

# GACETA DEL TURISMO

LA REVISTA DE LOS PROFESIONALES DEL TURISMO

Junio 2026

Nº 106

www.gacetadelturismo.com



“

El barco que marcará una nueva era en las vacaciones familiares llega al Mediterráneo.

”



## LEGEND OF THE SEAS YA ES UNA REALIDAD

Royal Caribbean incorpora oficialmente el tercer gigante de la revolucionaria Clase Icon

El nuevo buque debutará este verano en el Mediterráneo con salidas desde Barcelona y Roma antes de iniciar su temporada en el Caribe desde Fort Lauderdale.



**ROYAL CARIBBEAN Y MEYER TURKU** culminan dos años de construcción



**PRIMER BARCO DE LA CLASE ICON** que navegará por Europa



**MÁS DE 40 EXPERIENCIAS** gastronómicas, ocio y entretenimiento



**CÁDIZ SERÁ EL ÚLTIMO PUERTO** de puesta a punto antes de su estreno



**LA NUEVA REFERENCIA MUNDIAL** para las vacaciones familiares en alta mar



**BINTER AIR**  
MÁS FRECUENCIAS  
VALENCIA Y CANARIAS



**ENTREVISTA CON ÁNGEL GONZÁLEZ**  
IBERIA TRAVEL AGENCIES  
MANAGER DE CIVITATIS



**SOLTOUR**  
REAFIRMA SU APUESTA  
POR LAS COSTAS  
ESPAÑOLAS



**REQUENA**  
CIUDAD ESPAÑOLA  
DEL VINO

# GACETA DEL TURISMO

LA REVISTA DE LOS PROFESIONALES DEL TURISMO

Junio 2026

Nº 106

[www.gacetadelturismo.com](http://www.gacetadelturismo.com)



**VUELVE LA  
GRAN NOCHE  
DEL TURISMO  
Y SUS PREMIOS  
LIDERES DE  
GACETA DEL TURISMO..**

VALENCIA 13 DE OCTUBRE DEL 2026



EDICIÓN DIARIA Y SEMANAL  
DE ACTUALIDAD DE LA  
INDUSTRIA DEL VIAJE Y EL  
TURISMO PARA LOS AGENTES  
DE VIAJES DE ESPAÑA.  
[www.gacetadelturismo.com](http://www.gacetadelturismo.com)

#### Edita

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

#### ADMINISTRACIÓN

[administracion@gacetadelturismo.com](mailto:administracion@gacetadelturismo.com)

#### REDES SOCIALES

Lucía Miñana  
[Luciamaria1987@hotmail.com](mailto:Luciamaria1987@hotmail.com)

#### COLABORADORES

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

#### SECCIONES

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

#### Imprenta

La Imprenta CG

#### Diseño y Maquetación

Juanca P. Romero

# Carta al Director

## RAFAEL MIÑANA SEVILLA

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



## LOS ESPAÑOLES QUEREMOS VIAJAR. *Unas buenas "Good News"* *con la que está cayendo en el País*

La verdad es que la frase con la que titulo esta carta no es la que más nos gusta a los que nos dedicamos al mundo de la información turística, pero viendo cómo está el país y el mundo, en muchas ocasiones es preferible que si hay noticias que sean pocas y buenas y a pesar de todo, como lo nuestro no es la política, "entre comillas" estamos muy contentos, pues nos libramos de esa actualidad de imputaciones, querellas y un largo etc, que hoy en día está de moda.

Para centrarnos en lo nuestro que es el turismo y donde estamos muy contentos una vez conocido el informe del Observatorio nacional de Turismo Emisor de España OBSERVATUR, donde destacan que "Las vacaciones siguen siendo una prioridad para los españoles. El 89% de la población tiene previsto o considera probable realizar algún viaje o escapada durante los próximos meses y prácticamente tres de cada cuatro ciudadanos (74%) afirman haber decidido ya que viajarán este verano. Unos datos que ponen de manifiesto la fortaleza de la demanda turística en un contexto marcado por una mayor atención al presupuesto y por un consumidor cada vez más informado y exigente."

Otro aspecto muy importante a destacar según este informe, es que las Vacaciones serán más cortas y repartidas, donde el estudio detecta también una evolución progresiva de los hábitos vacacionales.

El 53% de los viajeros disfrutará este verano de estancias de una semana o menos, tres puntos más

que el año pasado, y destacando también que el presupuesto importa más que nunca y confirma igualmente que el factor económico continúa desempeñando un papel determinante en la planificación de las vacaciones para terminar con una gran noticia para nuestro país y es que España gana peso, pero el extranjero resiste y nuestro país vuelve a consolidarse como la principal elección de los viajeros para el verano de 2026.

El 65% de quienes ya tienen decidido su destino optará por un viaje dentro del territorio nacional... lo cual es una noticia que nos satisface como medio de comunicación turístico y felicitamos a los miembros de Observatur por este gran trabajo.





Al buen tiempo

iryo



iryó

o, *buen viaje*

.eu

## Binter suma este verano una nueva frecuencia semanal a su ruta entre Valencia y Canarias

La compañía aérea Binter ha iniciado este 15 de junio el refuerzo de su programación entre Valencia y Canarias para la temporada de verano. La aerolínea incorpora una frecuencia adicional semanal con el Aeropuerto de Gran Canaria, alcanzando así un total de diez conexiones semanales entre ambos destinos.



Con esta ampliación de la oferta, Binter conecta Valencia y Canarias todos los días de la semana excepto los sábados, con cuatro jornadas que cuentan con doble frecuencia. Los vuelos se realizan los lunes, martes, miércoles, viernes y domingos con el Aeropuerto de Gran Canaria, y los lunes, miércoles, jueves, viernes y domingos con Tenerife, ofreciendo una mayor flexibilidad para escapadas de fin de semana y estancias más prolongadas.

## Catai reinaugura su tienda Premium en Valencia

Una de nuestras grandes agencias de viajes de España Catai reinauguró recientemente su tienda premium en la céntrica calle de correos en la capital levantina de Valencia. Al evento acudieron un nutrido grupo de amigos y clientes los cuales pudieron conocer las muchas novedades que ofrece esta agencia para este verano así como un exquisito cocktail ofrecido por la compañía.



Gaceta del Turismo tuvimos el placer de acompañarles y que su director de agencias Enrique Mendoza nos dedicara unas palabras «La reinauguración de nuestra agencia de Valencia bajo la marca CATAI representa mucho más que un cambio de imagen. Es la expresión de una apuesta clara por reforzar nuestra propuesta de valor en el segmento de los grandes viajes y las experiencias premium, poniendo a disposición de los viajeros valencianos un nivel aún mayor de especialización, asesoramiento y personalización. Queremos que quienes entren en esta agencia encuentren no solo un viaje, sino la inspiración, el conocimiento y la confianza necesarios para hacer realidad experiencias verdaderamente memorables».

«València es una ciudad dinámica, abierta al mundo y con una cultura viajera muy consolidada. Por eso, para CATAI tiene un significado especial fortalecer nuestra presencia aquí con un espacio concebido íntegramente para los viajeros que buscan descubrir el mundo de una manera diferente, con itinerarios diseñados a medida y el respaldo de un equipo de grandes especialistas».

«Nos ha hecho especial ilusión compartir este momento con representantes de Visit València, así como con tantos clientes, colaboradores y amigos de la marca que nos han acompañado. Su confianza durante todos estos años es la que nos impulsa a seguir evolucionando y a consolidar a CATAI como la referencia en grandes viajes y experiencias de alta gama en la Comunitat Valenciana y en el conjunto de España».

## Pipeline Software y Capdata automatizan la integración de reservas low cost en Orbis Web

Pipeline Software y Capdata han cerrado un acuerdo de colaboración para avanzar en la automatización de procesos operativos en agencias de viajes. La integración busca simplificar la gestión diaria de las agencias y reducir las tareas manuales asociadas al tratamiento de reservas y datos.



Tras un año de trabajo conjunto y con la colaboración de varias agencias de viajes, ambas compañías han desarrollado una solución orientada a dar respuesta a uno de los retos operativos habituales del sector: la captura automatizada de reservas procedentes de aerolíneas low cost y su integración directa dentro de Orbis Web. La tecnología desarrollada por Capdata permite a las agencias reducir tiempos de gestión y minimizar errores asociados al tratamiento manual de reservas. De este modo, los equipos pueden trabajar con procesos más conectados y con información integrada en su entorno habitual de gestión.

## Avianca refuerza la conexión entre España y Centroamérica con la reactivación de la ruta directa Madrid-San Salvador

La nueva operación fue presentada este jueves en Madrid por Catalina Nannig, vicepresidente de Ventas de Avianca, y Anabella Machuca, embajadora de El Salvador en España, quienes encabezaron el acto inaugural y el corte simbólico de cinta de una ruta que fortalecerá los vínculos comerciales, turísticos y culturales entre España, El Salvador y el conjunto de Centroamérica.



Centroamérica continúa ganando protagonismo en el mapa económico y turístico internacional. En este contexto, Avianca refuerza la conectividad entre España y la región con la puesta en marcha de su operación estacional directa entre Madrid y San Salvador, una conexión que facilitará el intercambio de turistas, empresarios e inversores entre ambos mercados durante la temporada de verano.

La ruta, que ya está disponible, estará operando hasta el 15 septiembre de 2026, contará con cuatro frecuencias semanales y más de 2.300 asientos cada semana. Los vuelos serán operados por la aerolínea española Wamos Air en aeronaves Airbus A330 con capacidad para 288 pasajeros.

# Orbis.

## WEB

### ¿Aún no conoces la nueva versión Web de Orbis Gestión para Agencias de Viajes?

- SES Hospedajes
- Factura Electrónica
- Nuevas capturas proveedores
- Generación enlaces de cobro
- Conciliación tarjetas
- Enlace CRM
- Alta desatendida expedientes
- Etc.

614 398 077

964 723 390

comercial@pipeline.es



Más información en  
[www.orbisweb.es](http://www.orbisweb.es)



# Carlos Garrido, nuevo presidente de la Mesa del Turismo de España

El Vicepresidente del Consejo Directivo, D. Carlos Garrido de la Cierva, con una dilatada experiencia en gestión asociativa como Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), ha sido designado Presidente en funciones de la Mesa del Turismo de España por el Consejo Directivo y ratificado por la Asamblea General.

El nombramiento de D. Carlos Garrido como Presidente de la Mesa del Turismo de España se produce tras la dimisión de D. Juan Molas Marcellés, que ha presidido la Mesa desde 2020, tras la presentación de su renuncia ante el Consejo Directivo, que ha sido comunicada a los miembros de la Mesa en la Asamblea General celebrada hoy jueves 11 de junio.

El nuevo Presidente, en cumplimiento de lo que establecen los Estatutos, ha puesto en marcha el proceso electoral para la presentación de candidaturas y la elección del nuevo Presidente y Consejo Directivo de la Mesa.

La Mesa del Turismo de España, organización decana que cumple este año el 40º aniversario de su fundación, está formada por más de un centenar de miembros de todos los sectores, subsectores y segmentos de actividad del Turismo en España.



# Nautalia logra el mejor resultado de su historia tras duplicar su beneficio neto en 2025

Nautalia ha cerrado 2025 con el mejor resultado de su historia, al haber alcanzado un beneficio neto de 11,3 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 113% con respecto a 2024, hasta la fecha también el mejor resultado de la compañía.

La cifra de negocio el año pasado se situó en 248,9 millones de euros, frente a los 202,9 millones del año anterior, con un incremento del 22,7%. La evolución del beneficio, muy superior al crecimiento de las ventas, refleja la mejora de la rentabilidad de la compañía y el éxito de una estrategia centrada en priorizar el margen frente al volumen.

Este cambio de rumbo en la estrategia de la empresa ha sido impulsado por Rafael García Garrido, CEO de Travel Live y Nautalia. Garrido ha defendido en los últimos años la necesidad de abandonar las guerras de precios y los contratos con poca o nula rentabilidad para construir un modelo basado en el servicio, la calidad, la atención al cliente, la marca y la credibilidad ante los consumidores, en lugar de competir mediante descuentos.

“Estos datos tan espectaculares avalan que esta estrategia renovada da y seguirá dando excelentes resultados. Nuestro objetivo es el cliente: atenderle muy bien, asesorarle, darle un servicio de calidad y convertirnos en prescriptores. Los equipos de nuestras más de 200 tiendas a pie de calle deben ser insustituibles. No existe herramienta digital capaz de sustituir a un asesoramiento personal y profesional”, asegura el CEO de Travel Live y Nautalia.

Con estos resultados, Nautalia encadena tres ejercicios consecutivos en positivo y consolida la recuperación iniciada tras los años de pérdidas. La compañía se sitúa así como una de las redes de agencias más rentables del mercado español por número de oficinas y empleados.

La mejora también se refleja en el patrimonio neto, que se eleva hasta los 23,9 millones de euros, prácticamente el doble de los 12,6 millones regis-



trados en 2024. Esta evolución contrasta con la situación de apenas dos años antes, cuando la compañía presentaba un patrimonio neto negativo superior a los cinco millones de euros como consecuencia de las pérdidas acumuladas durante la pandemia.

Otro de los indicadores que evidencia la evolución favorable del negocio es la productividad. La facturación media por empleado se situó en 324.190 euros, frente a los 261.249 euros de 2024, con una plantilla de 768 trabajadores, una cifra muy similar a la del ejercicio anterior. Este avance pone de manifiesto el aumento de la eficiencia operativa de Nautalia.

García Garrido ha subrayado que el principal reto del canal minorista en España no está en generar ventas, sino en proteger la rentabilidad. En este sentido, defiende que las agencias deben apoyarse en el valor del servicio, la fortaleza de la marca y la confianza del cliente.



MEJORES PRECIOS ASEGURADOS

# Verano 2026

*Infintas posibilidades  
¡Reserva ya!*



# IV Verano familiar de Airmet



Por Chiky Trillo

Con más de 676 agencias asociados, uno de los grupos de gestión más grandes, Airmet celebró la IV Fiesta de Verano en Outdoor Factory, en los Ángeles de San Rafael (Segovia) a menos de una hora de Madrid, a orillas del Embalse del Carrascal. Una mañana para disfrutar, compartir buenos momentos y desconectar en un ambiente distendido a la que acudieron proveedores, agencias, prensa y amigos: una jornada calurosa ya a las puertas del verano.

Rubén Fernández, CEO de Airmet, fue el perfecto anfitrión de una jornada festiva estival que nadie se quiso perder.

El Grupo Airmet es uno de los grupos de gestión comercial y de servicios líder en España, diseñado específicamente para agencias de viajes independientes. Su objetivo principal es negociar con proveedores turísticos para mejorar las condiciones económicas de sus agencias asociadas y ofrecerles herramientas tecnológicas, de marketing y de contratación.

# CRUCEROS FLUVIALES Y MARÍTIMOS



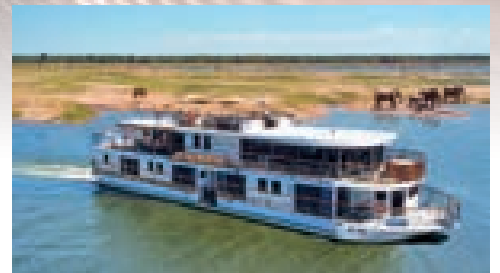
## Cruceros fluviales en Europa

Guadalquivir • Duero • Po • Loira • Garona  
Ródano • Sena • Canales de Francia • Rin  
Mosela • Danubio • Elba • Havel • Moldava



## Cruceros marítimos

Mar Mediterráneo • Mar Adriático  
Islas Canarias • Mar Égeo



## Cruceros fluviales por el Mundo

África Austral (Sudáfrica, Botsuana, Namibia,  
Zimbabue) • Mékong (Vietnam, Camboya)  
Nilo (Egipto)

## CROISIEUROPE, LÍDER EUROPEO DEL CRUCERO FLUVIAL CELEBRA SU 50 ANIVERSARIO

RÉGIMEN TODO INCLUIDO A BORDO:



BEBIDAS INCLUIDAS EN LAS COMIDAS Y EN EL BAR



WIFI GRATIS



TASAS PORTUARIAS INCLUIDAS



PARA MÁS DETALLES: [informacion@croisieurope.com](mailto:informacion@croisieurope.com) • 911 176 539

[www.croisieurope.es](http://www.croisieurope.es)     YouTube

Rogamos consulten condiciones. Fotos no contractuales - Créditos de las fotos: Alexandre Sattler, Kévin Hogan, Miran Brautovic - CreaStudio 2603003.

