



## La rentabilidad y la calidad del destino, claves del éxito

Los expertos apuntan que el sector crecerá un 1,5% en 2020, en un contexto de ralentización económica y fuerte competencia en el Mediterráneo oriental. La diversificación hacia mercados más lejanos y de mayor valor añadido, como EEUU y Asia, serán esenciales para rebasar los máximos históricos logrados en 2019

BYHOURS

ELPOZO

GLOBALIA

IBERIA

IFEMA  
Feria de Madrid

  
Junta de Castilla y León

NAUTALIA  
Viajes

SCHOOL OF TOURISM & HOSPITALITY | THE OSTELEA

PARADORES  
Hotels & Restaurants 1928



**AMADOR G. AYORA**  
DIRECTOR DE 'ECONOMISTA'



# Qué hacer cuando la gallina de los huevos de oro se fatiga

**D**esde que tengo uso de razón, llevo escuchando que vamos a cambiar el turismo de alpargata por otro de mayor calidad, con interés por nuestro rico patrimonio histórico. Sin embargo, las cifras siguen batiendo récord tras récord, con incrementos del volumen de turistas, pero no así de su facturación.

Pese a que en los últimos tres años el gasto fue en aumento, el dinero por término medio empleado por un turista en 2018 (último dato disponible) fue 850 euros, un registro inferior a los 834 euros de cinco años antes.

El número de turistas creció más de 50% en la última década, desde poco más de cincuenta millones en 2010 a los más de 83 millones actuales. Sin embargo, los destinos de playa siguen siendo los más solicitados, mientras que los de interior tienen aún considerable margen de crecimiento.

Todos conocemos o hemos oído los problemas que tiene Barcelona o Palma de Mallorca para alojar más visitantes, mientras que ciudades como Burgos, Toledo o Cuenca no logran llenar más que en temporada alta, por poner algunos ejemplos. Otra de las tareas que quedan por hacer, repartir los visitantes durante todo el año.

El incremento del número de visitantes por debajo del 1,2% en los dos últimos años es un aviso de que las cifras no mejorarán de manera infinita. El *Brexit* provocó que el número de británicos que visitó nuestro país descendiera en casi de 380.000 el año pasado. Otros acontecimientos, como la quiebra de Thomas Cook, que movía alrededor de tres millones de turistas anuales entre Baleares y Canarias, dejará sentir su impacto en los próximos meses.

La vuelta a la normalidad de los regímenes del norte de África, que debería ser una buena

noticia, se convierte a menudo en una pesadilla para los hoteleros españoles, porque el precio sigue siendo el factor esencial a la hora de elegir destino, por delante de otros elementos, como la calidad del servicio.

La recuperación de destinos de sol y playa como Túnez, Turquía o Egipto pasará factura al sector español durante los próximos años. Medidas como la que acaba de tomar Baleares de prohibir el turismo de borrachera en alguno de sus destinos más populares son pasos dirigidos a conseguir un turismo de calidad, que sea menos vulnerable a los vaivenes económicos y sociales.

¿Cuántos turistas cogen en Barcelona o Palma? Son dos de las ciudades que sufren saturación. La respuesta a este fenómeno, al que han contribuido plataformas como Airbnb, no puede estar en campañas de agresión para intentar expulsarlos de estas ciudades.

Más del 20% de la actividad de Barcelona procede del turismo. A nivel nacional, el porcentaje descende a la mitad, pero sigue siendo el sector que más riqueza crea. Si España ha logrado capear el último período de desaceleración mejor que otros países es por el turismo. Naciones más ricas, como Francia o Alemania, han visto caer su actividad hasta casi entrar en recesión, mientras el nuestro mantiene tasas de PIB por encima del 2%. También fue el causante de la fulgurante recuperación desde la crisis.

Gracias a la importancia de este sector, la Feria Internacional de Turismo (Fitur), que arranca esta semana en Madrid, es la muestra mayor del orbe. El turismo es la gallina de los huevos de oro de la economía. Pero comienza a dar síntomas de fatiga y es necesaria más que nunca una política destinada a mantener vivo su crecimiento y a mejorar los ingresos.

## ÍNDICE

<b>Artículos de opinión</b>	<b>2-3</b>
<b>Las empresas que impulsan el sector</b>	<b>4-5</b>
<b>Destinos turísticos inteligentes</b>	<b>6-7</b>
Ifema	8-9
<b>Cadenas hoteleras</b>	<b>10-11</b>
Paradores	12-13
Aragón	14
<b>Turismo de salud</b>	<b>16</b>
Castilla y León	18
<b>Turismo oscuro</b>	<b>20</b>
<b>Turismo rural</b>	<b>22</b>
<b>Los 10 países más baratos</b>	<b>24-25</b>
<b>El papel del transporte</b>	<b>26-27</b>
Globalia	28-29
Iberia	30-31
Barceló Hotel Group, Norwegian y Qatar Airways	32
Andalucía, Cantabria y Navarra	33
Canarias	34
<b>12 propuestas para viajar por Europa en 2020</b>	<b>36-37</b>
<b>Empresas emergentes</b>	<b>38-39</b>
<b>Escapadas de lujo</b>	<b>40-41</b>
<b>Gastronomía</b>	<b>42-43</b>
<b>Viajes 'eco' para salvar el planeta</b>	<b>44</b>
<b>Eventos turísticos</b>	<b>45</b>
Ostelea	47



ISABEL OLIVER SAGRERAS  
SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

## En Fitur 2020, España apuesta por un modelo sostenible

**F**itur celebra este año su 40 aniversario, convertida en una de las ferias más importantes del turismo a nivel global. Una cita imprescindible para el sector. Durante estas cuatro décadas, España se ha convertido en el segundo destino mundial por número de visitantes y por ingresos, y ha visto evolucionar su modelo turístico desde uno centrado en sol y playa a otro más diversificado, que pone en valor aquello que nos diferencia y nos hace únicos: la historia, la cultura, el patrimonio, la gastronomía o la naturaleza.

