementaba con expositores de maquinaria industrial del sector oleícola, así como una zona de oficios artesanos que ha sido la guinda para los más pequeños.

El programa de actividades dirigido a todo tipo de públicos, ha contado con visitas guiadas a la Cooperativa y al olivar y catas sensoriales y talleres de aceite aromatizado para los más pequeños con el objetivo de acercar la cultura del aceite y poner en valor las propiedades, singularidades y orígenes del aceite de oliva virgen



extra de la zona. No ha faltado la exhibición del noble arte del esparto o de apicultura, donde se han recorrido las técnicas ancestrales y actuales de la recolección de la miel de la comarca. Entre las propuestas más destacadas ha figurado el segundo Concurso de AOVE, edición tapas, en el que han participado tres reconocidas escuelas

de hostelería: el Colegio Ave María Peña-roja, el CDT de Alicante y el Instituto de Enguera. El certamen ha contado con un alto nivel culinario, resultando ganador el equipo del CDT de Alicante compuesto por los alumnos Marian y Edison, capitaneados por la profesora Gicelia Do Santos, y con la creación titulada “Beso de AOVE”, una tapa elaborada

a base de verduras y la combinación de las tres variedades de aceites El Campiñero: Villalonga, Alfafarena y Ecológica, que ha conquistado al jurado, compuesto por el Presidente de la Cooperativa, Enrique Pedrón; Matilde Marín, alcaldesa de Enguera; Paloma Aparicio, Directora de la Cooperativa y Cova Morales, divulgadora gastronómica. ●●●

## LOS VIAJES DE IDA Y VUELTA EN EL DÍA CRECEN UN 55 % EN ESPAÑA, APUNTA KIWI.COM

Para aquellos que viven con la agenda ajustada o prefieren ahorrarse gastos de alojamiento, los viajes exprés de un día son una opción a tener en cuenta. Kiwi.com, la empresa líder en tecnología de viajes, ha detectado que esta modalidad de viajes, si bien todavía representan solo una pequeña parte del total de reservas, se está convirtiendo en una tendencia creciente entre los españoles, con un aumento\* del 55 % este año en comparación con 2024.

Al tener el tiempo más limitado, la mayoría de rutas comprenden un máximo de dos horas de avión. A nivel nacional, destacan Palma de Mallorca en primer lugar, seguido de Barcelona e Ibiza, mientras que fuera de la frontera, los destinos más solicitados son Oporto, Lisboa, Milán y París, según los datos de Kiwi.com.

Estos viajes relámpago, que no requieren de grandes preparativos, tienden a realizarse fuera de los picos estacionales, con una mayor concentración en octubre, marzo y

septiembre. Los días de la semana más reservados sugieren que esta modalidad de desplazamientos pueden responder tanto a motivos profesionales como de ocio. Así, el 24 % de los viajeros que han reservado durante 2025 ha optado por irse un sábado; un 20 % ha realizado su viaje los miércoles y un 18 %, los martes. Los viernes y domingos son los días menos populares.

El perfil demográfico se compone de un 58 % de hombres y un 41 % de mujeres, con una media de 40 años. En concreto, la mayoría de los viajes de un día los realizan personas de entre 32 y 38 años, seguidas de las de entre 46 y 52, lo que apunta que el viajero más joven elige otras modalidades de viaje.

Entre los trayectos más cortos registrados en Kiwi.com este año figuran la ruta Lanzarote-Las Palmas; Ibiza-Barcelona; y Menorca-Palma de Mallorca, con permanencias en el destino de tan solo tres horas. En Kiwi.com pueden encontrarse opciones de viaje



realmente asequibles, que permiten tener un breve pero intenso contacto con el destino: por ejemplo, se puede volar a Londres desde Barcelona el

próximo 13 de noviembre por tan solo 36 € ida y vuelta, saliendo a las 6:00 h de la mañana y volviendo a las 21:20 h. ●●●

# MADRID SE RINDE AL BRUNCH CON “HOTEL BRUNCH CLUB”

Madrid se prepara para vivir una nueva edición del Hotel Brunch Club, una cita no apta para madrugadores e imprescindible para amantes de la gastronomía y las nuevas tendencias. Bajo el paraguas de la AEHM, 35 icónicos hoteles de la capital abrirán sus puertas para ofrecer hasta 37 sugerentes propuestas de brunch y más.