Más detalles:



# Verano 2026: los españoles mantienen firme su deseo de viajar, y la demanda turística se mantiene sólida

Los viajeros planifican más y muestran una mayor cautela en el gasto, mientras las agencias confían en que las reservas sigan creciendo durante las próximas semanas. El 89% de los españoles tiene previsto o considera probable realizar algún viaje o escapada durante los próximos meses



Las vacaciones siguen siendo una prioridad para los españoles. El 89% de la población tiene previsto o considera probable realizar algún viaje o escapada durante los próximos meses y prácticamente tres de cada cuatro ciudadanos (74%) afirman haber decidido ya que viajarán este verano.

Unos datos que ponen de manifiesto la fortaleza de la demanda turística en un contexto marcado por una mayor atención al presupuesto y por un consumidor cada vez más informado y exigente.

Así al menos se desprende del contenido del Informe 17 del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR), el instrumento de análisis del emisor nacional, integrado por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

Las cifras muestran además que los viajeros afrontan la campaña con un elevado grado de planificación. El 94% ya tiene decidida la compañía con la que viajará; el 80% ha definido aspectos como la duración de las vacaciones o el medio de transporte; y el 76% sabe ya cuál será su destino.

Sin embargo, esta mayor planificación convive con una actitud más reflexiva en el momento de formalizar determinadas reservas, especialmente aquellas más vinculadas al precio o a servicios complementarios, una circunstancia que las agencias de viajes interpretan como una señal de prudencia, pero no de debilitamiento de la demanda.

#### Viajar sigue siendo prioritario

Uno de los principales mensajes que deja esta edición del informe es que las ganas de viajar permanecen intactas. Tanto los viajeros como las agencias coinciden

en señalar que las vacaciones continúan ocupando un lugar destacado dentro de las prioridades de ocio de los españoles. Lo que cambia no es el deseo de viajar, sino la forma de hacerlo.

Los consumidores comparan más, planifican mejor y prestan una atención creciente a la relación calidad-precio, configurando un perfil de viajero más racional, pero igualmente comprometido con sus vacaciones.

#### Vacaciones más cortas y repartidas

El estudio detecta también una evolución progresiva de los hábitos vacacionales. El 53% de los viajeros disfrutará este verano de estancias de una semana o menos, tres puntos más que el año pasado.

Esta tendencia apunta hacia una mayor flexibilidad en la distribución de los viajes a lo largo del año y sugiere una lenta pero constante



**España vuelve a consolidarse como el principal destino vacacional, concentrando cerca de dos tercios de las preferencias.**

**La costa mediterránea, la costa andaluza, los archipiélagos y los destinos del norte peninsular lideran las previsiones.**

**El turismo internacional mantiene una posición destacada: el 35% de los viajeros tiene previsto desplazarse al extranjero.**

**Los viajeros muestran una actitud más racional y selectiva, prestando una atención creciente al presupuesto, que en promedio se rebaja a 737 euros (dos menos que en 2025)**

**Continúan las señales que advierten una mayor desestacionalización de los viajes, con estancias más cortas y una distribución más equilibrada entre los meses vacacionales.**

**A pesar de la fortaleza de la demanda, las agencias perciben un ritmo de reservas más moderado que en campañas anteriores**



transformación de los patrones tradicionales de vacaciones, con una creciente presencia de escapadas y desplazamientos más breves.

Además, aunque julio y agosto continúan concentrando la mayor parte de las salidas vacacionales, se observa una distribución cada vez más equilibrada de los viajes estivales, especialmente entre determinados segmentos de población.

España gana peso, pero el extranjero resiste. España vuelve a consolidarse como la principal elección de los viajeros para el verano de 2026. El 65% de quienes ya tienen decidido su destino optará por un viaje dentro del territorio nacional.

La costa mediterránea, la costa andaluza, los archipiélagos y los destinos del norte peninsular lideran las preferencias.

Al mismo tiempo, el turismo internacional mantiene una posición destacada.

El 35% de los viajeros tiene previsto desplazarse al extranjero, una cifra que, aunque ligeramente inferior a la del pasado ejercicio, continúa situándose en niveles elevados tras el comportamiento excepcional registrado durante 2025.

**El presupuesto importa más que nunca**

El estudio confirma igualmente que el factor

económico continúa desempeñando un papel determinante en la planificación de las vacaciones.

Aunque el gasto previsto por persona se mantiene prácticamente estable respecto al año anterior (737 euros frente a los 739 de 2025), los viajeros muestran una sensibilidad creciente hacia el coste total del viaje y una mayor predisposición a comparar alternativas antes de tomar decisiones.

Las agencias comparten esta percepción y consideran que la búsqueda de valor, el ahorro y la comparación de precios seguirán condicionando buena parte del comportamiento de la demanda durante la campaña.

**Marcos Franco, portavoz de ObservaTUR:**

“Los resultados muestran que las ganas de viajar siguen siendo extraordinariamente sólidas. Las vacaciones continúan ocupando un lugar prioritario para los españoles, aunque observamos un viajero más reflexivo, más informado y más exigente.

No vemos una caída de la demanda, sino una evolución en la forma de decidir y contratar los viajes. El verano de 2026 estará marcado por la búsqueda de equilibrio entre experiencia, confianza y presupuesto, y en ese escenario las agencias de viajes siguen desempeñando un papel fundamental para ayudar al viajero a tomar las mejores decisiones”.

## ROBERTO CABELLO

RESPONSABLE DE VENTAS PARA ESPAÑA Y PORTUGAL DE OCEANÍA CRUISES

# “Tenemos previsto construir cinco barcos en los próximos 10 años”

Oceanía Cruises lanza dos épicas Vuelta al Mundo de 180 días para 2028 y 2029 a bordo de Oceania Aurelia. La naviera presentó en Madrid los primeros itinerarios que comenzarán a venderse el 13 de mayo de 2026, incluyendo también dos Grandes Viajes de más de 70 días. Gaceta del Turismo experimentó en el Kitchen Club una de las señas de identidad de la naviera, la gastronomía, y hablamos con Roberto Cabello, Responsable de Ventas para España y Portugal

**P**or primera vez en la historia, Oceanía Cruises lanza dos Vueltas al Mundo de forma simultánea, que ya están disponibles para vista previa en línea; un anuncio que marca un hito para la principal línea de cruceros de lujo del mundo centrada en gastronomía y destinos.

### ¿Qué novedades nos trae Oceanía Cruises?

“Después de muchos años siendo considerada una naviera de Upper Premium, ahora estamos metidos de lleno en el sector de los cruceros de lujo. Estamos considerados como una naviera de cruceros de lujo. Una de las grandes novedades es que desde el 6 de enero nuestros cruceros son solo para adultos y este año también hemos puesto a la venta el nuevo Oceania Sonata, que se inaugurará en agosto de 2027; hemos anunciado el nuevo Oceania Aurelia, que se inaugurará en 2028, y también, a la vez, poniendo a la venta las Vueltas al Mundo para 2028 y 2029”.

### El ‘Sólo Para Adultos’ es una de las grandes novedades, ¿cómo está funcionando?

“Es cierto que en Oceanía Cruises nunca hemos tenido muchos niños y tras consultarlo mucho con nuestros pasajeros llegamos a la conclusión que había mucho mercado para ello; no hay muchas navieras que limiten a mayores de 18 años. Así que decidimos dar el paso y la verdad es que la propuesta está teniendo mucho éxito por parte de los viajeros”.

### Otra de las novedades es la dedicación a la gastronomía, bueno, que no es una novedad porque fuisteis pioneros en los barcos con Escuela de Cocina. ¿Qué novedades ofrecéis en este campo?

“Sí, así es, creímos en el producto gastronómico desde el primer momento, hace más de 20 años. Pero no por ello dejamos de innovar. Vamos incluyendo novedades en todos nuestros cruceros, incluimos nuevos menús. Por ejemplo, para Oceania Sonata, que inauguraremos el año que viene, vamos a tener dos nuevos restaurantes de especialidades, además de nuestros clásicos. En el resto de la flota vamos incluyendo todo tipo de novedades a nivel de excursiones o a nivel de actividades a bordo como la Escuela de Cocina o el Chef’s Studio, donde cada receta nos cuenta una historia. Por eso estamos aquí en el Kitchen Club, en esta cocina que os hemos mostrado, ya que una parte de la gastronomía de los cruceros, que tienen Escuela de Cocina, en la que se acompaña al chef y se hace uno la propia comida. Es el mejor sitio para presentar las novedades de Ocea-

nía Cruises: un taller de cocina donde hemos podido probar de primera mano cómo se hacen algunos de los platos que ofrecemos en nuestros barcos”.

### Volvemos a La Vuelta del Mundo; ya la Vuelta del Mundo del 26 ya está vendida, vamos a pensar en el 27. Cuéntanos lo de esta Vuelta del Mundo, porque esto suena casi a Willy Fogg.

“Sí, la verdad es que Oceanía Cruises es conocida también por sus cruceros de larga duración y uno de ellos es la Vuelta del Mundo. Tenemos cruceros todos los años que hacen la Vuelta del Mundo en 180 días y bueno, decir que la Vuelta del Mundo de 2027 está prácticamente llena y acabamos de poner a la venta la Vuelta del Mundo 2028 y 2029. Es la primera vez que ponemos a la venta las dos Vueltas del Mundo al mismo tiempo, pero estamos teniendo muchísima demanda porque lo vamos a hacer en el nuevo barco, el Oceania Aurelia, que va a tener una capacidad para tan solo 470 pasajeros, entonces van a volar las plazas”.

### Nos contabas Roberto, que el barco Aurelia lo habéis remodelado entero, que habéis reducido las plazas, cuéntanos un poquito cómo es el nuevo Aurelia.

“El Océano Aurelia está basado en el Oceania Náutica y vamos a transformar completamente el barco. Vamos a reducir la capacidad de 678 pasajeros a 470 pasajeros, manteniendo los 400 tripulantes; vamos a añadir muchos tipos de suites nuevas, casi la totalidad del pasaje de las acomodaciones van a ser suites y va a ser un barco diseñado para el disfrute de la navegación y el disfrute de cruceros de larga duración. Prácticamente casi habrá un tripulante por pasajeros, poco más o menos. Es uno de los ratios más altos del sector de los cruceros y sin duda el ratio más alto en Oceanía Cruises”.

### Y en cuanto a los chefs que van en los barcos, también habrá un chef por cada poquitos pasajeros, ¿no?

“Sí. Ya sabes que el tema de la gastronomía está en nuestro ADN y cuidamos mucho la gastronomía y contamos en los barcos nuevos con un chef por cada 10 pasajeros”.

### El tema de cruceros está creciendo: la Vuelta al Mundo, los cruceros de larga duración o trabajar desde un crucero. ¿Cómo se porta el mercado español? ¿Cómo va el futuro?

“Sí, bueno, la verdad es que tenemos un futuro muy bonito por delante. El año que viene inauguramos el Oceania Sonata, que será el noveno barco de la flota donde ampliando un poco la capacidad y pasamos de 1.200 pasajeros has-

ta 1.390 pasajeros. Y dado el éxito que ha tenido el lanzamiento de esta nueva categoría premium, hemos decidido ampliar la flota con este modelo y vamos a construir cinco barcos de esta clase entre 2027 y 2037. Así prácticamente saldrá a barco por cada dos años. Cada dos años inauguraremos un barco nuevo”.

### ¿Y qué es lo que traerán los barcos nuevos? ¿Más restaurantes? ¿Nuevos destinos? ¿Qué habéis pensado?

“Siempre vamos añadiendo las mejoras que nos sugieren los usuarios; un poco basadas en las conversaciones que tenemos con nuestros pasajeros. Por ejemplo, el Oceania Sonata traerá novedades culinarias, con un restaurante de alta gastronomía francesa, y un restaurante de cocina Nikkei. También habrá algunas más sorpresas que todavía no podemos comentar de momentos, serán las sorpresas que os contaremos en un futuro. Y luego nuevos tipos de acomodación, con nuevos tipos de suites sobre todo”.

### Hay que destacar que la conectividad es muy importante en Oceanía Cruises, es una de las grandes ventajas al estar conectados con el Starlink tienes Wi-Fi ilimitado y eso incluso provoca que mucha gente llegue a trabajar desde uno de vuestros cruceros.

“Ya sabes que las tendencias están cambiando mucho y ahora la gente viaja más y viaja por más tiempo y al tener opciones como Wi-Fi ilimitado a bordo de los barcos y con una conexión muy buena, pues te permite viajar mientras sigues trabajando. Y ya que nuestra especialidad son los cruceros de larga duración, te permite estar siempre conectado... si quieres”.





# ACELERA TU AGENCIA Y MULTIPLICA TU RENTABILIDAD

La solución global que une el poder de Travelport+ con el Marketing Digital.

## BUSINESS TOOLS

Gestiona con eficiencia, reduce errores y maximiza cada reserva.

### CONTENIDO GLOBAL

Todo el inventario de vuelos, hoteles, coches y NDC.

### GESTIÓN INTELIGENTE

Automatiza cambios y reemisiones al instante.

### PRESUPUESTOS QUE VENDEN

Crea ofertas profesionales en segundos con Trip Quote.

## MARKETING TOOLS

Moderniza tu punto de venta e impacta a tus clientes donde ellos están.

### ESCAPARATE DIGITAL

Pantallas digitales, LEDs y Mupis que detienen al viajero en la calle.

### DIGITALIZACIÓN 360°

Tarjeta virtual, catálogos interactivos y Wi-Fi Social.

### EXPERIENCIA PREMIUM

Eleva tu marca con música ambiente y soportes digitales.



**NUESTRA TECNOLOGÍA, TU RENTABILIDAD. ¿EMPEZAMOS EL CAMBIO?**

# Royal Caribbean da oficialmente la bienvenida a Legend of the Seas a la revolucionaria Clase Icon, construida en colaboración con

La celebración en Turku, Finlandia, marca la entrega oficial del barco a la marca vacacional antes de su debut europeo en julio de 2026



Royal Caribbean ha dado oficialmente la bienvenida a Legend of the Seas a su familia, continuando la evolución de la clase Icon diseñada para ofrecer las mejores experiencias vacacionales familiares. Tras casi dos años de construcción en el astillero Meyer Turku en Turku, Finlandia, el tercer barco de la clase Icon está ahora listo para hacer su debut en Europa en julio de 2026.

Para conmemorar este hito, más de 1.200 miembros de la tripulación y socios se reunieron en una ceremonia legendaria dirigida por el presidente y CEO de Royal Caribbean Group, Jason Liberty; el presidente y CEO de Royal Caribbean, Michael Bayley; y el CEO de Meyer Turku, Casimir Lindholm. Durante la celebración, el equipo reconoció el esfuerzo de miles de ingenieros, diseñadores, arquitectos y miembros de la tripulación que han dado vida a Legend, marcando la transferencia de propiedad entre Royal Caribbean y Meyer Turku.

“La entrega de hoy de Legend of the Seas marca otro hito importante en nuestra ambición de redefinir continuamente la experiencia vacacional”, dijo Jason Liberty, presidente y CEO, Royal Caribbean Group. “Este nuevo barco refleja la fortaleza del ecosistema vacacional que estamos construyendo: combinando barcos líderes en la industria, tecnología innovadora y experiencias excepcionales para nuestros huéspedes. Es un logro solo posible gracias a la extraordinaria colaboración y experiencia de Meyer Turku y de los miles de personas talentosas cuya creatividad y compromiso siguen ayudándonos a diseñar el futuro de las vacaciones.”

La entrega forma parte del acuerdo a largo plazo de la empresa con Meyer Turku, asegurando el acceso del grupo a la capacidad de construcción naval hasta 2036, incluyendo el pedido de Icon 5 que se entregará en 2028, así como los sexto y séptimo barcos de la clase Icon en 2029 y 2030, respectivamente.

Legend viajará próximamente de Turku a Cádiz, España, donde Royal Caribbean le dará los toques finales antes de que los vacacionistas zarpen en aventuras de siete noches por el Mediterráneo occidental desde Barcelona, España, y Roma (Civitavecchia), Italia, este verano. En noviembre, el barco llegará a Fort Lauderdale, Florida, para ofrecer vacaciones de seis noches en el Caribe Occidental y ocho noches en el Caribe Sur, con cada aventura visitando el destino mejor valorado de Royal Caribbean, Perfect Day CocoCay.

“Estamos increíblemente orgullosos de presentar Legend of the Seas a los vacacionistas y continuar el legado de la revolucionaria clase Icon”, dijo Michael Bayley, presidente y CEO, Royal Caribbean. “Esto no sería posible sin el gran número de personas talentosas que se unieron para ofrecer lo que son realmente las vacaciones familiares definitivas, y esperamos que el debut de Legend este verano sea legendario.”

Los vacacionistas de todas las edades en Legend pueden experimentar una gama completa de restaurantes destacados, entretenimiento inmersivo, actividades llenas de adrenalina y alojamientos en ocho vecindarios.