Han sido 40 años de continuo crecimiento, hasta hacer del turismo un sector estratégico para el país, con un aporte del 12,3% al PIB. En 2019 nos visitaron 83 millones de turistas extranjeros, que generaron 92.000 millones en gasto, y España fue elegida, por quinto año consecutivo, como el destino turístico más competitivo del mundo.

Estas grandes cifras son clave para entender la necesidad de apostar por un desarrollo sostenible del turismo, que asegure su futuro, porque el turismo será sostenible o simplemente no será.

La sostenibilidad es una exigencia, concreta y medible, un elemento que influye cada vez más en nuestras decisiones como ciudadanos y consumidores. La industria ha entendido el mensaje y el Gobierno también. Como líderes mundiales, nuestra política turística debe empujar al sector hacia la sostenibilidad.

Para ello, desde la Secretaría de Estado de Turismo hemos elaborado las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. Porque la actividad turística, uno de los pilares de nuestra economía, debe también serlo para la consecución de los ODS. Y podemos hacerlo aprovechando la tecnología,

generando trabajo decente, impulsando el turismo en esa España vacía y necesitada de oportunidades, y también facilitando la incorporación de los preceptos de la economía circular o la protección del medio ambiente.

Estamos convencidos de que así no solo seremos más atractivos para nuestros visitantes, también contribuiremos a hacer de nuestro país un lugar más próspero, más igualitario y más inclusivo.

Nuestro objetivo es transformar el modelo turístico hacia un modelo de crecimiento sostenido y a la vez sostenible, que avance hacia la desconcentración territorial, la desestacionalización y la diversificación de la oferta.

En este último año y medio hemos dado muchos pasos para hacer de nuestro sector turístico un ejemplo de sostenibilidad y de compromiso, pero aún queda trabajo por hacer. Y es imperativo que este esfuerzo no sea solo coyuntural, sino una respuesta coordinada de toda la cadena de valor turística.

Este esfuerzo es necesario para garantizar el bienestar y la supervivencia de un sector estratégico para buena parte de nuestro territorio. España necesita una política turística de vanguardia, que conduzca al sector por el camino de la sostenibilidad con ambición y solvencia, para que el turismo continúe siendo uno de nuestros principales motores económicos.

Fitur 2020 será el escaparate de todas las tendencias de una de las mayores industrias globales. España, como referente mundial, será el espejo en el que tantos países se miran. Y queremos que, cuando lo hagan, vean un movimiento imparable hacia un modelo turístico, que continúa generando riqueza sin comprometer el disfrute del planeta por parte de las generaciones futuras. Esa debe ser nuestra impronta.

## STAFF

**Director de 'elEconomista':**

Amador G. Ayora.

**Directora del especial**

**Turismo:**

Pilar Rodríguez.

**Diseño y maquetación:**

Pedro Vicente.

**Coordinación:**

Noelia García.

**Redacción:**

Noelia García, Sèrvula Bueno,

Gonzalo Urdiales.

**Infografía:**

Clemente Ortega.

**Fotografía:**

Pepo García.

**Tratamiento de imagen:**

Daniel Arroyo.

# TURISMO



**Guillermo Gaspart**  
Fundador y CEO de ByHours



**Javier Hidalgo**  
CEO de Globalia



**Simón Pedro Barceló**  
Co-presidente de Grupo Barceló



**Tomás Fuertes**  
Presidente de Grupo Fuertes

## Las **empresas españolas** que están detrás del buen momento del sector

España cierra 2019 con un nuevo récord de 83,7 millones de turistas internacionales, cifra que supone un incremento del 1,2% superior a la registrada en 2018, que fue de 82,8 millones y supone otro récord en este indicador. **Noelia García** MADRID.



# TURISMO



**Luis Gallego**  
Presidente de Iberia



**Clemente González Soler**  
Presidente de Ifema



**Gabriel Escarrer**  
Vicepresidente ejecutivo y consejero delegado de Meliá Hotels International



**Rafael García**  
CEO de Nautalia Viajes

**L**a actividad turística en España cerró 2019 con un aumento del 1,5%, por debajo del crecimiento del PIB español (2%), lo que implica su peor registro desde 2013, cuando el sector creció un 0,9%, según el balance del año elaborado por la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur). Estos datos confirman el músculo que tiene este sector en España. Este año en Fitur, que se celebra en Ifema del 22 al 26 de enero y que en su 40 aniversario se mantiene en una posición de liderazgo del circuito de ferias de turismo del mundo, se convierte en una edición más grande, más internacional y más completa. Este año, el certamen madrileño reunirá a 918 expositores titulares, un 3,8% más que en 2019, y 11.040 empresas de 165 países y regiones, que ocuparán una superficie de 69.697 metros cuadrados netos, un 3,3% superior a la edición anterior.

Las empresas españolas se han adaptado a los nuevos cambios que estamos viviendo en el siglo XXI para seguir creciendo. La tecnología y la apuesta por un turismo sostenible, vinculados al desarrollo de los destinos turísticos inteligentes, es clave para que nuestras compañías atraigan a más visitantes. Herramientas y tecnologías como la Inteligencia Artificial, el *Big Data*, el *blockchain* o la robótica han llegado hasta este mercado

## Las compañías se han adaptado a los cambios tecnológicos para seguir creciendo

para mejorar la experiencia de los viajeros. Reyes Maroto, ministra de Industria, Turismo y Consumo, que ha hecho balance del sector turístico en 2019 en los días previos al comienzo de la feria internacional de turismo Fitur 2020, ha asegurado que el año pasado se mejoraron los resultados turísticos de 2018.

Asimismo, el turismo ha mantenido su capacidad de generación de empleo, ya que ha crecido un 3,5%, con la creación de 64.851 puestos de trabajo, 1,2 puntos por encima que el resto de sectores, a pesar de una “preocupante” caída de la productividad y del aumento de los costes laborales. Actualmente, los afiliados a la Seguridad Social vinculados a actividades turísticas crecieron en diciembre un 3,2% interanual, alcanzando un total de 2.395.030 afiliados, con lo que se logra la cifra más alta en la serie histórica de un mes de diciembre, según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

El empleo en las actividades turísticas sumó en el último año 75.026 trabajadores en alta laboral, que representan el 12,4% del total de afiliados en la economía nacional. De las 75.026 altas laborales en diciembre, 44.228 corresponden a hostelería. El apartado otras actividades subió en 28.868 afiliados y las agencias de viajes tuvieron un incremento de 1.930 trabajadores.