Esta segunda edición propone despertarse con clásicos como los huevos benedictinos, las carnes asadas o las mimosas e incorpora atractivos de nueva hornada como los croofles, siempre respetando la máxima de combinar platos salados y dulces, a la par. Pero también sabe a diversidad, al combinar la oferta gourmet con vistas y jardines de excepción, música en vivo y sesiones de dj, entre otros. Desde el “Show Brunch”, en el Gran Hotel Inglés; pasando por “Ópera & Brunch”, en el Hotel Palace y el Hotel Ópera; hasta experiencias temáticas, como “The Brunch Society”, en BLESS Hotel

Madrid, o el “Brunch Guitar for two”, en el Hard Rock Hotel Madrid.

Los asistentes podrán disfrutar de menús exclusivos como el que ha diseñado Gouthesia para el Radisson Blu o los diez pequeños platos de The Box Brunch del Hotel NH Abascal; música en directo, espectáculos y vistas panorámicas de la ciudad, como en el “Brunch con vistas a la Puerta del Sol” del Hotel Europa Madrid, el que pone sus ojos sobre el Palacio Real de Jardines de Sabatini Apartosuites, el “Brinner, Madrid al despertar”, en el H10 Puerta de Alcalá y la mirada al centro de la ciudad del Hyatt Centric Gran Vía. En el Urso Hotel & Spa se han propuesto amenizar los desayunos



tardíos con el sonido de un arpa; en el Casa de Las Artes Meliá Collection, con música en directo y el Barceló Imagine, con “Brunch Sessions”, los mismo que el “Farándula Sunday Brunch” del Radisson Red. UMusic Hotel Madrid homenajea al musical que acoge en sus tablas con el Menú Cabaret y el Canopy by Hilton Madrid Castellana combina “bites y beats” en un brunch “de Escándalo”.

El Hotel Vincci Vía 66 servirá su brunch en plena Gran Vía, al igual que el SmartRental Collection Gran Vía Centric. Y a solo un paso, el Hotel Akeah Madrid Gran Vía y el Hotel Riu Plaza España. Blume Cruz Suites se ha decantado por “Sabores de nuestra tierra” para su despertar gastronómico y CoolRooms Palacio de Atocha, por dos opciones distintas, con o sin burbujas. ●●●

# PORT HOTELS CELEBRA EL RECONOCIMIENTO DE SUS ESTABLECIMIENTOS EN TRIPADVISOR CON LOS TRAVELERS’ CHOICE AWARDS 2025

Port Hotels, cadena referente en turismo y hostelería en la Comunidad Valenciana, ha sido reconocida en los Travelers’ Choice Awards 2025 de Tripadvisor gracias a las valoraciones de miles de huéspedes y visitantes, que sitúan a sus establecimientos, dos rooftops y un restaurante, en el top 10% mundial. El galardón avala experiencias de alta calidad en espacios donde la creatividad y el servicio marcan la diferencia.

En la Playa de San Juan, BOGA Sky Bar ofrece un ambiente sofisticado junto al Mediterráneo y una cuidada selección de cócteles, combinados y platillos de autor; desde este verano, incorpora una coctelería viajera que convierte cada visita en una experiencia única. En Benidorm, La Terrasse es un rooftop con carácter propio para disfrutar de cócteles de autor, platillos de autor, vistas panorámicas sobre

la ciudad y atardeceres frente al Balcón del Mediterráneo; asimismo, desde este verano integra coctelería viajera como sello diferencial. Por su parte, Els Capellans, en el histórico Palmeral de Elche, condensa cultura gastronómica mediterránea en un espacio singular, combinando producto de proximidad (kilómetro 0) y técnica contemporánea para una experiencia local auténtica.

“Estos premios son un reflejo del trabajo diario de todo nuestro equipo y de nuestra apuesta por la excelencia en gastronomía y servicio”, señala Diego de Ponga Fernández, CEO de Port Hotels.