# Circuitos con Vuelos incluidos

## BARCELONA

## VALENCIA


## MADRID



**Perlas de Polonia**  
**Lo mejor de Suiza**  
**Gran Tour de Croacia, Bosnia y Eslovenia**



**Italia Clásica**  
**Perlas de Polonia**  
**Gran Tour de Turquía**

**Lo mejor de Países Bajos**  
**Lo mejor de Austria**  
**Lo mejor de Rumanía**  
**Lo mejor de Albania y Macedonia del norte**  
**Gran Tour de Croacia, Bosnia y Eslovenia**

## BILBAO



**Perlas de Polonia**  
**Alemania Mágica**  
**Gran Tour de Turquía**

## MÁLAGA



**Perlas de Polonia**  
**Estocolmo y Fiordos Noruegos**  
**Gran Tour de Croacia, Bosnia y Eslovenia**

La **pieza clave** de tu circuito

Consulta fechas y precios en [www.europamundo.es](http://www.europamundo.es) o contactando a [reservas.esp@europamundo.com](mailto:reservas.esp@europamundo.com)

# ÁNGEL GONZÁLEZ

IBERIA TRAVEL AGENCIES MANAGER DE CIVITATIS

**“El viajero está priorizando cada vez más destinos que le transmitan tranquilidad, comodidad y donde sienta que puede disfrutar del viaje con normalidad”**



Ángel, para que nuestros lectores y los agentes de viajes te conozcan mejor... ¿cuál es tu trayectoria profesional en el mundo del turismo?

Llevo ya más de 20 años vinculado al mundo de las agencias de viajes y del turismo, un sector que sinceramente sigo disfrutando con la misma ilusión que el primer día.

Comencé trabajando como agente de viajes, una etapa en la que estuve alrededor de 10 años y que me ayudó muchísimo a entender de verdad al cliente, las necesidades de las agencias y cómo funciona el sector desde dentro y desde el día a día real de una oficina.

Después tuve la oportunidad de seguir creciendo profesionalmente pasando por diferentes posiciones, desde la dirección general de una touroperadora en México, hasta roles de Trade Marketing Manager a nivel nacional y Portugal, siempre muy enfocado en desarrollo comercial, estrategia y crecimiento dentro del sector turístico.

Y actualmente formo parte de Civitatis como Iberia Travel Agencies Manager, trabajando junto a grandes grupos turísticos, grupos de gestión, mayoristas y agencias de viajes independientes de España y Portugal para ayudarles a desarrollar el vertical de actividades y experiencias.

La verdad es que me considero una persona muy afortunada por dedicarme a algo que me sigue apasionando. El turismo cambia constantemente, evoluciona muy rápido y siempre te obliga a seguir aprendiendo. Y creo que precisamente esa mezcla de personas, experiencias, destinos y emociones es lo que hace tan especial este sector.

**¿Cuándo nace Civitatis? ¿Dónde y quiénes son sus creadores?**

Civitatis nació en 2008 de la mano de Alberto Gutiérrez, nuestro fundador. La idea surgió de algo muy sencillo pero que sigue siendo igual de importante hoy: ayudar a los viajeros a descubrir y reservar actividades y experiencias de calidad en español en cualquier parte del mundo.

En aquel momento todavía no existía una plataforma especializada como tal en experiencias turísticas en español, y ahí vimos una oportunidad muy clara. Poco a poco, Civitatis fue creciendo destino a destino, siempre muy centrados en la calidad del producto, en la atención al cliente y en trabajar de forma muy cercana tanto con proveedores locales como con agencias de viajes. Hoy estamos presentes en miles de destinos en todo el mundo y seguimos creciendo muchísimo, pero

la filosofía sigue siendo la misma del principio: ayudar al viajero a disfrutar mejor de cada destino a través de experiencias cuidadosamente seleccionadas.

**¿Cuáles son vuestras principales actividades e infraestructura?**

En Civitatis estamos especializados en actividades, excursiones, visitas guiadas, traslados y experiencias turísticas en todo el mundo, siempre en el idioma del viajero.

Trabajamos directamente con más de 8.000 proveedores locales y también junto a partners turísticos, tecnológicos, agencias de viajes y cada vez más mayoristas, ayudándoles a complementar y enriquecer su oferta de destinos y experiencias para el cliente final.

Además, en los últimos años estamos viendo un crecimiento muy importante en segmentos como el viajero premium, experiencias VIP, small groups y actividades más personalizadas, donde el cliente busca un valor añadido diferencial y una experiencia mucho más cuidada durante el viaje.

Detrás de todo esto también hay una apuesta muy fuerte por la tecnología, la conectividad y el desarrollo B2B, con herramientas específicas para agencias, grupos de gestión, operadores y partners estratégicos.

Al final, hoy el turismo también es rapidez, personalización y capacidad de adaptación, y ahí estamos invirtiendo muchísimo.

**Ángel, vivimos momentos complicados en el ámbito económico y geopolítico... ¿qué perspectivas tenéis para la campaña de verano del turismo?**

Es verdad que vivimos un contexto algo inestable a nivel económico y geopolítico, y eso hace que el viajero mire más el presupuesto, reserve más tarde o incluso cambie ciertos destinos. Pero el turismo sigue demostrando una capacidad de resistencia enorme. Más que dejar de viajar, lo que estamos viendo es una redistribución del viajero hacia destinos que percibe como más cómodos, accesibles o estables dentro del contexto actual.

La gente sigue queriendo viajar. Lo que cambia es el tipo de viaje, la duración o el momento de reservar, pero viajar continúa siendo una prioridad para muchísimas personas. Además, vemos cada vez más viajeros que buscan experiencias auténticas y sentir que el viaje realmente merece la pena.

Nosotros esperamos una buena campaña de verano, aunque probablemente muy marcada por la última hora y por una mayor flexibilidad en la toma de decisiones.

**¿Cuáles consideráis que pueden ser destinos de refugio este verano?**

Estamos viendo muchísimo interés por destinos que combinan buena conectividad, una experiencia muy completa para el viajero y una percepción de mayor estabilidad dentro del contexto internacional actual.

Además, el viajero está priorizando cada vez más destinos que le transmitan tranquilidad, comodidad y donde sienta que puede disfrutar del viaje con normalidad.

En ese sentido, estamos viendo un crecimiento muy destacado en destinos europeos, especialmente en Italia, con ciudades como Roma, Nápoles o Milán liderando la demanda este verano. También destacan otros destinos urbanos y culturales como Budapest, consolidándose como uno de los grandes atractivos de Hungría, así como República Checa y Reino Unido, que mantienen un comportamiento muy positivo.

A nivel internacional y a larga distancia, Japón está registrando una subida muy fuerte, mientras que Turquía sigue despertando muchísimo interés. También vemos una evolución muy positiva en México, especialmente en zonas del Caribe Mexicano.

Por otro lado, el turismo doméstico en España continúa funcionando especialmente bien, con muy buen comportamiento en destinos como Canarias, Baleares, Galicia y Andalucía, además de escapadas urbanas y culturales que están ganando fuerza por su facilidad de acceso y flexibilidad.

Al final, el viajero busca destinos que le aporten confianza, buena experiencia y una sensación de viaje “redondo”, y ahí estamos viendo claramente cuáles van a ser algunos de los grandes protagonistas de este verano.





Somos el grupo de agencias de viajes que colabora de persona a persona para hacerte la vida más fácil.

**¡Acompáñanos!**

[www.grupoairmet.com](http://www.grupoairmet.com)  
[informacion@grupoairmet.com](mailto:informacion@grupoairmet.com)  
915 229 677



# València se incorpora a la Plataforma Inteligente de Destinos

El Ayuntamiento de València ha dado hoy un paso decisivo en la modernización de su gestión turística con la presentación de la Plataforma Inteligente de Destino València (PID València)", según ha asegurado hoy la concejala de Turismo, Innovación y Captación de Inversiones, Paula Llobet, en la presentación de esta nueva herramienta que se ha celebrado en La Harinera de Las Naves.



"El consistorio ha demostrado que la convivencia entre el dinamismo económico y el bienestar vecinal es posible cuando se gobierna con estrategia y tecnología. Lejos de la gestión tradicional basada únicamente en la promoción, València asume el liderazgo nacional al implantar un modelo que utiliza los datos para gobernar el turismo en beneficio de toda la ciudad", ha asegurado la edil.

Paula Llobet, que ha participado en esta presentación junto a representantes de SEGITTUR, ha enmarcado esta iniciativa "como el pilar fundamental de la nueva política turística institucional: un turismo excelente, ordenado y sostenible".

«El turismo es una de las grandes fortalezas económicas y culturales de València, y precisamente por ello debemos gestionarlo con ambición y rigor. Con esta plataforma tomamos las riendas: pasamos de la inercia a la gestión activa, garantizando que el turismo siga aportando riqueza y oportunidades, pero siempre en perfecta armonía con la calidad de vida de nuestros barrios y nuestros vecinos», ha destacado.

# PortCastelló asiste a MedCruise para consolidarse como destino de cruceros

PortCastelló ha participado esta semana en la 68 Asamblea General de MedCruise, celebrada del 8 al 12 de junio en la ciudad de Palermo, a fin de seguir consolidando y posicionando a Castellón el mapa internacional como destino de cruceros de lujo y sostenible en el Mediterráneo.



En este marco, al objeto de generar sinergias y establecer alianzas estratégicas, PortCastelló ha programado para estos días más de una decena de encuentros B2B con representantes de las principales navieras internacionales del sector para presentarles los atractivos de Castellón tanto para navieras como para cruceristas.

La gerente de la Fundación PortCastelló, Susana Soria, ha explicado que, se han concertado entrevistas con destacadas compañías de cruceros de lujo y extra-lujo como Four Seasons, Explora Journeys, Silversea, Seabourn Cruises, Scenic Cruises y Mystic Invest, algunas de las cuáles ya han escalado en Castellón.

"El objetivo es reforzar la relación con aquellas compañías que ya operan o han mostrado interés por Castellón, además de dar a conocer la exclusividad del destino y las ventajas de nuestro puerto frente a otros para aquellas compañías que todavía no nos conocen", ha señalado Soria.

# Turisme CV destina 9,1 millones de euros al Bono Recuperem

Turisme Comunitat Valenciana destinará un total de 9,1 millones de euros al programa Bono Viaje Recuperem Turisme 2026, con el objetivo de facilitar el acceso a experiencias turísticas a las personas afectadas por la dana de 2024.



La nueva convocatoria, que se ha publicado este jueves en el DOGV, permite dar continuidad al programa impulsado en 2025 y está dirigida exclusivamente a las personas empadronadas en municipios afectados por las riadas de octubre 2024 que solicitaron el bono el pasado año y no pudieron beneficiarse de él por falta de consignación presupuestaria. Al quedar entonces en lista de espera, no será necesario presentar una nueva solicitud.

La Generalitat ha diseñado esta convocatoria con el objetivo de ofrecer las máximas facilidades a las personas beneficiarias. De este modo, la adjudicación de las ayudas se realizará siguiendo el orden de la lista de espera generada en 2025, de acuerdo con la fecha de formalización de la solicitud, hasta agotar la consignación presupuestaria. Además, cada persona beneficiaria podrá acceder a un único bono.

La consellera de Industria, Turismo, Innovación y Comercio, Marián Cano, ha destacado que esta nueva dotación económica permite dar respuesta a las solicitudes que quedaron pendientes en la anterior convocatoria y refuerza el compromiso del Consell con las personas afectadas por la dana, al tiempo que contribuye a sostener la actividad del sector turístico en la Comunitat Valenciana.

Además, Turisme Comunitat Valenciana comprobará de oficio el cumplimiento de los requisitos establecidos en la convocatoria de 2025, sin que las personas beneficiarias deban aportar nueva documentación.

# Alicante y Puerto refuerzan su alianza

El Ayuntamiento de Alicante y la Autoridad Portuaria han firmado un protocolo de actuación para reforzar la coordinación institucional en la zona de servicio del Puerto abierta al público, con el objetivo de mejorar la seguridad, prevenir conductas incívicas y ordenar la convivencia en uno de los espacios más transitados y representativos de la ciudad.



La zona de aplicación corresponde a los espacios de las zonas de servicio abiertas a la ciudadanía, especialmente en el Paseo de los Mártires de la Libertad y en las zonas adyacentes a los muelles 1 y 2, así como en el muelle 12, durante la celebración de eventos de pública concurrencia como Hogueras, Carnaval, Navidad y conciertos.

El acuerdo, rubricado este jueves por ambas instituciones, responde a la voluntad compartida de Ayuntamiento y Autoridad Portuaria de seguir consolidando la relación puerto-ciudad y de proteger un entorno de gran afluencia ciudadana, donde la convivencia, la imagen urbana y la seguridad adquieren un valor estratégico.

Este protocolo prevé actuaciones coordinadas, procedimientos sancionadores según la normativa aplicable y una distribución clara de funciones entre los cuerpos intervinientes, siempre dentro de sus respectivas competencias, si bien la coordinación operativa se canalizará a través del Centro de Control de la Autoridad Portuaria.

Esta iniciativa permitirá dar una respuesta más eficaz a incidencias que afectan tanto al orden público como a la percepción ciudadana del espacio portuario, reforzando la prevención, la agilidad operativa y la protección de peatones y visitantes.

travelplan

# GRANDES VIAJES, PRECIOS ÚNICOS.

Haz del mundo tu lugar favorito

Reservas del 5 al 19 de mayo  
Para viajar hasta el 31 de octubre



## AMÉRICA

Argentina • Colombia  
Perú • Querétaro  
USA • Canadá

## ASIA

Bali • Camboya  
China • India  
Sri Lanka • Vietnam

## ÁFRICA

Kenia • Sudáfrica  
Tanzania

## ALMUDENA MAILLO

CONCEJALA DE TURISMO DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID

# “Pensamos que el turismo tiene que generar valor a la ciudad, a todos los sectores económicos”

**M**adrid sigue batiendo record en cuanto a número de visitas turísticas. En este proceso de crecimiento ¿qué papel juegan las

agencias de viajes?

Las agencias de viaje juegan un papel fundamental en la cadena de valor de un viaje. Y sobre todo por ese papel que tienen tan transversal en su relación tanto con transporte, hoteles y en definitiva la experiencia que vive un turista. Hemos visto a lo largo de los tiempos que no solo las agencias, también la labor que se hace a través de las asociaciones de agencias de viajes, han sido interlocutores válidos para entender las necesidades del sector, para saber hacia dónde teníamos que ir los retos y cómo teníamos que afrontar los desafíos. Por tanto, estamos convencidos de que en una industria que es de personas para personas, las agencias son las que mejor conocen y pueden transmitir la experiencia de un destino. Para nosotros son fundamentales y lo han sido a lo largo de este tiempo en el que hemos podido definir con ellos el modelo turístico que necesitábamos para Madrid.

**Los días 11 y 12 de noviembre se celebrará en Madrid el primer Congreso Nacional de Agencias de Viaje organizado por CEA V**

**¿Qué oportunidades ofrece este congreso al turismo de Madrid?**

Estamos muy contentos de que el primer Congreso Nacional de Agencias de Viaje se vaya a celebrar en Madrid, un lugar donde se va a poder trabajar sobre los retos que tiene el sector, las respuestas que hay que dar a los desafíos que tenemos, donde se va a hablar también de normativa tan necesaria en estos momentos. Como he comentado, para nosotros las agencias son un asesor clave a la hora de definir el modelo turístico de una ciudad como Madrid.

**Madrid ha apostado, por los programas públicos-privados. ¿Esta va a ser una forma normalizada de funcionar en el futuro?**

La colaboración público-privada es nuestra hoja de ruta clara y que además vemos que está dando sus frutos, El cambio de modelo turístico que hemos vivido en Madrid en estos años, viene definido precisamente por esa colaboración público-privada y público-público entre Administraciones. Tenemos que caminar todos juntos y tenemos que entender cuál es el papel que juega cada una de las partes

de la cadena de valor del turismo. Estamos viendo que ese camino conjunto está dando sus efectos y tiene sus consecuencias. Hoy Madrid se ha considerado el segundo destino urbano más atractivo del mundo, sin lugar a dudas es gracias a ese camino que hemos recorrido junto el sector privado con sector público, y ahí es donde tenemos que continuar definiendo entre todos los planes estratégicos con los que trabajamos. En Madrid no es un fruto de la casualidad, es un fruto de muchas mesas de trabajo donde trabajamos codo con codo con el sector privado para saber hacia dónde tenemos que caminar para el futuro.

**Madrid es tanto un destino como un centro emisor de turismo. ¿Qué ventajas se pueden obtener de este dualismo?**

Nosotros efectivamente somos una gran capital con 3.600.000 personas, con la particularidad de que los madrileños somos muy curiosos y nos gusta viajar, y por tanto entendemos que somos muy importantes para otros destinos. Como ayuntamiento trabajamos precisamente en atraer turistas, atraer turistas además con un legado que pensamos que el turismo tiene que generar valor a la ciudad, a todos los sectores económicos tan importantes como el comercio, la gastronomía y todo el sector turístico, que se genera en la ciudad riqueza y empleo de calidad.