Los beneficios del aumento del turismo internacional en un país se derivan del mayor ingreso de divisas, del aumento de la recaudación tributaria y, por ende, del aumento de los ingresos del sector público y un mayor nivel de actividad económica debido a los efectos del multiplicador del gasto turístico.

El sector turístico requiere que el sector privado tenga un pensamiento estratégico basado en la creación de ventajas competitivas de un sector que aún puede crecer mucho.

La actividad turística incide directamente en el dinamismo de otros sectores, como la construcción, el transporte y las telecomunicaciones, así como en la cantidad de todo tipo de bienes y servicios que demanden los turistas durante su viaje. Es por ello que ferias como la de Fitur son tan importantes para España y, en particular, para la Comunidad de Madrid. Así, la Asociación de Empresarios de Ocio Nocturno de la Comunidad de

## Fitur tendrá un impacto económico de entre 12 millones y 15 millones de euros en el sector

Madrid Noche Madrid prevé que la Feria Internacional de Turismo (Fitur), que se celebra desde hoy al próximo domingo, tenga un impacto económico de entre 12 millones y 15 millones de euros en el sector del ocio y gastronomía de la ciudad.

Según el Estudio sobre las Preferencias de Consumo de Ocio en Fitur, el 85% de los expositores extranjeros sale por las noches y entre sus preferencias está el ir de copas, con una valoración positiva de 8,7 sobre 10; cenar en restaurantes o salir de tapas, con una puntuación de 8,6; y también a bailar y divertirse en discotecas, con una valoración de 8,2 puntos.

Hoy el turismo ofrece infinidad de opciones, dependiendo de los gustos y personalidades y nos formamos una idea del gran valor y la felicidad que los viajes pueden agregar a nuestras vidas. La mejor inversión es la destinada al turismo. Siempre se atesorará el aprendizaje que obtuviste en el camino.



**Pablo del Pozo**  
CEO de Nuba



**Raúl Muro Martínez**  
Director general de Ostelea



**Óscar López**  
Presidente-consejero delegado de Paradores



**Javier Sánchez-Prieto**  
Consejero delegado de Vueling

# Cómo se construyen los **destinos inteligentes**

La tecnología se convierte en la mejor aliada para añadir valor a los viajes, mejorar la gestión de compañías del sector, ahorrar costes y aumentar la satisfacción del cliente. **Carlos Bueno** MADRID.

**L**a experiencia del viaje ha cambiado de forma radical en los últimos años. El tradicional billete de tren o la tarjeta de embarque del avión la llevamos en el móvil en un código QR. También desde el *smartphone* contratamos los *transfers* o los *free-tours*, comparamos precios de cuál es el mejor alojamiento, contratamos otros servicios, incluso se convierte en la llave de la habitación del hotel... La transformación digital es ineludible en un sector puntero en España, que representa en torno al 14,6% del PIB.

Desde la patronal tecnológica se aboga por un modelo de turismo inteligente, sostenible, sostenido e inclusivo a través de la digitalización. Según el director general de Ametic, Francisco Hortigüela, la tecnología brinda una oportunidad única para un sector tan importante y con tanto peso en la economía española. "Ametic está jugando un papel fundamental en la cooperación entre dos industrias sinérgicas, como son turismo y tecnología". Así lo expresó en la última edición de Digital Tourist, donde el sector puso en común y ratificó la importancia de que ambos sectores trabajen juntos mediante alianzas.

Un buen ejemplo de ello lo encontramos en Meliá y en su alianza con Amazon Web Services (AWS), la compañía de Amazon especializada en servicios de *cloud computing*, inteligencia artificial, *machine learning* y ciberseguridad. Cristian Palomino, director de IT global de la cadena hotelera, con 400 establecimientos repartidos por todo el mundo, nos reconoce que esas soluciones tuvieron un impacto en los últimos resultados económicos de 2 millones de euros. "Competimos todos por el mismo cliente y por ofrecerle experiencias de valor. Y esto hace que tengamos que revolucionar la manera de hacer las cosas, no como las hemos hecho siempre. Eso también exige aprender de las nuevas empresas del sector, que son muy ágiles", explica Palomino.

La gestión de más de 100.000 habitaciones les llevó en 2014 a dar los primeros pasos en transformación digital. Por un lado, decidieron trasladar a la *nube* de AWS toda la carga de trabajo de su central de reservas para 100.000 habitaciones. Por otro, también iniciaron proyectos con el fin de mejorar la inte-



**Meliá ha ahorrado 2 millones de euros con su plan de digitalización de la mano de AWS**

racción con el cliente y su satisfacción. “En la crisis económica nos quedamos atrás en inversiones tecnológicas. Vimos en frente a compañías nativas digitales con capacidades analíticas impresionantes y que lo estaban haciendo muy bien. Además, grandes competidores del sector ya estaban en ello, por lo que no podíamos quedarnos atrás”, afirma Palomino. El director global de IT de Meliá reconoce también que “el verdadero beneficio de la nube no está en el precio por consumo o cómputo, sino cuando se aprovecha la capacidad de elasticidad del *cloud* para alinear los costes de tecnología a las cargas de trabajo. Y cuando además se transforman los procesos. No estamos subiendo máquinas al *cloud*, sino servicios (cargas de trabajo, datos, algoritmos con los que vas a hacer *machine learning*...). Eso da mucha agilidad y también ahorra costes. Lo diferencial es la velocidad que se le puede dar a todo una vez que estamos en la *nube*”, añade.