“Nos motiva seguir innovando y ofreciendo a nuestros clientes



experiencias inolvidables en cada uno de nuestros espacios”. Los Travelers’ Choice distinguen a los establecimientos mejor valorados

por la comunidad de usuarios de Tripadvisor, subrayando la constancia en la satisfacción del cliente. ●●●



# FITUR TALENT RECONOCERÁ EL VALOR DEL TALENTO Y EL CAPITAL HUMANO PARA EL IMPULSO DEL SECTOR TURÍSTICO



**C**on el foco en las personas, el talento, la formación y la capacitación profesional, FITUR Talent, la sección organizada por la Feria Internacional de Turismo en colaboración con RRHHDigital, celebrará una nueva edición de su jornada en el marco de la próxima convocatoria de la Feria, que tendrá lugar del 21 al 25 de enero en IFEMA MADRID.

Bajo el lema “Talento que transforma. El capital humano como clave del futuro turístico”, FITUR Talent desarrollará su programa el miércoles 21 de enero en el Pabellón del Conocimiento. Este nuevo espacio de FITUR, ubicado en el Pabellón 12 del Recinto Ferial, reunirá la oferta más innovadora enfocada al desarrollo profesional del sector turístico, donde también se incluirán las secciones de FITUR TechY, FITUR Know-How & Export, FITUR Sports, el Observatorio FITURNEXT y el área de Travel Technology. En este sentido, FITUR Talent proyectará en este gran

escenario del conocimiento las claves relacionadas con el papel de las personas y el talento como factor esencial para el progreso y la sostenibilidad de la industria turística, junto con la tecnología y la transformación digital.

## Una jornada de reflexión sobre el talento en un espacio único para el sector

Para abordar los grandes retos del capital humano en el sector turístico, FITUR Talent contará con la participación de directivos de recursos humanos, empresas turísticas y expertos de la industria, que visibilizarán de manera real la importancia de la gestión de las personas y el talento como ejes transformadores del desarrollo y la excelencia del turismo.

Con este objetivo, los participantes debatirán en torno a temas como la atracción y fidelización del talento, la formación continua y la digitalización, el bienestar y la salud laboral, la diversidad en los equipos o el absentismo en el sector.



# AVASA TRAVEL GROUP ANUNCIA SU PRÓXIMA CONVENCIÓN ANUAL

**L**a 28ª edición de la convención anual de AVASA Travel Group ya tiene fecha. Según ha anunciado el propio grupo, el evento tendrá lugar del 6 al 8 de marzo de 2026 en el Centro de Convenciones de PortAventura, en Vila-seca (Tarragona). Con el lema “Impulsamos el presente, construimos el futuro”, la convención pretende ser un espacio donde profesionales del sector se encuentren para reflexionar sobre los retos y oportunidades de la industria.

Carlos López Bahillo, director general de AVASA, ha querido explicar el significado del lema de la próxima edición: “La convención de AVASA será la ocasión para impulsar el presente, compartir estrategias, conocimientos y tecnología que ya están transformando nuestro día a día”. López Bahillo también ha añadido que el evento servirá para “construir el futuro, imaginar, planificar y dar forma a lo que vendrá, con la fuerza de quienes creen en el valor de las personas”.

El programa de la 28ª edición incluye actividades dirigidas a empresarios, directivos, agentes de viajes y resto de profesionales

de las agencias asociadas a AVASA. También habrá actos pensados para los partners del grupo. Se han organizado conferencias, sesiones de networking y un gran workshop para que los asistentes a la convención puedan descubrir las últimas tendencias del sector y encontrar nuevas oportunidades de negocio.

La edición anterior contó con más de 800 profesionales del sector. Para 2026, AVASA se ha propuesto “seguir consolidándonos como un referente en el sector”, según palabras de López Bahillo. Para el director general del grupo, es esencial que la convención sirva como un punto de encuentro donde “la visión de cada agencia y cada partner sume al todo”. Un año más, la convención anual de AVASA Travel Group promete ser un evento de referencia para los profesionales del sector turístico. Con un programa que combina formación, negocio y valiosas oportunidades de networking, el evento será una oportunidad única para que agencias de viajes y partners fortalezcan su colaboración y se preparen para los desafíos del turismo del futuro.