**El turismo en Madrid está centralizado en la zona centro histórico aunque hay muchos otros puntos de interés turístico, tanto en la ciudad como en la autonomía. ¿Qué está haciendo el ayuntamiento en este sentido?**

Nosotros efectivamente somos conscientes y trabajamos por una descentralización del turismo, conscientes además de que tenemos muchos atractivos turísticos que van más allá del casco histórico. Y precisamente en esa puesta y nuestro plan estratégico viene a definirse la descentralización y la desestacionalización del turismo a lo largo de todo el año y a lo largo de toda la geografía de Madrid. Por eso estamos apostando por un programa que se llama “Faltan calles”, un programa además que ha tenido ya bastante interés por lo disruptivo que es al poner en valor distintas zonas turísticas.

Trabajamos en la descentralización a través de la inteligencia artificial en nuestro buscador de Visit Madrid GPT, en la que queremos cambiar el comportamiento del turista cuando nos pregunta por

sitios diferentes para ir en Madrid. Lo hacemos cuando apostamos por el turismo de alto impacto, de alto valor, que sabemos que un 95% quiere conocer zonas más allá del centro histórico. Lo hacemos también con intervenciones urbanísticas como la nueva apuesta que hemos hecho en Usera, que está convirtiendo una zona del sur de Madrid en un nuevo punto de atracción del turismo, lo que genera también unas grandes oportunidades para el turismo y la restauración de la zona.

Lo hacemos también a través de eventos culturales o deportivos como puede ser MADPUL, que se realiza en Villaverde, si ayudamos a potenciar esa zona de Madrid, o con la nueva apertura del Museo del Capricho, en Barajas, o con la promoción de las Quintas Históricas en San Blas, o con la nueva zona deportiva del Metropolitano, que será también un nuevo polo de atracción para el turismo. Todos estos son hechos concretos, apuestas y políticas que estamos realizando en la descentralización del turismo a lo largo de toda la ciudad, y además es un trabajo también conjunto con la Comunidad de Madrid, consciente de que tenemos tres lugares patrimonio de la humanidad, a muy poco recorrido de la Ciudad de Madrid, y que son una oportunidad para el turista que pasa más días en Madrid de conocer nuevos lugares de interés.

**Muchas gracias, y que mejor exponente de Madrid que ese dicho que tanto gusta a los madrileños: “De Madrid al cielo”.**



## Carrefour celebra con Tramed sus ventas



En el marco de su plan estratégico Carrefour 2030, Carrefour España ha presentado “Club 2030”, el nuevo capítulo de su Club al servicio del crecimiento de Carrefour 2030. El encuentro tuvo como anfitriona a la naviera española Tramed y reunió a más de una decena de partners de El Club Carrefour España. La celebración, a bordo del buque “Ciudad de Sóller” de la naviera española del Grupo Grimaldi, tuvo además un componente simbólico, ya que sitúa en primer plano la conectividad como una herramienta clave para mejorar la vida cotidiana, acercando servicios y experiencias allí donde más se necesitan.

Pionero dentro del grupo Carrefour, “El Club” es el primer club de fidelización en España. A 9 de junio de 2026, celebra haber alcanzado los 11 millones de clientes activos, y está presente en el 58% de los hogares españoles, tras un fortísimo crecimiento en los últimos años.

## TUI Spain acelera su apuesta por Fly & Drive

TUI Spain refuerza su posicionamiento como especialista en turismo emisor con una apuesta estratégica por el producto Fly & Drive, uno de los segmentos con mayor dinamismo en la industria por su capacidad de responder a las nuevas motivaciones del viajero: libertad, personalización, experiencias auténticas y menor concentración turística.



Según datos internos, el producto Fly & Drive registra un crecimiento del 15% respecto a 2025, en línea con la evolución del mercado, donde este tipo de viajes creció alrededor de un 12% en 2025. El Fly & Drive ya no se percibe únicamente como “un circuito con coche”, sino como un modelo de viaje cada vez más relevante para perfiles que quieren diseñar su propio recorrido, explorar más allá de las rutas tradicionales y adaptar el itinerario según intereses, tiempos y estilo de viaje. Frente a los programas cerrados, esta tipología permite decidir el ritmo del viaje, ajustar la duración de la estancia en cada etapa, improvisar sobre la marcha y descubrir lugares menos transitados, algo especialmente valorado en destinos de larga distancia, en entornos naturales y paisajísticos y en propuestas híbridas y flexibles, donde la personalización se convierte en un factor clave.

Este interés responde también a un perfil de viajero muy definido: familias, parejas, incluidas lunas de miel, y grupos de amigos que buscan una experiencia más autónoma, con margen para la sorpresa y acceso a destinos y rincones que no siempre forman parte de los itinerarios convencionales.

## Viajes Macuvi celebra su 75 aniversario

Viajes Macuvi ha celebrado su 75.º aniversario reafirmando una trayectoria que la convierte en la agencia de viajes en activo más antigua de Cataluña. La agencia, asociada a DIT Gestión, reunió el pasado 5 de junio a más de un centenar de clientes, colaboradores, proveedores y amigos en un encuentro muy especial celebrado en el Hotel Alimara de Barcelona. La cita sirvió para recorrer la historia de una empresa familiar que ha sabido adaptarse a la evolución del mercado manteniendo intactos los valores que la han acompañado desde sus inicios: la cercanía, la confianza y el compromiso con cada viajero.



### Tres generaciones dedicadas a los viajes

La historia de Viajes Macuvi comenzó en 1951 en la Vía Laietana de Barcelona. En sus primeros años, la actividad de la agencia estuvo estrechamente ligada a la gestión de pasajes marítimos para emigrantes que viajaban hacia Sudamérica, desempeñando un papel importante en una etapa marcada por los movimientos migratorios de la época.

Con el paso de los años, la empresa fue ampliando su actividad y adaptándose a las nuevas demandas de los viajeros, consolidando una amplia experiencia en la organización de viajes por España y Europa. Paralelamente, desarrolló una destacada actividad receptiva en la Costa Brava, convirtiéndose en un referente para numerosos visitantes que descubrían el destino a través de sus servicios.

A lo largo de estas siete décadas y media de actividad, la confianza de sus clientes, la profesionalidad de sus equipos y la colaboración de numerosos proveedores han sido claves para construir una trayectoria sólida y reconocida.

## Zafiro y Marruecos impulsan la promoción del destino marroquí en el Festival de Cine de Alicante

El Grupo Zafiro y Turismo de Marruecos han participado como patrocinadores del 23º Festival Internacional de Cine de Alicante, reforzando su compromiso con la cultura, el cine y la promoción turística de destinos de gran valor cultural como Marruecos.



La colaboración entre ambas entidades ha permitido acercar al público asistente la riqueza, diversidad y atractivo de Marruecos a través de diferentes acciones de promoción desarrolladas durante la semana del festival. Más de 40.000 personas han podido visualizar los contenidos audiovisuales proyectados durante el certamen, descubriendo un destino que combina tradición, modernidad, patrimonio, naturaleza y una de las gastronomías más reconocidas del mundo.

El Grupo Zafiro mantiene desde hace años una estrecha colaboración con el Festival Internacional de Cine de Alicante, participando activamente en la logística y desarrollo de este importante acontecimiento cultural. Esta implicación forma parte del compromiso de la compañía con el impulso de la cultura, el cine y la promoción de Alicante y su provincia, contribuyendo al crecimiento y consolidación de uno de los festivales cinematográficos más relevantes del panorama nacional.

## ARMANDA MÉNDEZ

DIRECTORA COMERCIAL DEL HOTEL CASCAIS MIRAGEN

# Hotel Cascais Miragen, Un destino oasis donde sentirse en una isla de relax y bienestar

Por Paco Guerrero

**E**l Hotel Cascais Miragen está en lo que se puede llamar la playa de Lisboa. ¿Cómo es la zona portuguesa de Cascais?

Cascais ha evolucionado muchísimo en los últimos años. Es la región de la Gran Lisboa y como has comentado, es la costa de Lisboa y está muy cerca de Estoril. Los eventos culturales están creciendo mucho en la ciudad como eventos de música, foodjazz, eventos culturales de calle, mercados y eventos deportivos internacionales, entre otras opciones de naturaleza, porque se encuentra en el Guincho, que es una reserva natural que se extiende por la costa hasta Sintra. Es una zona muy bonita con unos palacios preciosos.

**En cuanto a actividades deportivas, ¿qué ofrece la zona de Cascais?**

El turismo de golf está creciendo mucho, hay varios campos cerca. También hay hípica, tenis y como es natural muchas actividades y deportes náuticos. Cascais es un buen lugar para vivir un tiempo inolvidable. En la actualidad es el turismo más high-end el que busca esta zona de Cascais.

Tiene museos, tiene restaurantes de asignatura, tiene muchos eventos culturales de calle, como mercados y deportes también.

**Hablemos del Hotel Cascais Miragen, un hotel de cinco estrellas. ¿Cuál es su mayor característica que podemos decir diferenciadora?**

Diría que es un hotel que ha desarrollado un tipo de estancia que denomino "destino oasis". Con esto quiero decir que por la zona, su localización frente al mar y la gran oferta de actividades del hotel, se traducen en facilidades para que nuestros clientes se sientan como si estuvieran en una isla. Es el concepto de retreat (retiro) que ofrecemos donde grupos de personas vienen buscando un lugar donde puedan relajarse, desconectar o desarrollar determinadas capacidades a nivel intelectual o espiritual. El mar trae esa tranquilidad y en el hotel ofrece el resto, como zonas para hacer yoga, gimnasio, relax y resto de instalaciones que necesitan en su retiro. Este segmento de mercado está creciendo mucho.

**¿En un plano físico dónde está ubicado y de cuánta habitaciones dispone?**

Estamos cerca de la ciudad de Cascais, pero no en la ciudad y a la misma distancia del aeropuerto que del centro de Lisboa. En uno u otro sentido te puedes desplazar fácilmente entre Cascais y Lisboa en el día y volver.

Tenemos 192 habitaciones distribuidas en cuatro estadios que tienen que ver con la localización de la habitación. Van desde la habitación más simple pero amplia y con terraza, a la Premiun frente al mar, a la suite con gran terraza frente al mar y las Royal Suite de mayor tamaño.

**¿Cómo es el área de Spa que aparece en el nombre del hotel?**

El hotel se llama Health and Spa. Health (Bienestar) porque en 2018 se construyó una zona interior dentro del hotel con mucha luz con instalaciones para que los clientes tuvieran un espacio dentro del edificio donde relajarse y recibir tratamiento de aguas. A esta zona la llamamos Mirage Water Lounge, en la que además de relajación ofrecemos diversos tratamientos de aguas. El Spa Tiene dos piscinas interiores, una para familias y otra para adultos, con jacuzzis, sauna, baño turco, duchas térmicas. También tenemos una piscina de agua salada. Todas estas instalaciones están operativas todo el año.

**¿Es un hotel puramente vacacional o también acogéis reuniones de empresa y eventos?**

Digamos que Cascais Miragen es el verdadero hotel Blazer. Ofrecemos unas zonas muy definidas de 20 salas de reuniones, conferencias, convenciones, etc, con distintas capacidades. Estas salas las transformamos para dar banquetes con capacidad de pocos comensales a 500 personas en coctel o 350 en banquete que sería en la sala plenaria.

Digo que el hotel Cascais tiene concepto muy estructurado con espacios muy definidos porque separan la parte vacacional de los eventos. El centro de convenciones queda tres pisos abajo de la zona de las habitaciones. Una división muy bien he-

cha que permite tener galas con cena y fiesta que se extienden hasta las tres o cuatro de la mañana sin que el ruido se propague a las habitaciones. Nuestros clientes pueden pernoctar tranquilamente, sin darse cuenta de que tenemos un evento de 300 personas.

**¿Tenéis clientes familiares en el hotel?**

Yo no diría que nuestro cliente no familiar pero sin duda no es el cliente con niños que busca un resort concepto club. Durante el verano tenemos muchas familias de hijos ya jóvenes o un niño pequeño que suelen que suelen ir a la playa. No tenemos animación para niños en el hotel.

**¿Cómo definirías la cocina del hotel?**

Es una cocina internacional y tenemos capacidad para servir los banquetes. En nuestro restaurante principal también tenemos una gastronomía tradicional portuguesa. La pastelería es totalmente hecha por nuestro chef. Que por cierto es bastante creativo y original.

Es el oasis y el retreat de la Gran Lisboa localizada en Cascais.

**Pues muchas gracias. Muchas gracias. Un gusto**



# Iryo, Allianz Partners y Aon impulsan la transformación del seguro ferroviario con un modelo de colaboración único

Iryo, operador privado ferroviario de alta velocidad, anuncia el inicio de una colaboración estratégica con Allianz Partners, entidad referente en seguros de viaje, y Aon, empresa de servicios profesionales especializada en consultoría e intermediación de seguros, con el objetivo de desarrollar un nuevo modelo de negocio basado en la integración de soluciones de protección allí donde realmente los clientes las necesitan: en el propio proceso de planificación y compra de sus viajes. Esta alianza representa un ejemplo de colaboración entre tres actores clave —operador de movilidad, especialista en intermediación y proveedor asegurador— que comparten una misma visión: mejorar la experiencia del viajero, anticipándose a sus necesidades y aportando tranquilidad en cada etapa del viaje. A través de este acuerdo, se busca acompañar al cliente de forma más cercana, facilitando el acceso a servicios de valor añadido que simplifiquen su vida y le permitan viajar con mayor confianza y flexibilidad.



# Trasmed, Baleària y GNV formarán parte de la mesa técnica de transporte del Consell d'Eivissa

Trasmed, Baleària y GNV han asistido a la constitución de la 'Mesa de Movilidad de Eivissa' puesta en marcha por el Consell d'Eivissa, de la que las tres compañías formarán parte con el objetivo de impulsar una mayor colaboración entre administraciones y sectores clave para la movilidad, desde el rigor, los datos y una perspectiva técnica.



El objetivo es que en esta mesa haya reuniones periódicas para que sea un canal de trabajo y análisis que sirva para impulsar políticas públicas que tengan en cuenta la radiografía actual de la movilidad y las necesidades que tiene la isla.

Las compañías navieras prestan un servicio esencial en la conectividad de la isla de Eivissa y consideran imprescindible que exista una colaboración institucional para que las decisiones que se tomen sean siempre desde el sentido común.

# València impulsa la accesibilidad en sus alojamientos turísticos

El Hotel SH Valencia Palace ha acogido esta mañana la presentación de la Guía de Alojamientos Turísticos Sostenibles y Accesibles, una iniciativa impulsada por ILUNION y CaixaBank, que ofrece recomendaciones y herramientas para que hoteles, apartamentos turísticos, casas rurales, albergues y otros establecimientos puedan mejorar la atención a viajeros con discapacidad o con necesidades específicas de accesibilidad.

La jornada ha contado con la participación de la concejala de Innovación e Inversiones y presidenta de la Fundación Visit València, Paula Llobet; la directora ejecutiva de Hosbec, Mayte García Corcoles; representantes de ILUNION y CaixaBank; así como profesionales y responsables de distintos alojamientos turísticos de la ciudad. Durante la presentación se ha puesto de manifiesto la importancia de seguir avanzando hacia un modelo turístico más inclusivo, capaz de garantizar que cualquier persona pueda disfrutar de la experiencia de viajar en igualdad de condiciones. En este sentido, Paula Llobet ha destacado que iniciativas como esta guía «constituyen una hoja de ruta para el sector turístico, favorecen la cooperación entre empresas e instituciones y permiten avanzar hacia un objetivo compartido: que nadie se sienta excluido por sus circunstancias y que todos los visitantes puedan disfrutar plenamente de nuestro destino».



# Iberia inaugura sus vuelos directos entre Madrid y Toronto con una ocupación superior al 95%

Iberia marca hoy un nuevo hito para la conectividad entre España y Canadá con el despegue de su primer vuelo entre Madrid y Toronto, que ha registrado una ocupación superior al 95%.

El vuelo IB0367 ha despegado esta mañana desde el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas a las 12:00 horas y aterrizará en el Aeropuerto Internacional Toronto Pearson a las 15:00 horas (hora local). A partir de hoy, Iberia operará cinco frecuencias semanales entre ambas ciudades con el Airbus A321XLR y ofrecerá más de 37 000 plazas durante la temporada de verano.



En un entorno especialmente exigente para la aviación, marcado por la volatilidad de los precios del combustible y las tensiones geopolíticas, Iberia continúa avanzando en su Plan de Vuelo 2030, la hoja de ruta estratégica de la compañía para los próximos años. En este contexto, la incorporación de Toronto a la red de destinos de Iberia representa un nuevo paso dentro de la estrategia de expansión internacional de la aerolínea. El plan contempla una inversión de 6.000 millones de euros en la renovación y ampliación de la flota, pasando de los 51 aviones de largo radio actuales a los 70, la digitalización de servicios, la mejora de la experiencia del cliente y la apertura de nuevos destinos.