En esa carrera por la digitalización, está cobrando protagonismo el concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI). Entre las posibles definiciones que encontramos de

DTI, destacamos que se trata de “un espacio turístico innovador, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes”. El proyecto de DTI para España ya ha sido reconocido por la Organización Mundial del Turismo (OMT). De hecho, ha incluido los pilares de nuestro modelo en la Declaración de Nur-Sultán, para el desarrollo de Ciudades y Destinos Inteligentes, en la Cumbre Mundial del Turismo Urbano celebrada el pasado octubre en Kazajistán. En aquel foro, Madrid, que tiene pendiente un plan de promoción turística, puso el acento en sus esfuerzos para conseguir la “accesibilidad universal”.

Ejemplos de esa digitalización en el turismo español encontramos cada vez más. Varios de ellos se expusieron en el III Encuentro de gestores de la Ted DTI, celebrado recientemente en Palencia. Allí se pudo ver el resultado obtenido por la Diputación de Pontevedra con el proyecto *Tourist Inside* para digitalizar su red de oficinas de turismo Info Rías Baixas. También uno de los clásicos destinos turísticos españo-

les, Palma de Mallorca, mostró el proyecto Palma DTI Sostenible, que busca mejorar el tráfico de la ciudad a través de una serie de paradas de autobús sostenibles y con la aplicación Welcome Palma, dirigida al turismo de cruceros. Por su parte, el Ayuntamiento de Finestrat dirige sus trabajos a garantizar la seguridad de los visitantes en la iniciativa *Montaña Inteligente Puig Campana*, que utiliza soluciones de Internet de las Cosas, geolocalización e inteligencia artificial para prevenir situaciones de riesgo.

Son muchas las compañías que trabajan para ayudar a las compañías turísticas en esa digitalización. Una de ellas es T-Systems, la filial de servicios digitales de Deutsche Telekom, que ha definido una hoja de ruta para las *Smart Cities* en 2020 en España. “Con el ciudadano en el centro de la estrategia, las ciudades deben encontrar un modelo de turismo inteligente, activar planes de acción para el cumplimiento de la Agenda 2030 y para resolver los retos de movilidad urbana que están apareciendo en las grandes urbes, para convertirse en entornos sostenibles y habitables a medio y largo plazo”, explican desde la compañía. No dudan en considerar para este nuevo año el reto de convertir a cada urbe en un DTI. Para ello, consideran clave encontrar un modelo que permita a la industria del turismo continuar su crecimiento y desarrollo, y que no interfiera en la vida diaria de los ciudadanos mientras se garantizan buenas condiciones de habitabilidad y convivencia. Según explica Javier Araujo, responsable de desarrollo de negocio de *Smart Cities* de esta firma en España y Portugal, “la aplicación de la inteligencia artificial a los sistemas de gestión de la ciudad permitirá obtener análisis predictivos de la ocupación y establecer protocolos de actuación para adaptar los servicios disponibles en cada momento, según las necesidades reales, reforzando los servicios cuando sea necesario.

Miguel Flecha, de Accenture: “Aún queda mucho camino por recorrer”

**A**l sector turístico “aún le queda mucho camino por recorrer” en cuanto a transformación digital. Así nos lo reconoce Miguel Flecha, responsable europeo del área de Travel de Accenture. Destaca este experto que compañías como Meliá o Iberia han dado pasos importantes. “La aerolínea decidió poner los datos en el centro de su estrategia de crecimiento e invertir en las capacidades necesarias para ello. Los resultados de negocio reflejan que el proceso de transformación digital ha sido exitoso”.

Preguntamos a Flecha por el nivel de madurez del sector en España y nos responde que “la capacidad de inversión de las grandes empresas del sector no es la misma que la de las pequeñas y medianas”. “Se han dado pasos muy positivos, pero desde nuestro punto de vista el grado de madurez es todavía medio y quedan muchas cosas por hacer”. Sobre los campos por los que habría que empezar, señala todo lo relacionado con el cliente. “Los viajeros demandan una experiencia cada vez más conectada y exigen que la promesa antes del viaje se cumpla durante el viaje. Para ello, un punto fundamental serán los acuerdos que las compañías del sector tienen que hacer, entre ellas o con compañías de fuera del sector, para ofrecer a los clientes experiencias memorables. Otra área con mucho recorrido es la transformación de las operaciones. La inteligencia artificial y la robotización pueden traer mejoras operativas significativas que finalmente impacten a la mejora de la experiencia del cliente”. ¿Se están perdiendo muchas oportunidades? “No creo que se estén perdiendo, simplemente la transformación lleva un paso determinado y las compañías del sector se ven incapaces de abordar todos los frentes al mismo tiempo. Hay una oportunidad de acelerar mucho más la transformación digital y capacidades como el *cloud* o la inteligencia artificial son claves para acelerar esta transformación y capturar todo el valor”, nos responde Miguel Flecha. En cuanto a recomendaciones para las empresas, este experto de Accenture apunta que “es muy importante entender cómo una transformación de este estilo impacta en el modelo operativo de la organización, en los procesos y en las personas”.



# Ifema crece en Valdebebas para sumar otros 40 años de éxitos

Con propuestas emblemáticas como Fitur o ARCO, la institución catapulta a Madrid como sede de eventos global y rentable. Las obras de Valdebebas elevarán un 40% su capacidad en 2021. **G. Urdiales** MADRID.

**P**ocos imaginaban hace 40 años que en 2018 la actividad de Ifema iba a representar la segunda industria de Madrid, solo por detrás de la generada por el Aeropuerto de Madrid-Barajas Adolfo Suárez. Ifema celebra estos días su cuarta década con cifras elocuentes: en 2018, aportó más de 4.300 millones de euros a las finanzas de Madrid y generó cerca de 26.200 empleos; estuvo detrás del 3,2% del PIB de la ciudad y del 2,1% del PIB de la Comunidad de Madrid. Desde 1979 ha celebrado 2.100 ferias, que han acogido a 760.000 empresas y 100 millones de visitantes.

Y es que la historia de Ifema puede considerarse un “milagro”, en palabras del periodista y cronista de la Villa Pedro Montoliú. En un evento celebrado el pasado 15 de enero en Ifema, con motivo de su 40 aniversario, Montoliú recordaba la improbable génesis de la institución ferial, dado el inexistente papel de Madrid en este sentido durante el franquismo.