# NUEVA YORK ACOGE LA PRIMERA CUMBRE TRANSATLÁNTICA DE TURISMO QUE PRESIDIRÁ TURESPAÑA JUNTO CON EL COMISARIO EUROPEO DE TRANSPORTE Y TURISMO SOSTENIBLE

**E**l director general del Instituto de Turismo de España (Turespaña), organismo autónomo adscrito al Ministerio de Industria y Turismo, Miguel Sanz, participa junto al Comisario Europeo de Transporte y Turismo Sostenible, Apostolos Tzitzikostas, en la Cumbre Transatlántica de turismo organizada por la European Travel Commission y Skift, que se celebrará el 15 de octubre de 2025 en el Mastercard Tech Hub de Nueva York.

Durante este viaje, el Comisario Tzitzikostas — también primer vicepresidente del Comité Europeo de las Regiones— y Miguel Sanz, en su doble condición de director general de Turespaña y presidente de la European Travel Commission (ETC), mantendrán un encuentro con representantes de la industria



turística estadounidense y de los principales destinos europeos presentes en el país. El objetivo de esta reunión es fortalecer la cooperación público-privada y promover un diálogo directo con operadores turísticos estadounidenses y directores de oficinas nacionales de turismo europeas con sede en Estados

Unidos. En el marco de la Cumbre, Miguel Sanz participará en un diálogo sobre la relevancia de las marcas globales en la definición del modelo turístico junto a Fred Dixon, presidente y CEO de Brand USA, la agencia nacional de promoción turística de Estados Unidos. Durante esta conversación se abordará la

importancia de la colaboración entre Europa y Estados Unidos para mantener el turismo como un gasto prioritario en la mente del consumidor global, así como el refuerzo de la alianza transatlántica a través de una conectividad aérea que constituye el corredor más importante del mundo. ●●●

## NORWEGIAN INVITA A DESCUBRIR LA MAGIA DEL INVIERNO NÓRDICO: DESTINOS DONDE LA CULTURA Y LA NATURALEZA VAN DE LA MANO

**C**on la llegada del invierno, Norwegian anima a los viajeros a dejarse inspirar por el encanto del norte de Europa. La aerolínea consolida su presencia en España con más de 50 rutas directas desde ocho aeropuertos españoles hacia Dinamarca, Finlandia, Alemania, Letonia, Noruega y Suecia, ofreciendo la oportunidad de vivir el invierno de una forma única: entre mercados navideños, auroras boreales, spas escandinavos y paisajes cubiertos de nieve. Los pasajeros que escojan Norwegian este invierno podrán disfrutar de las conexiones a las principales capitales escandinavas, que en invierno se transforman en auténticos destinos culturales, gracias a su amplia oferta de museos y mercados en la que descubrir sus tradiciones. Un estilo de vida que se adapta a la llegada de los días más cortos, lo que se conoce como “temporada

oscura”, y que invita a descubrir la naturaleza salvaje y la hospitalidad nórdica en estado puro. Entre las rutas disponibles, destacan las conexiones a Estocolmo, Gotemburgo y Helsinki desde Alicante, Barcelona, Gran Canaria, Palma de Mallorca y Tenerife. El invierno nórdico también se convierte en un paraíso para quienes buscan aventura al aire libre. Desde Oslo, en tan solo unas horas, se pueden disfrutar de resorts de esquí de primer nivel como Hemsedal, Trysil, Geilo o Beitostølen. Las opciones de esquí y de deportes de invierno se extienden prácticamente por toda Noruega, lo que convierte a destinos como Bergen y Stavanger en enclaves de referencia para los pasajeros que deseen iniciar allí sus aventuras por la nieve. Norwegian conecta Bergen y Stavanger con Alicante, Gran Canaria, Málaga y Tenerife. Además, este invierno Norwegian



mantiene la conexión de Málaga hacia Múnich, dando de esta forma continuidad a una ruta que ha generado una muy buena acogida entre los clientes de Norwegian. Otra de las rutas más populares

durante este verano, Alicante – Riga, se mantiene hasta el 22 de noviembre, por lo que los clientes que lo deseen aún tienen una oportunidad para hacerse con sus billetes. ●●●