# CEAV presenta el I Congreso Nacional de Agencias de Viajes que se celebrará en Madrid

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha presentado en Madrid el I Congreso Nacional de Agencias de Viajes, que tendrá lugar los próximos 11 y 12 de noviembre y que nace con la vocación de convertirse en el gran punto de encuentro anual de las agencias de viajes españolas. La presentación ha contado con la participación de Carlos Garrido, presidente de CEAV; José Manuel Lastra, vicepresidente primero de CEAV; Luis Martín Izquierdo, consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid; y Almudena Mañlo, concejala delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid.

Durante el acto se ha puesto de manifiesto la importancia de las agencias de viajes dentro de la cadena de valor turística y la necesidad de contar con espacios de encuentro que permitan compartir conocimiento, analizar los principales retos del sector y anticipar las tendencias que marcarán su evolución en los próximos años.

El Congreso reunirá en Madrid a cerca de 250 representantes de asociaciones de agencias de viajes, empresarios, directivos, instituciones y profesionales de toda España. Su objetivo es favorecer el intercambio de conocimiento y el debate sobre cuestiones clave para el presente y el futuro de la intermediación turística.

El programa abordará algunos de los asuntos de mayor actualidad para el sector, entre ellos la modificación de la Directiva de Viajes Combinados, la conectividad aérea y los desafíos compartidos de la industria tu-



rística, la aplicación de la inteligencia artificial a las agencias de viajes, el futuro del canal de distribución, las nuevas tendencias de los viajeros, las estrategias de marketing digital y la situación del turismo social en España.

Asimismo, el Congreso contará con una ponencia magistral de Albert Bosch, aventurero, emprendedor y divulgador, que ejercerá también como presentador del evento.

## José Manuel Lastra nuevo presidente en funciones de CEAV. Carlos Garrido cierra su etapa al frente de CEAV

Carlos Garrido presentará su renuncia como presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), tras haber sido nombrado recientemente presidente de la Mesa del Turismo de España. Garrido deja una organización más representativa y cohesionada. Durante su mandato, la Confederación ha pasado de integrar 22 asociaciones a 39 tras culminar recientemente uno de los hitos más relevantes de los últimos años: la reincorporación de ACAVE a CEAV.

Garrido, que desde su nueva responsabilidad seguirá vinculado a la defensa y representación del turismo español, presentará formalmente su renuncia ante la próxima Asamblea General de CEAV, que se celebrará el 17 de junio, cerrando así el ciclo ante el mismo órgano que le otorgó la confianza para presidir la Confederación hace siete años y medio.

De acuerdo con los estatutos de CEAV, el hasta ahora vicepresidente primero ejecutivo, José Manuel Lastra, asumirá la presidencia en funciones hasta la celebración de las elecciones, que tendrán lugar en septiembre de 2026.

«Asumo esta responsabilidad en un momento importante para CEAV. Lo hago después de muchos años trabajando junto a Carlos Garrido y siendo testigo directo de su dedicación a la Confederación. Quiero agradecerle ese esfuerzo y el legado que deja. Nuestro objetivo inmediato será garantizar la continuidad del trabajo de CEAV y preparar el próximo proceso electoral», ha señalado José Manuel Lastra.



## LUIS MARTÍNEZ-SICLUNA

SECRETARIO GENERAL DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

# “El turismo termal es el eje del desarrollo del municipio y su entorno”

Por Paco Guerrero

**E**n los últimos años la Federación ha desarrollado programas en la Red de Villas Termales. ¿En qué consisten estos programas?

Efectivamente, a partir del año 2023 y aprovechando la colaboración que nos ofreció la Secretaría de Estado de Turismo, con cargo a los fondos Next Generation, hemos aplicado un plan de turismo “Experiencia Turística Termales” que no ha permitido dotar a la Red de Villas Termales de nuevas herramientas para avanzar en innovación, renovación y promoción de estos destinos turísticos de turismo termal.

**¿En qué consiste este Plan de Experiencias Termales?**

Dentro del Plan Experiencia Turística Termales disponemos de varias herramientas como el plan turismo termal, un catálogo digital de destinos turísticos termales y también un sistema de inteligencia turística en la que se van a recopilar datos de estos destinos turísticos. Estas herramientas las pueden utilizar los municipios de turismo termal para ir avanzando, en innovación y la propia mejora del destino.

**¿Cuándo habla de inteligencia turística se refiere a la IA?**

Más bien se trata de disponer de datos que ayuden a la hora de tomar decisiones. Cada vez más las decisiones se van a basar en una batería de datos de valor añadido. Me refiero a datos elaborados, no a cualquier dato, son datos que van a permitir poder prever y planificar con mayor capacidad de acierto decisiones de cara al futuro.

**La Red de Villas de Turismo Termal, ¿qué beneficios aporta a un municipio o villa termal?**

Con esta Red de más de 70 municipios y diputaciones, fomentamos que en lugar de, si me permite la expresión, “hacer la guerra por su cuenta”, tengan un foro en el que puedan compartir conocimientos, buenas prácticas y, además, con el apoyo institucional de la propia Federación Española de Municipios y Provincias, tengan capacidad de interlocución con el ministerio de turismo. En ese sentido ha sido la propia Federación Española de Municipios y Provincias la que contactó con la Secretaría de Estado de Turismo al objeto de poder obtener esa financiación de los fondos Next Generation. Por lo tanto, los destinos turísticos termales dentro de esta red tienen los beneficios, primero de aprender unos de otros, lo cual evidentemente les beneficia. En se-

gundo lugar, la propia federación establece como una especie de abrigo institucional que garantiza una interlocución con el ministerio de turismo y también fomentar su visibilidad. La visibilidad es más potente cuando hablando de destino turístico termal en conjunto que si habláramos de un solo municipios de forma independiente.

**En cuanto a medios ¿qué medios ofrecéis a los integrantes de la Red?**

Son medios personales, logísticos, que la propia Federación puede poner a disposición de esta red a la hora de organizar todos los actos que se celebran a lo largo del año. Está previsto que anualmente estos destinos turísticos celebren una asamblea general. Además, cuentan con un consejo gobierno conformado por 17 municipios que son los que van trabajando día a día en la ejecución de los planes de trabajo que con carácter anual y plurianual se establecen y aprueban los destinos turísticos termales.

**En cuanto a la visibilidad, ¿hay algún otro tipo de visibilidad que obtienen estos destinos?**

Con este sistema de Inteligencia Turística, que he comentado y del que se ha dotado la Red de Villas Termales, estamos trabajando con la Secretaría de Estado para que pueda ser incluido dentro de la Plataforma de Destinos Turísticos del Gobierno de España. Es decir, que en la Plataforma Inteligente de Destinos, dependiente del Ministerio y del programa Anfitriones, también dependiente de la Secretaría de Estado de Turismo, va a estar alojada nuestro sistema de Inteligencia Turística de Villas Termales.

**Hablando de los destinos ¿Qué supone el termalismo para un municipio?**

La mayoría de los destinos que componen la Red de Villas Termales son pequeños municipios situados en la parte de España menos poblada. El termalismo supone su recurso más importante desde el punto de vista económico y de generación de oportunidades. Por lo tanto, es una herramienta esencial para generar oportunidades de empleo y, finalmente asentar la población. Y en ese sentido, de cada uno de estos municipios puedo decir que están totalmente comprometidos para hacer de ese recurso, de ese balneario, algo innovador y algo con capacidad para atraer turistas nacionales y extranjeros y, conjugando tradición e innovación hacer

que ese recurso del que cuentan y les hace único entre los municipios españoles, pueda seguir proporcionando y oportunidades a sus vecinos.

**Se podría decir que el termalismo es una puerta de entrada del turismo de la zona.**

El termalismo no solo beneficia al municipio en concreto, sino que también beneficia a la comarca. Porque aparte del agua termal, el turista va a poder disfrutar de otros atractivos, como es el patrimonio histórico del municipio y del entorno, como es el paisaje o es la gastronomía. Por lo tanto, es una fuente de oportunidades para todo el entorno que rodea al establecimiento termal.

**La Red de Villas Termales ha lanzado esta temporada el eslogan «El agua que cuida, conecta y da futuro al termalismo». ¿Qué quieren transmitir con este eslogan?**

Hablamos del futuro de nuestros más de 70 municipios que tienen turismo termal. Desde la Federación consideramos que este recurso turístico tiene que ser más conocido. Aunque ya lo es, todavía hay capacidad para mejorar y, por tanto, se trata de llegar a aquellos españoles y españolas que no lo conocen. Y les invito a que conozcan una experiencia de bienestar y de salud que ofrece un relax tan importante en nuestro tiempo.

Muchas gracias por sus respuestas y desde la Gaceta de Turismo esperamos que cada vez haya más personas que utilicen el termalismo y por supuesto, disfruten de sus beneficios.



# Viajes El Corte Inglés dispara su cifra de negocios un 3% hasta los 2.117 M€

Su volumen global de ingresos se situó en 3.489 millones



Viajes El Corte Inglés ha alcanzado un volumen global de ingresos de 3.489 millones de euros, con una cifra de negocios de 2.117 millones, lo que representa un crecimiento del 3,1%, con un Ebitda de 107 millones de euros, un 6,3% más que el ejercicio precedente.

Estas cifras son resultado del fuerte crecimiento del segmento vacacional y la recuperación del negocio corporativo, así como la fortaleza del negocio de touroperación, especialmente con las marcas propias Tourmundial y Club de Vacaciones, ha explicado el grupo en un comunicado.

#### **Impulso al grupo El Corte Inglés**

El Corte Inglés ha alcanzado en el ejercicio 2025-26 (cerrado a 28 de febrero de 2026) un sólido crecimiento en ventas y rentabilidad, con incrementos de doble dígito en resultados y la menor deuda en casi dos décadas. Este crecimiento en todas sus magnitudes financieras se debe al buen comportamiento que han registrado sus principales áreas de actividad, así como a una mejora continuada de la eficiencia.

El volumen global de ingresos consolidado se ha situado en 17.247 mi-

llones de euros, con una cifra de negocio que alcanzó los 14.988 millones, lo que supone un incremento de un 2% a superficie comparable. Destaca el impulso del negocio de VECI, así como del Retail con una clara aceleración en los períodos de mayor actividad comercial, especialmente en el segundo semestre del ejercicio (+2,2%) y el incremento obtenido en el negocio de comercialización de espacios.

Las mejoras en la gestión se reflejan también en el Ebitda que se eleva hasta los 1.266 millones de euros, lo que representa un incremento del 4,7% sobre el año anterior. En cuanto al resultado, el beneficio neto ha alcanzado los 628 millones de euros, un 22,8% más que el pasado ejercicio, mientras que el beneficio neto recurrente se sitúa en 522 millones, un 11% superior al año anterior.

La deuda financiera neta se ha reducido en 148 millones de euros, en el marco de un crecimiento continuo del Ebitda por el crecimiento del negocio y una gestión eficiente de costes. Esta evolución positiva sitúa el nivel de endeudamiento en 1,3 veces Ebitda, el más bajo en casi dos décadas, al mismo tiempo que se incrementa el valor de los activos en 311 millones gracias a las inversiones realizadas.

# El Presidente de la Generalitat recibe en audiencia al embajador de la República Popular China en España



El presidente de la Generalitat mantiene una reunión de trabajo con Yao Jing con el objetivo de fomentar las alianzas comerciales y culturales con el país asiático. El presidente de la Generalitat, Juanfran Pérez Llorca, ha recibido en audiencia al embajador de la República Popular China en España, Yao Jing. Cabe destacar que China es el destino comercial más importante en Asia para la Co-



munitat Valenciana y representa el 10% del total de ventas al exterior del tejido empresarial valenciano. Durante el encuentro, se ha puesto de manifiesto la importancia de incentivar las inversiones de empresas de este país asiático y las relaciones comerciales, además de reforzar los intercambios culturales, educativos y en el ámbito de la investigación entre China y la Comunitat Valenciana.

# La Diputació de València analiza cómo implantar el turismo inteligente en los municipios de la provincia

La Diputació de València tiene como una de sus prioridades en materia turística implantar en todos los municipios de la provincia un modelo de turismo inteligente, sostenible, conectado y orientado a las personas. Estas cuestiones han sido analizadas durante el Encuentro de Gestores de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), celebrado en el Palacio de Congresos Europa de Vitoria y organizado por SEGITTUR, en el que ha participado el área de Turismo que dirige el diputado Pedro Cuesta. Durante el evento, que reúne a profesionales y responsables públicos del ámbito turístico de toda España, se ha debatido sobre cómo avanzar hacia este tipo de modelo turístico.

La provincia de Valencia ha estado representada en el encuentro a través de la Diputació de València y el Ayuntamiento de Riba-roja de Túria, que han participado en la sesión moderada por Laura Flores, directora de Desarrollo de Negocio y Nuevas Tecnologías de SEGITTUR, para abordar cómo la transformación digital turística puede adaptarse tanto a grandes ciudades como a municipios medianos o pequeños. Al evento han asistido representantes del Centro de Turismo y del Departamento de Desarrollo Territorial Sostenible, Informática y Modernización de la Diputació de València, así como del área de Turismo del Ayuntamiento de Riba-roja de Túria. Los representantes de la corporación provincial y del municipio han puesto el foco en el modelo de gobernanza, acompañamiento técnico y coordinación necesario entre administraciones para impulsar la implantación de herramientas de gestión inteligente del destino. También



han abordado algunos de los cambios internos que este proceso está generando en la gestión municipal, especialmente en aspectos relacionados con el trabajo transversal entre áreas, la organización de la información y la toma de decisiones basada en datos.

La edición de este año del foro de referencia nacional se ha celebrado bajo el lema 'Personas que hacen destinos. La inteligencia que transforma el turismo' y ha reunido a más de 185 profesionales procedentes de cerca de un centenar de destinos turísticos del país.

**ATTIA YAMANY**  
CEO AND FOUNDER DUNAS TRAVEL

# “Nuestro mensaje es que Egipto es un destino seguro”

**G**aceta del Turismo tuvo la oportunidad, junto a grupo de turoperadores españoles, de conocer Egipto de primera mano. Comenzando con un crucero de Luxor a Aswan, visitando los templos más icónicos de una cultura milenaria como Luxr, Karnak o Edfú hasta amanecer en las mismísimas puertas de Abu Simbel, un impresionante conjunto arquitectónico. De vuelta a El Cairo, la meseta de Gizá con la Esfinge y las tres pirámides, Keops, Kefrén y Micerinos; para acabar en el mercado de Khan El Khalili y el impresionante nuevo Museo egipcio que alberga el fabuloso tesoro de Tutankamón.

**¿Cuál ha sido el objetivo de FAMTRIP?**

“Gracias a ustedes, es un honor tenerles aquí. Gracias por acompañarnos esta semana y gracias por aceptar la invitación de Dunas Travel para conocer Egipto. Hemos aprovechado este mes de junio que es temporada baja aquí en Egipto, y más tranquila de turismo, para enseñarles Egipto de primera mano. Queremos darles un mensaje a todo el mundo y a todos nuestros pasajeros y a todos nuestros turoperadores, que el destino es súper seguro; la normalidad es absoluta en todo Egipto. Hemos visitado Luxor, Aswan, el Cairo en un viaje para descubrir la cultura, la gastronomía, los hoteles y nuestra motonaves y queremos que ese mensaje de seguridad lo envíen ustedes a todo el mundo y particularmente a España”.

**Dunas Travel nació aquí en Egipto, un receptivo que además lo creaste tú, que vienes del mundo de los guías, ¿verdad? Cuéntanos cómo fue la trayectoria del nacimiento de esta empresa.**

“Dunas Travel nació el año 2010, ya casi llevamos 17 años en el mercado. Empezamos la empresa que era 100% de habla hispana, dedicado al mercado de habla hispana, centrado en España y Latinoamérica. Luego seguimos con viajes a medida y ahora llevamos también grupos. En la actualidad movemos cuatro o cinco aviones semanales desde Madrid y Barcelona y otras ciudades como Valencia, Málaga y Bilbao. En los últimos cuatro o cinco años nos hemos convertido en el receptivo número uno en Egipto en el mercado de habla hispana. En 2024 hemos cerrado el año con 109.000 pasajeros. El año pasado, a pesar de todos los problemas políticos que hay en el Medio Oriente, hemos cerrado 2025 con 90.000 pasajeros; y este año también yo creo que vamos a llegar a 100.000 pasajeros. Estamos felices por estar donde estamos”.

**Y seguís expandiendo la empresa...**

“Dunas Travel era un sueño y ahora es una realidad. Yo trabajé de guía durante 10 años, y además soy egiptólogo también, así que pensé, por qué no independizarme y por eso monté la empresa en 2010. Hemos empezado dedicando toda la operativa al mercado de habla hispana, pero ahora ya estamos en Italia, Portugal y estamos también muy fuertes en Brasil”.