Hasta el momento de la creación de Ifema, cuatro ciudades españolas llevaban la voz cantante desde que en 1943 el Gobierno decretara que en España solo habría dos ferias internacionales, que se celebrarían en Barcelona y Valencia; una feria nacional, a cargo de Zaragoza, y una feria regional que transcurriría en Bilbao. La capital no iba a tener espacio en este planteamiento, hasta que en 1964 se traslada al Paseo de la Castellana el pabellón de Luxemburgo construido para la Exposición Internacional de Bruselas de 1958.

En 1978 se sientan las primeras bases de lo que hoy es Ifema, sobre todo como consecuencia del acceso de Adrián Piera a la presidencia de la Cámara Oficial de Comercio de Madrid. Piera fue el principal impulsor de la institución, como reconocieron en el evento del 15 de octubre los exalcaldes capitolinos José María Álvarez del Manzano y Ana Botella, además del propio Montoliú.

El 1 de diciembre de 1978, siendo José Luis Álvarez regidor, se firma lo que entonces se denominó la *Declaración de intenciones* que pone en marcha el proceso. El 6 de febrero de 1979 se constituye oficialmente la Institución Ferial de Madrid, con la rúbrica del acuerdo por parte del entonces alcalde de Madrid, Luis María Huete; el presidente de la Diputación Provincial de Madrid, Enrique Castellanos; el presidente de la Caja de Ahorros de Madrid, Felipe Ruiz de Velasco, y el mencionado Adrián Piera.

Ifema comienza a operar en 1980 en los pabellones de la Casa de Campo y el Palacio de Exposiciones de la Castellana. En 1985 se constituye la sociedad Recintos FERIALES de

Madrid (Refemasa), que iguala las participaciones del Ayuntamiento, la Comunidad y la Cámara de Comercio en el 31% y deja en el 7% la de Caja Madrid –hoy Fundación Montemadrid–. Se decide ampliar el espacio con la construcción de un recinto en Campo de las Naciones. Los edificios serían inaugurados en 1991 por el Rey Juan Carlos I, tras una inversión de 4.795 millones de pesetas –que ajustados por inflación supondrían hoy unos 73 millones de euros–.

Los resultados de estos cuarenta años de trayectoria permiten afirmar, con Pedro Montoliú, que Ifema quizá sea “el mayor éxito empresarial” de España. De las 18 ferias que organizó en 1981 se ha pasado a un total de 720 eventos en 2018, a falta de conocer los datos del ejercicio anterior, que incluye la exitosa celebración en tiempo récord de la COP25. Consolidado como un espacio mul-

**Aporta el 3,2% del PIB de la ciudad de Madrid y genera en torno a 26.200 empleos**

tidisciplinar, Ifema logró en 2018 su récord de facturación, dato que Clemente González Soler, su presidente desde 2016, ya ha dicho que será rebasado en 2019.

Los últimos guarismos reflejan el buen estado de salud de la institución: 3,6 millones de visitantes –un 14% de aumento–; 33.200 empresas expositoras; crecimientos del 25% de los ingresos y del 40% de la ocupación laboral; un alza del 17% en la cifra de negocio –138,5 millones de euros en 2018– y un beneficio neto de 10,8 millones –el doble que en 2017–. Los buenos resultados son fruto del esfuerzo de un equipo de unas 400 personas “alineadas en objetivos y valores”, en palabras del presidente de Ifema, así como de la buena labor del director general, Eduardo López-Puertas.

En consecuencia, España se ha convertido en una potencia mundial en el turismo MICE –reuniones, incentivos, congresos y exposiciones–. Según la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA, por sus siglas en inglés), nuestro país ocupa el tercer puesto en la clasificación global, con 595 eventos en 2018 –último año del que hay cifras–, solo por detrás de Estados Unidos y Alemania. España accede al segundo puesto si se considera la afluencia de participantes –más de 296.000 en el año–.



Varias imágenes de la construcción de los edificios de Campo de las Naciones, y una foto actual, en la página siguiente. Más abajo, Joaquín Leguina, entonces presidente de la Comunidad de Madrid, habla en presencia, entre otros, José María Álvarez del Manzano, Juan Barranco y Adrián Piera. EE





En cuanto a las ciudades más prolíficas, Madrid subió al tercer puesto global en 2018 –volvió al podio por primera vez desde 2015–, con 165 eventos de este tipo. Por delante, Viena, con 172, y, a mayor distancia, París, que celebró 212. Sin embargo, Barcelona cayó de la primera posición del *ranking* a la cuarta.

#### El ejemplo de Fitur

La Feria Internacional de Turismo (Fitur), que da comienzo hoy, es uno de los emblemas de Ifema. Nacida en 1981 como plataforma del turismo español en el mundo, su evolución ha corrido pareja a la del sector, compartiendo sus éxitos. Así, en 2019 volvió a superar sus récords, con la presencia de 886 empresas titulares –un 8,3% más que en 2018–, y 10.487 empresas de 165 países y regiones, a lo largo de 67.495 metros cuadrados, que ha

**Madrid es hoy la tercera ciudad del mundo que más congresos organiza tras Viena y París**

supuesto un crecimiento del 2,5%, y la ocupación de nueve pabellones de Feria de Madrid. Un movimiento de personas –más de 253.000–, que generó un impacto económico de aproximadamente de 325 millones de euros.

#### Proyecto de ampliación

Otra medida del éxito es la decisión, anunciada el pasado septiembre, de invertir 180 millones de euros de fondos propios en un proyecto de expansión de las instalaciones de Ifema en Valdebebas, en el norte de Madrid. Según González Soler, las obras, iniciadas en octubre, “aseguran el cumplimiento del ambicioso plan de crecimiento que la institución se ha marcado, y que prevé superar los 200 millones de ingresos anuales en 2022”.