**El ser egiptólogo y el haber empezado como guía facilita vuestro trabajo con los guías, que es una parte muy importante en Dunas Travel...**

“Sí. Son amigos; 95% de ellos son amigos. Hemos trabajado juntos, sabemos la necesidad del trabajo y lo que requiere nuestro trabajo, entendemos a nuestros pasajeros y a nuestros turistas. Es un orgullo tratar con ellos como amigos y también el respeto mutuo es importante”.

**¿Ha cambiado mucho Egipto desde que tú empezaste como guía hasta hoy?**

“Si ha cambiado mucho. Lo que más ha cambiado es que ahora tenemos mejor infraestructura en todas las zonas; el país está cuidando muchísimo al turismo y ha gastado un montón de dinero en los últimos 6 ó 7 años en hacer carreteras nuevas, puentes nuevos, hacer infraestructura en todas las zonas turísticas: este es el mayor cambio. En Egipto ahora tenemos uno de los museos más espectaculares del mundo, El Gran Museo Egipcio, que es una maravilla también, otra maravilla que tenemos en la zona de las pirámides. En los últimos años se nota el trabajo del gobierno y se nota la mejora en cuanto a infraestructura. Una cosa que es importante, y que quiero destacar es la delegación o la oficina que tenemos en España, concretamente en Valencia, en la que trabajamos directamente con los turoperadores”.

**Esa es la característica vuestra, trabajáis y sois fieles a los turoperadores...**

“Respetamos muchísimo al turoperador y entendemos que el turoperador tiene que tener su área y su trabajo. En Dunas desde el día uno cuidamos muchísimo y nosotros apoyamos siempre al turoperador. Muchas agencias nos escriben y nos llaman, pero siempre les decimos que se pongan en contacto con los turoperadores con los que trabajamos. La idea de Dunas España es estar más cerca al turoperador en España, es gestionar, también, muchas cosas desde Latinoamérica, de diferentes países en Latinoamérica; gestionar los vuelos de charter que tenemos. Esa es la idea de tener una oficina de España: servicio 24 horas en España y en Egipto;

esto nadie lo hace. Por eso era la idea de estar en España con un equipo dirigido por Miguel (Selma) y para estar lo más cerca que podamos al lado del turoperador”.

**La ventaja que tenéis de Dunas Travel es que tenéis los guías contratados todo el año, con lo cual durante todo el año el guía en temporada baja puede hacer otras funciones, tenéis barcos para hacer el cruce-ro por el Nilo, tenéis autobuses, tenéis hoteles o por lo menos acuerdos con hoteles, digamos que tenéis el paquete casi completo...**

“Tenemos toda nuestra operativa de primera mano, toda nuestra operativa es directa; tenemos la mayor cantidad de barcos contratados en todo el mercado de habla hispana, más de 37 barcos. Trabajamos todos los días de embarque de la semana, tenemos contratos con los hoteles en todos los destinos, no solo en El Cairo, también en Sharm el-Sheikh, en Hurgada. Tenemos ahora programas que hacen extensiones a la zona del Mar Rojo, tenemos nuestra flota de autobuses y coches con hasta 24 vehículos entre autobuses grandes y pequeños; tenemos nuestro barco Casa Sol y otros barcos contratados para varias temporadas que están renovándose y aumentando su capacidad de pasaje”.

**Un mensaje que hay que dejar muy claro desde aquí, desde Gaceta del Turismo y de Dunas Travel, Egipto es un lugar seguro y maravilloso para viajar.**

“Muchísimas gracias, otra vez. Es un honor tenerles aquí y ha sido una semana fantástica. Ha pasado muy rápida la semana. Es lo que tiene Egipto, el tiempo pasa a otro ritmo”.



## Viajes Carrefour potencia la imagen de Puerto Rico en la cuarta edición de la “Noche Boricua”

Viajes Carrefour continúa reforzando su apuesta por la creación de contenidos de alto impacto y las acciones estratégicas de co-marketing. En esta ocasión, la compañía ha celebrado la cuarta edición de la ‘Noche Boricua’, un evento privado y exclusivo diseñado para conectar marcas, profesionales y audiencias, potenciando la visibilidad de los destinos de larga distancia en el entorno digital.



La iniciativa se desarrolló en colaboración con partners de referencia en el sector turístico como la Oficina de Turismo de Puerto Rico (Discover Puerto Rico), Catai y Aon. El encuentro tuvo lugar en el espacio Calle 365, que fue transformado por completo para recrear una atmósfera 100% puertorriqueña a través de su gastronomía, ritmo y cultura.

Al evento asistió una selección de más de 100 invitados, entre los que destacaron influencers, creadores de contenido y bloggers especializados del sector de los viajes y las tendencias. Esta convocatoria estratégica permitió generar una altísima difusión orgánica en redes sociales, superando de manera estimada el millón de impresiones, amplificando de manera directa el posicionamiento de Viajes Carrefour y el de sus socios comerciales en los canales digitales.

## Ignacio Manzano, nuevo presidente en funciones de FENEVAL

La Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos con y sin Conductor, FENEVAL, comunica que su Asamblea ha ratificado ayer, jueves, por unanimidad el nombramiento de Ignacio Manzano, hasta ahora vicepresidente de la Federación, como nuevo presidente en funciones.



Este nombramiento se produce tras la salida de Juan Luis Barahona por motivos

profesionales y tiene como objetivo garantizar una transición ordenada y estable al frente de la patronal hasta que, en los próximos meses, culmine el proceso interno de selección y ratificación definitiva de la nueva presidencia.

Ignacio Manzano, vicepresidente de FENEVAL desde el año 2020, cuenta con una amplia trayectoria en el sector de la movilidad, especialmente en compañías vinculadas al rent-a-car y las VTC, así como una sólida experiencia en organizaciones patronales. Su conocimiento del sector y de la actividad asociativa permitirá dar continuidad al trabajo desarrollado por FENEVAL en los últimos años así como reforzar su papel como interlocutor institucional ante administraciones, organismos públicos y entidades sectoriales.

## Valencia Premium alcanza las 45 empresas asociadas y refuerza su proyección internacional en mercados estratégicos

Valencia Premium ha celebrado su Asamblea General de Verano 2026 en Vivood Landscape Hotel, reuniendo a representantes de 32 empresas asociadas para hacer balance de la actividad desarrollada durante el primer semestre del año y presentar las principales acciones previstas para los próximos meses.

Durante la Asamblea se aprobaron las cuentas correspondientes al ejercicio 2025 y se ratificó la incorporación de dos nuevas empresas a la asociación: Restaurante Saiti y Restaurante Simposio, alcanzando así las 45 empresas asociadas. Este crecimiento consolida a Valencia Premium como una de las principales plataformas empresariales de promoción y colaboración del turismo premium de la Comunitat Valenciana, integrando empresas de referencia de los ámbitos de la hotelería, la gastronomía, el golf, el transporte, la cultura, los eventos y los servicios turísticos.



## ESTIMAR Hotels entra en el exclusivo 10% de mejores hoteles del mundo según Tripadvisor Travelers' Choice 2026

ESTIMAR Hotels ha sido reconocida en los premios Travelers' Choice 2026 de Tripadvisor, que distinguen a los alojamientos mejor valorados por los viajeros en todo el mundo. Este reconocimiento sitúa a la cadena en el exclusivo 10% de los mejores hoteles del planeta según las opiniones y valoraciones recogidas en la plataforma durante el último año.



Los premios Travelers' Choice se basan íntegramente en las reseñas publicadas por los usuarios de Tripadvisor, que valoran su experiencia real en cada establecimiento. Formar parte de este selecto grupo significa que los huéspedes han querido destacar, de forma consistente, la calidad del servicio, las instalaciones, la ubicación y el conjunto de la experiencia ESTIMAR. En esta edición han sido distinguidos con el Travelers' Choice 2026 los cuatro hoteles de la cadena en la Comunitat Valenciana. SOLYMAR Gran Hotel, establecimiento emblemático en primera línea de playa en Calpe y ESTIMAR Calpe Suitopía, referencia para familias y viajeros que combinen ocio y descanso, revalidan este reconocimiento por varios años consecutivos. Y a ellos se les suman en este 2026 ESTIMAR Valencia, hotel urbano situado en el centro financiero de la ciudad; y ESTIMAR Marina Farnals, en primera línea de playa de La Poble de Farnals en Valencia.

# La Comunidad de Madrid presenta en Toronto su oferta turística ligada a grandes eventos, patrimonio y gastronomía

El Gran Premio de España de Fórmula 1, NFL Madrid Game, el Bernabéu y el itinerario Distrito Real, nuevos productos turísticos para el mercado canadiense



La Comunidad de Madrid ha presentado en Toronto su oferta turística, basada en una amplia programación cultural y deportiva, una destacada gastronomía y un valioso patrimonio histórico y artístico. En una rueda de prensa celebrada ayer con motivo del vuelo inaugural de Iberia a la ciudad canadiense, el viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte, Luis Martín, ha señalado que “salir de la capital eleva la experiencia de visitar Madrid”.

El viceconsejero ha subrayado que la región “es uno de los destinos más atractivos y competitivos de Europa gracias a una propuesta que integra cultura, deporte, gastronomía, ocio y compras, junto a experiencias cada vez más singulares y diferenciadas”. Asimismo, ha recordado que, en 2025, Madrid recibió 16,5 millones de visitantes, que generaron un impacto económico cercano a los 20.000 millones de euros. De ellos, 9,1 millones procedían del extranjero y concentraron un gasto de alrededor de 18.000 millones.

Además, Martín ha dado a conocer al mercado canadiense los nuevos productos turísticos que ofrece la Comunidad de Madrid, entre ellos el Gran Premio de España de Fórmula 1 y NFL Madrid Game, que tendrán lugar en septiembre (del 11 al 13) y noviembre (el día 8) respectivamente, el icónico estadio Bernabéu tras su renovación, o el itinerario Distrito Real, que muestra el legado patrimonial e histórico de la monarquía.

También ha destacado la importancia de los tres enclaves culturales declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO: Alcalá de Henares, Aranjuez y San Lorenzo de El Escorial, situados a menos de una hora de la capital, junto a los destinos rurales y a la posibilidad de degustar la gastronomía tradicional.



# EXPEDICIÓN SOLIDARIA A TANZANIA IMPULSADA POR **RATPANAT** Y FUNDACIÓN ELENA BARRAQUER

222 PERSONAS RECUPERAN LA VISIÓN EN TANZANIA GRACIAS A LA EXPEDICIÓN SOLIDARIA IMPULSADA POR RATPANAT Y LA FUNDACIÓN ELENA BARRAQUER



En Tanzania, desde hace unos días, hay personas a las que les ha cambiado totalmente la vida gracias a un proyecto que les ha devuelto la oportunidad de ser autónomos. Durante la última semana de mayo, un total de 222 personas han recuperado la visión como resultado de la nueva expedición solidaria de cirugía de cataratas organizada por Ratpanat en colaboración con la Fundación Elena Barraquer en Tanzania. Lo que en Europa supone una intervención rutinaria, en muchas zonas de África continúa siendo inaccesible para la población.

Para cientos de familias tanzanas, recuperar la vista significa volver a trabajar, recuperar autonomía, dejar de depender de terceros y volver a tener futuro. Lo que en Europa supone una intervención

rutinaria, en muchas zonas de África continúa siendo inaccesible para la población. Para cientos de familias tanzanas, recuperar la vista significa volver a trabajar, recuperar autonomía, dejar de depender de terceros y volver a tener futuro. Lo que en Europa supone una intervención rutinaria, en muchas zonas de África continúa siendo inaccesible para la población. Para cientos de familias tanzanas, recuperar la vista significa volver a trabajar, recuperar autonomía, dejar de depender de terceros y volver a tener futuro.

#### **Turismo con propósito**

Uno de los aspectos más diferenciales del proyecto es que esta acción social ha sido posible gracias a los propios viajeros de Ratpanat. Parte de los in-

gresos generados por los safaris y viajes organizados por la compañía se destinan directamente a financiar iniciativas sanitarias y sociales en Tanzania, convirtiendo cada viaje en una herramienta real de transformación.

“Hemos trabajado durante meses junto a la Fundación Elena Barraquer y el Gobierno de Tanzania y para hacer realidad esta expedición. Pero nada de esto sería posible sin nuestros viajeros, que con sus reservas nos ayudan a financiar proyectos capaces de cambiar vidas”, señala Estrella Ortego. Actualmente, Ratpanat destina 100 dólares por cada reserva realizada por viajero a proyectos médicos y sociales en Tanzania, además de impulsar iniciativas de empleo y formación para mujeres en situación de vulnerabilidad.

# Dunas Travel

## organiza FAMTRIP a Egipto para operadores españoles

Por Chiky Trillo



Un grupo de Touroperadores y periodistas españoles ha disfrutado del histórico y monumental Egipto gracias a un Fantrip organizador por Dunas Travel, con el objetivo de hacer una prospección de los nuevos alojamientos, receptivo, excursiones, etc.

Un recorrido clásico que comenzaba con un crucero por el Nilo abordo del Semiramis III, que partió de Luxor hacia el Valle de los Reyes, los templos de Luxor, Karnak, Edfú, de la faraona Hatchepsut y Kom Ombo hasta llegar a Aswan, con una de las presas sobre el Nilo más grande del mundo, los grandiosos Co-

losos de Memnon y uno de los templos más impresionantes de la Humanidad: Abu Simbel. Salida hacia El Cairo en avión con la imprescindible visita a una de las Maravillas del Mundo, las Pirámides. Keops, Kefrén y Micerinos abrieron sus secretos para 'la familia de Aladino', el guía de Dunas Travel. El nuevo Museo egipcio: una obra moderna faraónica que alberga el tesoro de Tutankamón, el faraón niño.

Miles de rincones, miles de historias y leyendas aún por descubrir. Un viaje intenso e imprescindible que hay que hacer una vez en la vida.

# Operadores Turísticos españoles opinan sobre el FamTrip con destino a Egipto de Dunas Travel



**CELIA FERNÁNDEZ PRADA**  
TAIKO TOUROPERADOR

“Este viaje de Dunas Travel ha parecido increíble. Es verdad que está siendo un viaje bastante agotador porque hay muchísimas cosas que ver, pero es increíble. Egipto, y hay que verlo sí o sí. Además es que Dunas Travel lo tiene todo súper bien organizado incluso cuando ha habido que improvisar alguna cosa lo tienen todo súper estudiado y además el día que nos ha tocado Aladino, uno de los guías que nos ha acompañado en este viaje, ha sido maravilloso. Así que estoy encantada”. Lo que más me ha gustado sorprendentemente es la oferta en el buffet, tanto en el barco como en el hotel. Creo que es una oferta muy buena; la comida ha sido muy, muy buena y con mucha variedad, teniendo en cuenta que es buffet. Yo venía con algunas reticencias, un poco con la idea de que la comida pues igual podría ser el punto más flojo del viaje, y para nada. Ha sido una grata sorpresa. Estoy organizando un grupo que próximamente viajará a Egipto y simplemente ya con que vengan y puedan experimentar lo que yo estoy viviendo ya es un 10. Todas las excursiones han sido increíbles, y si, bueno, quien no tenga mucha claustrofobia yo le recomiendo que entre en las pirámides, en cualquiera que esté abierta. Merece mucho la pena ese ratito de agobio que uno pasa en esos corredores tan estrechos por ver esa construcción tan magnífica e imponente desde dentro, desde las mismas entrañas de las pirámides”.



**GEMA GRE ARROYO**  
LUXOTOUR

Qué vivencias saco de este viaje a Egipto? Todo, todo. Estoy viviendo mi

propia experiencia egipcia. Estoy viviendo un montón de experiencias positivas, y sobre todo saber que lo que yo estoy vendiendo es real, es decir, que no hay nada que esté vendiendo que no sea lo que de verdad sucede aquí y que estoy viviendo en primera persona. Y eso es esencial para luego vender el destino a mis clientes: no equivocarnos, saber hacer itinerarios, que no nos falte ningún detalle en los alojamientos, en los restaurantes, en los guías, las excursiones, con las motonaves, etc. Mantener siempre vivas las ilusiones. Nosotros estamos haciendo un itinerario clásico que empieza en Luxor y acaba en Aswan; pasamos por ver varios templos, desde Luxor el grandioso templo de Abu Simbel; vemos el poblado Nubio, un baño en el río Nilo, luego volamos a El Cairo a ver las impresionantes pirámides o el Gran Museo Egipcio (GEM), que es fantástico, maravilloso, espectacular. Y lo que más me ha llamado la atención ha sido es la gente, cómo te llega al corazón. Ha sido un viaje increíble. ¡Vengan a Egipto!”-



**CELIA RODRÍGUEZ DONATE**

## DESTINOS DEL MUNDO

“Creo que este viaje de Dunas Travel está súper bien organizado. Sí que es verdad que es una paliza, por los madrugones y el calor, pero cuando vienes a Egipto creo que es algo que tienes que tener en cuenta, saberlo de antes y mentalizarte. Vas a madrugar, vas a pasar calor, aunque también depende del momento del año que vengas; pero aun así es una experiencia única. La recomendaría al mil por mil a todo el mundo que se esté planteando o pensando si venir o no. Como destino cultural, como destino solo por turismo, por la gastronomía... Es que todo, lo recomendaría por un montón de cosas; todo es impresionante y precioso, además de aprender un montón. Es otra cultura totalmente distinta de hace miles de años, y verlo y sentirlo en primera persona me ha servido un montón para tener conocimientos de cómo funciona la parte del

receptivo; porque así es algo que puedes recomendar a tus clientes desde tu experiencia personal. Una vez que has vivido la experiencia es como mejor puedes recomendar un destino. Es decir, si no has venido nunca a Egipto, a lo mejor te hacen preguntas que tú vas a ver si responder o no. O si recomendar o no una excursión o una visita. Entonces al haberlo vivido le puedes decir con confianza a un cliente: ‘Pues mira, yo lo he hecho, y sí lo recomiendo, o yo lo he hecho, y no lo recomiendo’. Creo que eso es una parte fundamental de nuestro trabajo”.



**ANA RODRIGUES**  
LUSONOVA

Me ha gustado mucho este viaje porque Egipto es un destino que siempre he querido conocer. Y hasta ahora todo está siendo perfecto, como un sueño. Hemos visitado templos espectaculares como Luxor o Abu Simbel; hemos podido bañarnos en el Nilo y ver la vida cotidiana de los Nubios. Es un destino seguro. Ver las impresionantes pirámides ha sido una experiencia que no puedo describir; te deja sin palabras. Me ha gustado mucho y creo que todos deberían venir a Egipto al menos una vez en la vida”.



**ROMAREY DÍAZ**  
ATLANTIS MÁS QUE VACACIONES

Para empezar, darle las gracias a Dunas Travel por darme la oportunidad de cumplir uno de mis sueños. Este viaje para mí ha sido un viaje soñado toda la vida. Nos estamos enfrentando a un conocimiento muy, muy grande de las antiguas civilizaciones, de la cuna de las civilizaciones.

Y a día de hoy puedo decir que es un viaje súper recomendable a pesar de los madrugones, a pesar del calor que hace, y eso que estamos en temporada baja, estamos a primeros de junio.

Pero sí es verdad que si queremos potenciar muchísimo el tiempo y aprovecharlo al máximo, hay que hacerlo. A mí me ha aportado un conocimiento brutal de dónde venimos y a dónde vamos y creo que es un viaje súper recomendable que te cambia la vida, te cambia muchísimo el pensamiento y nada más que decir. Es decir, solo puedo agradecer en este caso a la vida porque la verdad que lo que estamos viendo es muchísimo. Aporta muchísimo a nivel emocional y creo que hay que vivirlo por lo menos una vez en la vida. ¡Vamos! Creo que este viaje de Dunas Travel está súper bien organizado. Creo que... Sí que es verdad que es una paliza, pero cuando vienes a Egipto creo que es algo que tienes que tener en cuenta y saberlo de antes y mentalizarte. Vas a madrugar, vas a pasar calor. También depende del momento del año que vengas. Pero creo que es una experiencia única.



**SERGIO ALCÁNTARA**  
EXCURSIONES PARA CRUCEROS

Con respecto a lo que más me ha gustado del viaje, en general todo: la visita a los diferentes templos y sobre todo también la visita a los diferentes barcos de cara a poder ofrecer a nuestros clientes los mejores servicios que pueda ofrecer este receptivo, llamado Dunas Travel. En fin, un viaje muy recomendable y espero que lo podáis contratar alguna vez en la vida y visitar Egipto, que estoy seguro que os encantará. A mí, lo que más me ha gustado ha sido el tiempo de Abu Simbel. Es algo espectacular, es algo que, no sé, te deja sin palabras, no se puede describir con palabras. En general, el viaje entero no se puede describir con palabras porque es todo magnífico. De los muchos viajes que he hecho, para mí, es el que más me ha gustado”.

# Málaga acoge las Jornadas Profesionales de los Spain Travel Awards

El encuentro, celebrado en los Baños del Carmen, ha reunido a representantes del sector turístico para abordar los retos de sostenibilidad, excelencia e innovación



# ANDALUCÍA

GACETA DE

ACTUALIDAD  
INFORMATIVA  
TURÍSTICA  
DE ANDALUCÍA

La ciudad de Málaga ha acogido hoy las Jornadas Profesionales del Turismo de los Spain Travel Awards, galardones que reconocen la excelencia del sector turístico español y que han elegido la capital malagueña como punto de partida de su segunda edición. El encuentro, celebrado en los Baños del Carmen, ha reunido a profesionales, instituciones, empresas y representantes del sector turístico nacional para reflexionar sobre los principales retos y oportunidades de la industria en un momento clave para la evolución de los destinos. Así, ha servido como antesala de la gala de la segunda edición de los Spain Travel Awards 2026, que se celebrará el próximo 1 de diciembre en Madrid, y ha incluido la lectura oficial de los nominados a los premios de esta edición.

Durante el acto, que ha contado con la asistencia del alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, los fundadores de los Spain Travel Awards, Rubén Gómez y Raúl Gómez, han hecho entrega de un reconocimiento que pone en valor el papel de Málaga como destino urbano, cultural, tecnológico, gastronómico y sostenible, con una creciente presencia en los principales foros nacionales e internacionales del sector. El programa de las jornadas ha incluido tres mesas de trabajo con ponentes de alto nivel centradas en cuestiones estratégicas para el futuro del turismo: la sostenibilidad y el impacto social en los destinos; las experiencias únicas y de lujo vinculadas a la excelencia; y el impacto de la inteligencia artificial en la industria turística.

#### Compromiso con un turismo de calidad, sostenible e innovador

Las Jornadas Profesionales de los Spain Travel Awards en Málaga reflejan el compromiso del Ayuntamiento con un turismo sostenible, innovador y de

calidad, capaz de generar oportunidades económicas, reforzar la competitividad del destino y conectar la actividad turística con la identidad y el legado social de la ciudad. Asimismo, el encuentro ha puesto de manifiesto la importancia de la colaboración público-privada para seguir impulsando el liderazgo turístico de Málaga y de su entorno. La cita ha contado con la colaboración del Ayuntamiento de Málaga, el Ayuntamiento de Torremolinos, Sabor a Málaga, Fundación Unicaja, Iryo y el Círculo de Empresarios de Málaga.



## AGAVI despide a Juan Rivadulla con una comida de reconocimiento



Recientemente, se celebró en Santiago una comida en homenaje a Juan Antonio Rivadulla Fernández, tras años al frente de la Asociación Galega de Axencias de Viaxes (AGAVI). Rivadulla, director de Simply Travel y antiguo vocal del Consejo Ejecutivo del Clúster Turismo de Galicia, recibió el reconocimiento por su compromiso y dedicación a la profesionalización del sector. Desde que inició su presidencia en 2015, lideró la asociación en momentos complejos, como la pandemia, consolidando su influencia y prestigio tanto a nivel autonómico como internacional. En 2023, el consejo directivo de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) lo nombró secretario general, y en abril de este año recibió el galardón a la trayectoria profesional de la Federación Empresarial Provincial de Turismo y Hostelería de Pontevedra (Feprotur), que destacó su entrega y contribución al sector.

## Galicia destaca su turismo náutico y deportivo en el II Congreso del Mar

El II Congreso del Mar, celebrado en el Real Club Náutico de Vigo, reunió a más de 10.000 personas entre profesionales, empresas y público general, consolidándose como un punto de encuentro clave para el sector marítimo, deportivo y turístico en Galicia. El evento combinó una intensa programación profesional con actividades abiertas a la ciudadanía, incluyendo simulacros de rescate marítimo, showcookings y ponencias sobre innovación y sostenibilidad.

El Clúster Turismo de Galicia estuvo representado por el vicepresidente Jesús Piccallo Santos y por la vocal Mar Rodríguez Meseguer, que contribuyeron a poner en valor el papel del mar como recurso estratégico para Galicia. Durante sus intervenciones destacaron la importancia de una oferta turística competitiva, sostenible y vinculada al territorio, así como la relevancia del turismo náutico y deportivo como elemento diferenciador de la comunidad.



# GALICIA

GACETA DE

ACTUALIDAD  
INFORMATIVA  
TURÍSTICA  
DE GALICIA

## El Mejor Cocinero de Tapas 2026 se descubrirá en una nueva edición de 'Siete ciudades, Siete sabores'

La gastronomía urbana gallega se prepara para brillar con la décima edición de 'Siete ciudades, Siete sabores', un evento que pone en valor la tradición y la innovación de la cocina local y que culminará el próximo 30 de junio con una gala en que se elegirá al Mejor Cocinero de Tapas 2026. Siete chefs, uno por cada ciudad representada, mostrarán sus creaciones delante de un jurado profesional y del público, que podrá votar mediante televoto durante el acto.

Esta iniciativa se consolida como una plataforma de promoción del turismo gastronómico en Galicia, orientada a atraer visitantes interesados en experiencias culinarias auténticas y en productos locales que reflejen la identidad cultural de cada territorio.

Creatividad y tradición en la propuesta de los chefs gallegos Los participantes presentan tapas que mezclan técnicas contemporáneas con la esencia de la cocina gallega. Entre las propuestas destacan platos reinterpretativos, combinaciones del mar y del interior y presentaciones sorprendentes. Los candidatos son:

Adrián Pérez, del restaurante Sinxelo (Ferrol), competirá con 'Merenda do Patrón'. Carlos Montes, de La Sinfonía Gastrobar (A Coruña), con 'Dry Caldini'. Beatriz Alcalá, de La Zapatería del Abuelo (Ourense), con 'Apagón'. Rebeca Guede, de La Orensana (Vigo), con 'Orentako'. Rubén González, de El Cafetín de La Alameda (Pontevedra), con 'O Canto do Galo'. Rodrigo Seoane, de ArteSana Gastrobar (Santiago de Compostela), con 'Castelo da Rocha'. José Luis Pardo, de El Boni (Lugo), con 'Ostra, que merluza!'. Cada ciudad trae su propia identidad



culinaria, desde tacos y gyozas con sabores gallegos hasta elaboraciones centradas en productos locales emblemáticos. El concurso destaca no solo por la calidad gastronómica, sino también por su valor como herramienta de promoción del turismo urbano, vinculando el sector de la restauración con la cultura y la tradición de Galicia.

# Murcia se consolida como un destino de referencia en el turismo de reuniones (MICE) a nivel nacional

Los resultados del Estudio de Reuniones de 2025 confirman un crecimiento histórico en la actividad profesional y económica. El esfuerzo conjunto de empresas e instituciones sitúa a Murcia como una ciudad moderna, dinámica y preparada para albergar grandes eventos.

Compartimos los datos clave de este gran año que presentamos ayer en rueda de prensa:

Crecimiento en eventos: 1.209 reuniones profesionales celebradas  
 Más visitantes: Recibimos a 165.715 asistentes en la ciudad.  
 Impacto económico: 55,6 millones de euros generados directamente  
 Turismo nacional: Los asistentes de otras comunidades autónomas casi se duplicaron, alcanzando los 58.406 delegados  
 Atracción internacional: El volumen de asistentes extranjeros creció un 102,1%.  
 Sectores líderes: El ámbito médico-sanitario y el económico-comercial encabezan la actividad.  
 Perfil de alto valor: Los congresistas tienen una estancia media de 3 días y un gasto medio diario de 268€ en hoteles de 4 estrellas.

El turismo MICE es un motor clave para Murcia. Genera riqueza de forma transversal en la hostelería, el comercio, el transporte y la cultura. Además, ayuda a desestacionalizar el turismo concentrando su éxito en meses como octubre, mayo, marzo y septiembre.

¡Desde la Oficina de Congresos seguimos sumando talento, conocimiento y oportunidades para Murcia!



# MURCIA

GACETA  
DE

ACTUALIDAD  
INFORMATIVA  
TURÍSTICA  
DE MURCIA

## XXXVIII Gala de los Asesores de Viajes de la Región de Murcia



Como cada inicio de verano Murcia se convirtió en la capital del Turismo del Mediterraneo con la celebración de su treinta y ocho NOCHE DE LOS ASESORES DE VIAJES en el hotel Nelva de la prestigiosa cadena Hotelera Santos. El multitudinario evento fue organizado por un equipo de personas muy conocidas en la región refiriéndonos a nuestras profesionales viajeras Mamen de Viajes Benytours de Cabezo de Torres Mayte de Viajes Venetto de Murcia y Lola de Viajes Combos de Murcia destacamos también la asistencia del Concejal de Turismo Consumo y Comercio del Ayuntamiento de Murcia quien agradeció



la asistencia a los profesionales del turismo destacando la importancia de la actividad turística para la economía murciana. La noche tuvo momentos muy emotivos cuando la organización llamó al escenario Carlos Brunete hasta ahora delegado Regional de Levante de la firma Tui Spain un profesional muy reconocido y querido por todos y que este año termina su jornada laboral para jubilarse quien tuvo unas palabras de cariño para toda la audiencia. El acto que duró hasta la madrugada contó con la colaboración de las principales firmas del sector que colaboraron con viajes y regalos.

# Pepe Hidalgo respalda el turismo dominicano en el XIII Torneo de Golf La Romana, que homenajeó a Deyanira Pappaterra

El presidente de Globalia y Air Europa asistió al emblemático evento deportivo que reúne a los principales líderes del sector en el Caribe



## CARIBE

GACETA  
DEL

ACTUALIDAD  
INFORMATIVA  
TURÍSTICA  
DEL CARIBE

El empresariado turístico español y dominicano han vuelto a estrechar lazos en el Caribe. La Asociación de Hoteles La Romana Bayahibe (AHRB) celebró la decimotercera edición del Torneo de Golf La Romana, una jornada que contó con la destacada presencia y respaldo de Pepe Hidalgo, presidente de Globalia y Air Europa. El evento, consolidado como una de las citas de networking más importantes de la región, reunió a las principales figuras del sector empresarial, social y turístico.

Esta edición de 2026 rindió un especial homenaje a Deyanira Pappaterra, vicepresidente de Negocios Turísticos de Banreservas, por su decisiva trayectoria y sus aportes al fortalecimiento del turismo dominicano a través de la financiación de proyectos viables de desarrollo real. Durante el acto de premiación, Andrés Fernández, presidente de la AHRB, destacó el papel clave de la homenajeada en el crecimiento hotelero e inmobiliario del destino. La fuerte vinculación e inversión española en la región quedó en evidencia no solo con la participación de Hidalgo, sino también con el copatrocinio y apoyo de grandes marcas de España con fuerte presencia en el Caribe, como Air Europa, Catalonia Bayahibe & Royal La Romana, Iberostar Hacienda Dominicus y Meliá Hotels International, entre otras firmas internacionales.

#### Resultados de la competición

La disputa deportiva se desarrolló en el prestigioso campo The Links, ubica-

do en el exclusivo complejo Casa de Campo Resort & Villas, bajo la modalidad Scramble en parejas.

Los máximos honores de la jornada correspondieron a Rafael Berrido y Óscar Rodríguez, quienes conquistaron el Mejor Score Bruto del torneo. En la Categoría A, el primer lugar fue para Carlos Medrano y Harold Cuellar, mientras que Silvio del Rosario y Duilio Gustavo Gimondo se impusieron en la Categoría B. En la Categoría Damas, las campeonas fueron Josefina Pichardo y Elizabeth Pérez.

Con trece ediciones celebradas, el Torneo de Golf La Romana continúa consolidándose como un referente de hospitalidad y turismo deportivo en el Caribe, promoviendo el golf como un producto de alto valor y un puente clave para las inversiones internacionales y las alianzas estratégicas entre España y la República Dominicana.

El evento fue posible gracias al respaldo coorganizador del Ministerio de Turismo de la República Dominicana (MITUR), junto al apoyo de Domis Constructora Chiamamida, Casa de Campo, Arajet, Banreservas, Consorcio Eléctrico Punta Cana Macao, United Brands Dominicana, Casa Brugal, Grand Palladium Punta Cana Resort & Spa, Sued & Fargesa y la Cervecería Nacional Dominicana, entre otros colaboradores.