El proyecto implica aumentar un 40% la superficie actual de Ifema. El proyecto comporta, entre otras instalaciones, la construcción de tres nuevos pabellones, dos de 10.800 metros cuadrados y un tercero de 21.735 metros cuadrados; un centro de convenciones de 9.452 metros cuadrados, el área polivalente del Edificio Avenida y un área de restauración de 2.440 metros cuadrados.

Una vez finalizado, se espera que sume 1.200 millones de euros adicionales a los 4.300 millones que aporta hoy la economía madrileña.



# Un buen momento para las cadenas hoteleras

La oferta hotelera, dominada por las cadenas en España, está evolucionando positivamente hacia productos de mejor calidad con un componente de alta diferenciación. En nuestro país, contamos con algunas de las cadenas que son referentes a nivel internacional en hotelería vacacional y que poseen una imagen de marca muy consolidada. **Luis Marchal.** MADRID.

**E**l 64% de los 82,7 millones de turistas internacionales que vinieron a España, es decir, 52,7 millones, optó por alojarse en un hotel durante su estancia en 2018, según el informe *The Hotel Property Handbook 4.0*, elaborado por Deloitte. El alojamiento en hoteles en nuestro país registró unos 105,3 millones de visitantes (nacionales e internacionales) en 2018, un 1,7% más que en 2017.

Nuestras cadenas hoteleras se caracterizan por sus excelentes capacidades de gestión operativa. Víctor Fernández, CEO de Room Mate Group, confirma que son “especialmente conocidas en la industria a nivel mundial como empresas que gestionan y operan muy eficientemente los hoteles”. Están consideradas “entre las mejores del mundo en lo que es la gestión de los costes”.

Los hoteles en propiedad y contratos de arrendamiento se erigen como los modelos operativos preferidos en la industria hotelera de España, que representan el 85% del total de habitaciones operadas por cadenas. Ignacio Allende y Marc Molas, ambos directores de *Financial Advisory* de Deloitte, explican que la mayoría de las cadenas de gran tamaño “todavía cuentan con una clara vocación patrimonialista, a pesar de que sus modelos de crecimiento se han diversificado durante los últimos años, añadiendo contratos de gestión y de arrendamiento a su porfolio”.

Nuestro parque hotelero está formado por 17.152 hoteles y por unas 880.000 habitaciones. El informe de Deloitte apunta que los modelos operativos de hoteles en España están avanzando hacia estructuras comerciales sólidas, que se convierten en parte de grupos más grandes, empresas y plataformas. “Los operadores hoteleros independientes han reducido su participación de mercado desde un 49% en el 2000 al 27% en 2018”, dice. El dominio de los grupos crece lenta, pero continuamente, y ya representa el 73% de las habitaciones totales.

Meliá, con 96 hoteles y 26.226 habitaciones en España, lidera el *ranking* de las cadenas hoteleras. Gabriel Escarrer Jaume, vicepresidente ejecutivo y consejero delegado de Meliá Hotels International, asevera que nuestro país tiene algunas de las principales cadenas hoteleras a nivel internacional, sobre todo en el segmento del turismo vacacional. Si bien lamenta que, en los últimos cinco años, el número de visitantes se incrementó en cerca de un 40%, mientras que las plazas hoteleras apenas progresaron un 2%, “lo que nos indica que el crecimiento des-

mesurado de la demanda se habría absorbido por una oferta no regulada, fundamentalmente canalizada a través de las plataformas *online* de alquiler vacacional tipo Airbnb”.

Analiza que “las cadenas españolas son excelentes y tienen una dimensión muy adecuada, pero no pueden acoger a esos más de 80 millones de turistas, ni tampoco sería deseable seguir creciendo en términos cuantitativos, pues más que crecer en número de turistas, debemos mejorar su calidad y el gasto que realizan y, para ello, el sector hotelero ha venido realizando un profundo proceso de modernización y reforma”.

Precisamente, Fernández manifiesta que, en España, hemos sido un ejemplo en los últimos años de “reposicionamiento, transformación y reforma de muchos establecimientos según los nuevos gustos, demandas y necesidades de los viajeros”. No obstante, “el factor que más incide en la reputación es el servicio y no solo la calidad de las instalaciones”. Escarrer Jaume opina que hay un gran recorrido para el crecimiento de las cadenas, “ya que la consolidación permite potenciar la calidad, las marcas, homogeneizar y certificar la oferta, reduciendo también la dependencia de los grandes *tour-operadores*; facilitando cierto equilibrio entre las marcas y la *tour-operación*”.

Describe que, en los últimos años, aprovechando la inestabilidad en el Mediterráneo oriental y el norte de África, nuestra industria ha realizado un gran esfuerzo inversor, que ha conllevado un salto en calidad, “que debe posibilitar a las cadenas mejorar la segmentación de los clientes, atrayendo segmentos de una mayor exigencia y poder adquisitivo, y apostando por la innovación y la transformación digital”.

Estos dos retos claves, la innovación y la mejora de la calidad, vienen marcando una evolución “dual” del sector: por una parte, las cadenas (y los destinos) que no han invertido en reformas y en innovación, que han visto estancarse sus ingresos y sus perspectivas de crecimiento, y, por otra, las empresas, como Meliá, y destinos que sí han invertido en transformar sus sistemas, en la venta *online*, la eficiencia de los procesos, y la calidad de sus

“Las cadenas españolas tienen una dimensión muy adecuada”, según Escarrer Jaume



# TURISMO

productos y sus servicios. Otro reto del sector es evolucionar a modelos de gestión más sostenibles, a la adopción de sistemas ecoeficientes y respetuosos con el medioambiente. Iniciativas como Room Mate ECOLution van en esa dirección. Incluye medidas que reducen el consumo diario de agua en sus hoteles en un 89%; que fomentan el reciclaje de los jabones de mano, que posteriormente se donan a niños en África; que destinan los beneficios de la venta de agua mineral para construir tanques de agua potable en Mozambique y que apuestan por uniformes para los empleados con materiales 100% reciclados.