## Dos valencianos, en el podio nacional de Cocinero del Año 2026

La Gran Final del Concurso Cocinero y Camarero del Año 2025-2026 ha convertido el espacio The Horeca Hub de Alimentaria+Hostelco en el gran punto de encuentro de la gastronomía nacional, reuniendo a los mejores talentos del país



en una jornada decisiva marcada por el alto nivel y la máxima exigencia profesional. Paula Gutiérrez (Tayta Restaurante \*, Salamanca) se ha proclamado mejor Cocinera de España 2026 en su X edición, con Jorge Lengua (Llavor \*, Oropesa del Mar) en segunda posición y Roger Julián (Simposio \*, San Antonio de Benagéber, Valencia) en tercera.

Por su parte, Javier Gil del Restaurante Gaytán \* (Madrid) ha sido reconocido como mejor Camarero de España en la VI edición del certamen, seguido de Sonia García del Estudio Gescahoteles (Santiago de Compostela) como segunda finalista y Juan David Marco de Saddle \* (Madrid) en tercera posición. La final de este certamen, organizado por Grupo Caterdata, ha tenido el apoyo de empresas e instituciones como Alimentos de España - Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Diputación de A Coruña, Ayuntamiento de Alicante y Generalitat Valenciana, y ha contado con la presencia de destacados chefs, empresarios, periodistas y creadores de contenido.

## La Alegría de la Huerta abrirá de nuevo en la Malvarrosa para la temporada de verano

La transformación de La Alegría de la Huerta da un paso más con la instalación de la nueva estructura que dará forma al futuro restaurante en el marco del proyecto de renovación del frente marítimo de la playa de la Malvarrosa, que implica a diversos restaurantes. El proceso será aprovechado por parte de la familia Miralles, propietaria histórica de la casa, para la mejora de distintos aspectos del restaurante, sin perder su espíritu original. Tras el cierre temporal anunciado el pasado mes de enero, La Alegría de la Huerta no ha dejado de trabajar en su adaptación a la nueva normativa que afecta a todos los restaurantes del paseo marítimo de Valencia.



El diseño arquitectónico pone especial énfasis en la relación con el entorno marítimo con ocho grandes ventanales en la fachada principal, y con carpinterías correderas en planta baja que favorecen la ventilación natural y una conexión directa con la playa.

Cabe recordar que el apellido Miralles está ligado, actualmente, a otros tantos proyectos hosteleros que revitalizan los Poblados Marítimos, como son Mercader, Mercabanyal o la recientemente inaugurada Casa Pescadores. Es por ello que el espíritu de antaño sigue más vivo que nunca en el barrio más marinero de Valencia.

# GASTRÓNOMA

## Tu Arrocerero abre el paellero más grande de Valencia

La empresa valenciana Tu arrocerero da un paso decisivo en su crecimiento con la apertura de una nueva cocina central en Ciutat Fallera que alberga el paellero más grande de Valencia ciudad. Equipada con 32 quemadores de gas, permitirá cocinar hasta 32 paellas de forma simultánea, situándose además entre las mayores cocinas a gas de España.



La apertura de esta instalación responde a un objetivo claro: dar un salto en la calidad de los arroces y aumentar su producción. Tu arrocerero quiere reforzar su propuesta tradicional con una mejora del producto, el desarrollo de paellas premium y la incorporación de nuevas elaboraciones o paellas del mes.

Este incremento en la capacidad productiva también les permite ampliar el radio de reparto —hoy en día está en 25 kilómetros—, y mejorar el servicio tanto en delivery como en take away, que actualmente opera desde sus tiendas ubicadas en Juan Llorens, 25 y República Argentina, 13. “Con este paso hacia delante, buscamos posicionarnos dentro del top 5 de referentes en València en términos de volumen”, expresa Álvaro Portolés, CEO de Tu arrocerero. Como parte de su plan de expansión, la empresa prepara la apertura de su tercera tienda en la calle Correos, 6, de València.

## Paqui Martí gana el VI Torneo de Titaina Valenciana Mi Cub



Paqui Martí se ha alzado con el Primer Premio del “VI Torneo de Titaina Valenciana”, organizado por Mi Cub en el Mercado de Colón, en el que han participado cinco vecinos de El Cabanyal-Canyamelar. “Para mi ha sido una culminación a toda mi vida haciéndola con mucho cariño y amor”, ha explicado la ganadora. La receta ganadora, compuesta por tonyina, ajo, pimientos, piñones y tomate, AOVE y sal, formará parte de la carta de Mi Cub esta temporada.

Mi Cub, bajo el lema “Las 4 Estaciones de la Terreta”, presenta una receta típica y tradicional valenciana cada temporada, elaborada con productos de la zona y con ingredientes de proximidad y calidad, que dan lugar a platos únicos en los que la identidad está muy presente. Poner en valor lo nuestro y recuperar tradiciones es uno de los objetivos de esta iniciativa, y la titaina no podía faltar.

# Requena brinda por su año más especial como Ciudad Española del Vino 2026



Texto y fotos: M.A.P.

Requena continúa con fuerza celebrando su capitalidad como Ciudad Española del Vino 2026. El pasado fin de semana, coincidiendo con la celebración del tardeo de las Bodeguetas del Interior Valenciano, se realizó un famtrip con prensa e instituciones cargado de actividades que acercaran algunos de los valores más importantes que han decantado a Acevin a elegir a Requena.

El viaje tuvo como primera parada el Yacimiento de La Solana de Las Pilillas que atestigua la elaboración de vino en la localidad desde hace 2700 años y que algunos estudios sitúan como el origen del vino en la Península Ibérica. La jornada también sirvió para mostrar el enorme patrimonio paisajístico y agrícola de todo su término municipal de 800 km cuadrados, destacando las aldeas requenenses. La segunda parada fue una cata campera en un bello paraje natural con vistas a la aldea de Los Cojos. En la cata se degustaron vinos de 4 de las Bodeguetas del Interior Valenciano, armonizados con los magníficos productos de la quesería de Los Pedrones Hoya de la Iglesia y con Bollo de Requena de El Baquero y La Albosa, ambos de Los Isidros.

De ahí, la comitiva tomó rumbo de nuevo a Requena para subir por la cuesta de las Carnicerías hacia el emblemático barrio de La Villa. Una comida en El Yantar, con un menú muy requenense armonizado con vinos de las otras siete Bodeguetas, dio paso a una tarde cultural con la bajada a Las Cuevas de la Villa, uno de los grandes tesoros de Requena. Se trata de 22 cuevas que se encuentran bajo la Plaza de la Villa, excavadas en época musulmana, de los siglos XII y XIII. Tuvieron uso hasta el siglo XVII en que se derribaron las casas privadas y edificios públicos de la plaza. Fueron rehabilitadas e intercomunicadas por túneles en la década de los 70 del pasado siglo XX.

No podía faltar una visita al emblemático Templo de Santa María en donde se exhibe en la actualidad la exposición "Malum et remedium: epidemias, medicina, botica y otros remedios mágico-populares en la Meseta de Requena-Utiel". Se trata de una muestra de gran valor histórico y cultural producida por la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de la localidad. La jornada terminó con una visita al tardeo de las Bodeguetas del Interior valenciano, con los vinos de Calagata, Bodega Carres, Vinea Clausa, Bodegas del Valle, Dusart-Pedron, Escuadra, Bodegas Lupanda, Bodegas Pigar, Bodegas Rodeno, Bodegas Túr-bula Vinea y Vinos y Sabores Ecológicos. Además, la cita contó con DJ en directo, food truck y diferentes espacios gastronómicos con cortador de jamón y embutidos, reforzando así el vínculo entre vino, producto local y la experiencia cultural.

Escuadra, Bodegas Lupanda, Bodegas Pigar, Bodegas Rodeno, Bodegas Túr-bula Vinea y Vinos y Sabores Ecológicos. Además, la cita contó con DJ en directo, food truck y diferentes espacios gastronómicos con cortador de jamón y embutidos, reforzando así el vínculo entre vino, producto local y la experiencia cultural.

## Y la fiesta continúa con: Requena es Cava

Y la actividad no cesa. La semana próxima llega el turno de las burbujas de la mano de la Asociación de Elaboradores de Cava de Requena. La emblemática plaza de La Villa de Requena acoge una nueva edición del evento 'Requena es Cava', un tardeo organizado por los cavistas requenenses en colaboración con el Ayuntamiento de la ciudad, València Turisme y la Conselleria de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca que se postula, un año más, como la excusa perfecta para brindar por la llegada del verano, en esta ocasión más si cabe, ya que la cita será una celebración del título de Ciudad Española del Vino. Desde las 19:30 horas el centro del casco antiguo de Requena volverá a brillar con las chispeantes burbujas de los mejores espumosos en la cuna del cava valenciano, armonizados con una excelente propuesta gastronómica.

## The Ox Burger, el nacimiento de la hamburguesería gourmet del Grupo Beluá

The Ox Burger es un nuevo negocio especializado en burgers de autor que se ubica en las instalaciones del antiguo restaurante Beluá en Mislata. Las mejores carnes maduradas seguirán siendo las protagonistas en este local que hará las delicias de los amantes de las burgers más exclusivas sin artificios. Sabor, producto y calidad son las señas de identidad de un espacio que busca enamorar a los clientes gracias a unas hamburguesas que siguen el hilo conductor que representa al Grupo Beluá: “El fuego es sagrado y la carne, un rito”.



“La hamburguesa perfecta es una aspiración de los locales especializados en esta elaboración. Nosotros no podemos prometerla. Lo que sí tenemos es la mejor carne madurada del mercado, ya que la producimos nosotros mismos como llevamos haciendo muchos años”, explica Víctor Renilla, la cara visible del proyecto en el que está implicada toda la familia que engloba el grupo gastronómico.

El objetivo del nuevo negocio no es abrir un nuevo proyecto independiente. Es una evolución gastronómica firmada por el Grupo Beluá: “ Debemos convertir la herencia gastronómica de Beluá en una nueva categoría, una hamburguesería con una identidad propia que viene dada por la excelencia de nuestras carnes y de nuestra historia como grupo”.

El objetivo del nuevo negocio no es abrir un nuevo proyecto independiente. Es una evolución gastronómica firmada por el Grupo Beluá: “ Debemos convertir la herencia gastronómica de Beluá en una nueva categoría, una hamburguesería con una identidad propia que viene dada por la excelencia de nuestras carnes y de nuestra historia como grupo”.

El objetivo del nuevo negocio no es abrir un nuevo proyecto independiente. Es una evolución gastronómica firmada por el Grupo Beluá: “ Debemos convertir la herencia gastronómica de Beluá en una nueva categoría, una hamburguesería con una identidad propia que viene dada por la excelencia de nuestras carnes y de nuestra historia como grupo”.

## Forja, el nuevo concepto que ensalza la cocina mediterránea frente al aeropuerto de Manises

Con Forja nace una vertiente gastronómica poco explotada en Valencia y su zona metropolitana. Un restaurante con una propuesta diferente relacionada con la vida diaria y familiar. Al frente se encuentran el Grupo Xtra, Forty Group y Grupo Montoro. La carta está focalizada en la cocina de producto, con especial atención a las carnes y pescados a la brasa, así como a los arroces elaborados a leña. Todo ello en un ambiente sofisticado y exclusivo, con una sala con capacidad para 200 comensales.



De lunes a viernes a mediodía, el restaurante se posiciona como Business Lunch Club, un punto de encuentro pensado para el público ejecutivo que trabaja en el Sky Business Center y las empresas cercanas. En este contexto, el espacio ofrece privacidad, servicio ágil y una propuesta gastronómica de calidad, ideal para reuniones profesionales. Todo ello, con el añadido de un parking propio, exclusivo para clientes. Especialmente, de jueves a sábado, Forja se transforma en The Place to Be, un destino para el público lifestyle de Valencia, tanto local como turista, que busca una experiencia más social. La propuesta se completa con actuaciones y música en directo, con DJ sets inspirados en jazz y blues, coctelería de autor y una atmósfera que combina gastronomía y diseño.

De lunes a viernes a mediodía, el restaurante se posiciona como Business Lunch Club, un punto de encuentro pensado para el público ejecutivo que trabaja en el Sky Business Center y las empresas cercanas. En este contexto, el espacio ofrece privacidad, servicio ágil y una propuesta gastronómica de calidad, ideal para reuniones profesionales. Todo ello, con el añadido de un parking propio, exclusivo para clientes. Especialmente, de jueves a sábado, Forja se transforma en The Place to Be, un destino para el público lifestyle de Valencia, tanto local como turista, que busca una experiencia más social. La propuesta se completa con actuaciones y música en directo, con DJ sets inspirados en jazz y blues, coctelería de autor y una atmósfera que combina gastronomía y diseño.

## Hostelería Valencia y la DO Valencia se unen para impulsar el vino valenciano

La Federación Empresarial de Hostelería Valencia y la Denominación de Origen Protegida Valencia, representantes del sector hostelero y de las bodegas valencianas, han firmado un acuerdo de colaboración con el objetivo de estrechar la relación entre ambos sectores y fortalecer la promoción del vino valenciano.



El convenio contempla la realización de acciones conjuntas que pongan en valor la gastronomía local y reconozcan el trabajo de viticultores y bodegueros. Además, se fomentará la formación de profesionales de la hostelería en todo lo relacionado con el vino y los productos de proximidad, elevando así la calidad y profesionalización del sector.

Ambas entidades se comprometen a impulsar el consumo de productos locales, garantizando la excelencia en las cartas de los establecimientos valencianos y ofreciendo al público, tanto residente como visitante, lo mejor de la tradición y cultura vitivinícola de la región.

Hostelería Valencia y DO Valencia comparten la voluntad de preservar y promover nuestra identidad vitivinícola, contribuyendo al reconocimiento de la dieta mediterránea y a los valores culturales que diferencian a Valencia como territorio.

## Escama desembarca en Valencia elevando su propuesta de arroces y producto de la Marina Alta



El verano eterno de Jávea encuentra un nuevo puerto en Valencia: Escama inaugura su tercer restaurante en Avenida Cortes Valencianas, 26, una de las zonas con mayor desarrollo urbano y hotelero de la ciudad. Tras el éxito de su restaurante original en Jávea (Avenida Libertad, 34) y su posterior desembarco en la zona de Cánovas (Conde Altea, 22), el proyecto liderado por Juanmi Iborra, Fredy Zapater y Javier de Toro prosigue su recorrido con un nuevo y amplio establecimiento, que mantiene intacta la esencia original: trasladar al comensal a ese verano infinito que define la vida junto al Mediterráneo. Ahora bien, la propuesta gastronómica quiere suponer un salto de calidad, que además se hará extensible al resto de ubicaciones de la firma.

El producto de la Marina Alta y los arroces serán protagonistas de la carta de Escama en un enclave que atrae a miles de personas cada semana y que, sin embargo, todavía cuenta con una oferta limitada en torno a la tradición culinaria valenciana, y muy en concreto, el arroz. Escama llega con la intención de cubrir ese vacío con una propuesta cercana y accesible, pero también mucho más cuidada. “Creemos que podemos aportar algo muy interesante a la zona: producto de calidad y una experiencia auténtica, que recuerde a las casas de pescadores de la Marina Alta”, explican sus fundadores.

# Castelló Ruta de Sabor desvela su magia “a la Gaceta del Turismo”



El viajero que transita por CASTELLÓ RUTA DE SABOR descubre un itinerario mágico que, entre costa, llanuras y montañas, le permitirá disfrutar de un fantástico paisaje y de unos productos únicos.

El viajero, en este caso GACETA DEL TURISMO, inicia su viaje en la almazara BARDOMUS, donde el aceite de oliva virgen extra es una auténtica declaración de identidad con una idea central: hay que devolver al campo lo que el campo te da. La cata, pausada y bien guiada, revela un producto extraordinario. El picor final del oro líquido nos impulsa hacia el restaurante SIERRA DE IRTA, enclavado entre mar y montaña, para degustar unos succulentos platos elaborados con productos de proximidad: pescados frescos, arroces sabrosos y verduras de temporada.

Por la tarde, la Ruta nos lleva al PUERTO DE PEÑÍSCOLA para visualizar un auténtico espectáculo: la subasta de un pescado que pocas horas después se podrá saborear en la mesa de cualquier restaurante de España.

Y para acompañar el pescado, nada mejor que un buen vino. Como los que elabora la bodega MAS DE RANDER, un mágico paraje del interior de Castellón. Viñedos, olivos y naranjos cargados de historia y Mediterráneo proporcionan una necesaria paz al viajero que lleva ya unos cuantos kilómetros a sus espaldas. La degustación final de vinos, aceites y mistelas nos permite disfrutar, con cierta melancolía, de un hermoso y fresquito atardecer..

El broche de oro a la jornada nos lo ofrece el restaurante NACRA con una propuesta moderna y creativa que no pierde la esencia local.

El merecido y reparador descanso, tal vez mecido por las olas del cercano Mare Nostrum, lo proporciona el Gran Hotel Peñíscola, un lujo frente al mar.

CASTELLÓ RUTA DE SABOR descubre cada día nuevos y magníficos viajes pero eso es, será, otra historia.