El vicepresidente ejecutivo y consejero delegado de Meliá Hotels International recalca que, hoy en día, aún es fácil encontrar un hotel de lujo en Madrid o Barcelona por 120 euros, “algo impensable en ciudades como Londres o París”. Avisa de que “la competitividad de nuestro modelo turístico no puede venir por ser los más baratos, sino por diferenciarnos y ser mejores”. Defiende que la hotelería es un negocio muy complejo y, como tal, para ser rentable debe ser muy bien gestionado, excelentemente comercializado y brindar un alto nivel de valor añadido. “Cuanto más

## El sector en España

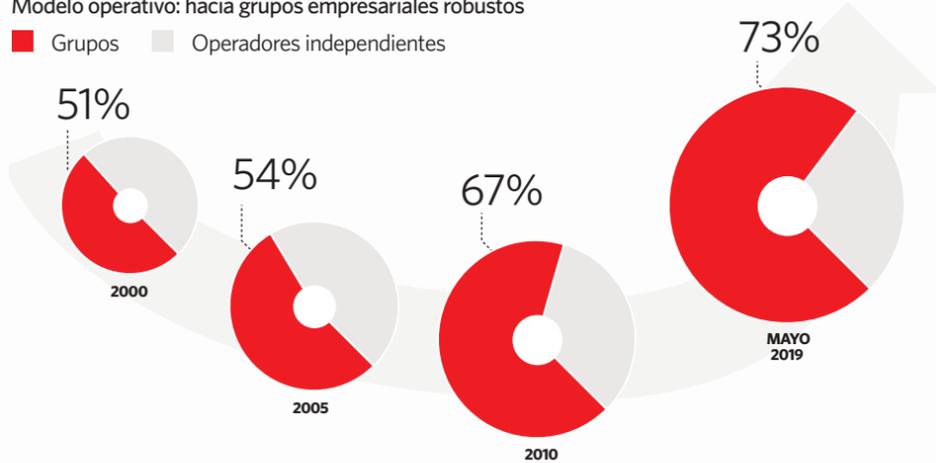
TOP 5 de las cadenas hoteleras en España

17.152 hoteles con 880.000 habitaciones en total en España (2018)

GRUPOS	Nº HOTELES	NÚMERO DE HABITACIONES	
MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	Meliá	96	26.226
Barceló	Barceló	64	16.553
EUROSTARS HOTELS	Eurostars	125	13.260
Marriott	Marriott	89	13.189
NH HOTEL GROUP	NH	103	12.417

Modelo operativo: hacia grupos empresariales robustos

■ Grupos ■ Operadores independientes



Fuente: Deloitte.

elEconomista

vo respecto a su tamaño es que “el sector cuenta con cuatro cadenas españolas con más de 30.000 habitaciones”.

Velázquez insiste en que “hay que apostar por el turismo de calidad y por ofrecer calidad al turista que nos visita”. A su juicio, es mejor menos visitantes en muchas ocasiones y que, al ofrecerles servicios de calidad, éstos efectúen más gasto.

El director general de Izán Hoteles piensa que, actualmente, “las cadenas hoteleras españolas están viviendo posiblemente el mejor momento de su historia”. Sostiene que esto es debido al gran dinamismo del turismo en el país y porque han sabido internacionalizarse y crecer “con calidad en muchos destinos internacionales”. Las grandes compañías se han enfocado especialmente en la región del Caribe.

En su análisis sobre el futuro, Velázquez vaticina que habrá incrementos moderados, aunque continuados, del flujo de turistas. Para ello “hay que cuidar la planta hotelera mediante la inversión en renovaciones y reposicionamiento de los hoteles”. Deloitte prevé que la inversión hotelera en España alcanzará los 5.000 millones de euros en el período comprendido entre 2019 y 2026, en renovaciones (1.500 millones) y nuevos proyectos (3.500 millones). En 2018, se reformaron 185 hoteles (32.392 habitaciones) y se abrieron 73 nuevos hoteles (7.182 habitaciones). Allende y Molas indican que las perspectivas para 2020 son positivas en términos generales, “gracias a que el sector hotelero español es muy sólido y solvente”.

La digitalización lo ha cambiado todo. Las agencias online o el reservar las vacaciones, o parte de ellas, a través de una web o del teléfono móvil es una tendencia creciente. Se observa una evolución muy grande en el sector de la distribución en general, con una reducción progresiva de la tour-operación tradicional, y un crecimiento exponencial de las llamadas OTA's o agencias de viajes online. Por ejemplo, las ventas digitales (directas e intermediadas) representan hoy más del 70% del total de ventas de Meliá.

Ante el auge de plataformas de alojamiento como Airbnb y Homeaway, Velázquez señala que es importante que no haya competencia desleal y que la vivienda de alquiler turístico cumpla con una normativa básica de cara a los viajeros y turistas. Fernández avala que “los canales de distribución digitales han mejorado la transparencia, porque facilitan a los usuarios el acceso a la información y la comparación de las ofertas de las distintas cadenas”.

“La industria hotelera está muy regulada; lo que hace que se cumplan muchos estándares de seguridad, de seguridad alimentaria o laborales, entre otros”, avisa Velázquez. Reclama que se tenga un “equilibrio” entre la industria hotelera y el alquiler de las viviendas para un uso habitacional. Escarrer Jaume puntualiza que el negocio de alquiler vacacional ha convivido históricamente con la hotelería y que es necesario y legítimo, “siempre que esté regulado y se someta a las mismas reglas del juego que los hoteles, en términos de urbanismo, seguridad e higiene y fiscalidad, y que se adecúe a una planificación, al igual que los hoteles”.

En Exceltur, han calculado que, para un hotel en España, el coste medio de cumplir con todas las regulaciones representa unos 17 euros por día, “un coste que no existe en absoluto para las viviendas vacacionales”.

rentable es, en segmentos de mayor calidad y valor añadido, mayor complejidad presenta. Hay que crear marca, cultura de servicio, mantener una sólida reputación, contar con grandes gestores, con un equipo humano muy numeroso y con talento y con cultura de servicio, etcétera”, razona.

A Meliá, de acuerdo con el informe de Deloitte, le siguen Barceló (con 64 hoteles y 16.553 habitaciones) y Eurostars (con 125 hoteles y 13.260 habitaciones). Marriott (con 89 hoteles y 13.189 habitaciones) y NH (con 103 hoteles y 12.417 habitaciones) completan el Top 5 de la presencia en España de cadenas hoteleras. Otras con fuerza son Iberostar, Accor, H10, Best Hotels y RIU.

### Muy profesionalizadas

En palabras de Escarrer Jaume, las cadenas hoteleras españolas son un importante agente a la hora de crear marca-país. En la misma línea, Raúl Velázquez, director general de Izán Hoteles, asegura que “están muy profesionalizadas y gozan de un nivel extraordinario de gestión y de calidad en el servicio”. Añade que “son posiblemente de las mejores del mundo”.

Hace hincapié en “la gran especialización y el desarrollo de la industria hotelera del país, así como del resto de sectores de la hostelería”. Expone que el que seamos el segundo país más visitado del mundo, solo por detrás de Francia, no es casualidad, sino “fruto de muchos años de trabajo, del desarrollo de la industria turística y de una apuesta clara por la calidad”. Allende y Molas creen que “el reflejo de su buena situación lo encontramos en que, de las diez cadenas hoteleras más grandes con presencia en España, seis de ellas son de capital 100% español y dos cotizan en bolsa”. Otro dato significati-



# Paradores, recuperar y sostener el patrimonio histórico-artístico

Alentar un desarrollo sostenible y respetuoso con el medio ambiente, promover la gastronomía regional, promocionar los destinos culturales y desarrollar un producto turístico de calidad, clave en la gestión de la empresa pública. **Noelia García**. MADRID.

**P**aradores, empresa pública de complejos hoteleros, con más de 90 años de vida, nació con la finalidad de servir como herramienta, impulso y desarrollo del turismo español. Esta red hotelera ha recorrido numerosas etapas, ya que sus alojamientos guardan tantas anécdotas históricas como reliquias. Sus 97 establecimientos (uno de ellos en régimen de franquicia en Portugal) se ubican en lugares singulares, como edificios históricos, castillos, conventos, palacios y espacios naturales excepcionales, con más de 1,3 millones de habitaciones vendidas y más de dos millones de cubiertos servidos en 2019. Estos emplazamientos, unidos a un servicio personalizado de excepcional calidad, han consolidado Paradores como la marca española con mejor reputación (*Brand Finance*, 2019) y como un referente internacional de la Marca España.

En la primera mitad de 2020 se sumará a la Red el Parador de Costa da Morte, en Muxía (A Coruña) y próximamente lo hará también el Parador de Veruela, en Vera del Moncayo (Zaragoza). Además, en 2020 reabrirán, tras su completa rehabilitación, el Hostal San Marcos (León) y el Parador de Aiguablava (Girona).

En los últimos años han profesionalizado la gestión, ganando en eficiencia operativa y de gobernanza con una renovación en todos los ámbitos de la empresa: comercial, organizativo, operacional y gastronómico. De hecho, una de sus señas de identidad es que en todos sus restaurantes apuestan por una gastronomía representativa del lugar donde se ubican, tener una carta ajustada al lugar en cuestión, siempre fiel a los productos y la cultura gastronómica de la zona. La premisa indiscutible que sigue en sus cocinas es comprar productos locales de kilómetro cero, para incentivar así el comercio local y conseguir que cada cliente conozca en profundidad la materia prima del territorio.

Además, Paradores tiene un compromiso con la España interior, porque sus establecimientos son una de las mejores herramientas para combatir la despoblación, creando empleo, fijando la población, convirtiéndose en un motor económico y de atracción turística.

## Cuidado ambiental

Más del 30 por ciento de los Paradores se encuentra hoy en monumentos o conjuntos históricos declarados Bienes de Interés Cultural (BIC). La electricidad que consumen todos los paradores es procedente de energía renovable. Una muestra más de su compromiso con el cuidado del medioambiente, fomento del ahorro energético y del consumo responsable.

**Suma un total de 97 establecimientos con más de 1,3 millones de habitaciones vendidas en 2019**

Asimismo, Paradores está adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact) y trabaja para alinear su gestión corporativa con los ODS de Naciones Unidas a través de la mejora de las relaciones con los grupos de interés y el desarrollo de una serie de compromisos y buenas prácticas alineadas con la estrategia y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

En este sentido, la cadena hotelera pública también ha dado un paso al frente en contra de los plásticos de un solo uso y los ha eliminado ya en todos sus establecimientos. Todas sus habitaciones ya son 100% libres de plásticos de un solo uso. Los nuevos envases de los *amenities* están realizados con materiales biodegradables. Tan solo la retirada de estos pequeños envases evita la producción de 18 toneladas de plástico cada año, lo que ahorra también 18 toneladas de petróleo. De esta manera, no solo disminuye la contaminación que genera su producción y las emisiones de gases de efecto invernadero. Paradores desarrolla múltiples acciones de protección de la naturaleza y la biodiversidad, en colaboración con medio centenar de ONG conservacionistas, como con la Fundación Oceanogràfic en la campaña "Por un mar sin plásticos" para concienciar a clientes y empleados del gravísimo problema de la contaminación del mar por el plástico y animarlos a recogerlo de las zonas de vacaciones a las que acuden.

Por otro lado, desde el verano pasado, la empresa pública anima a todos sus clientes a llevarse la comida sobrante a casa en envases compostables, para luchar contra el desperdicio alimentario en su centenar de restaurantes. Ha sido la primera cadena de restauración de ámbito nacional en tomar una medida de estas características. Esta iniciativa se encuentra en línea con las medidas promovidas por la Comisión Europea dentro del Plan de Acción para la Economía Circular.

Los 4.000 empleados de Paradores están comprometidos con la Agenda 2030 y, por ello, no paran de realizar acciones efectivas para transformar la vida de la gente y que ayuden a mejorar nuestro planeta. Por ejemplo, un grupo de voluntarios custodió este verano, durante 14 días, los huevos de tortuga boba en el nido instalado cerca de la playa del Parador de El Saler, de donde nacieron 50 ejemplares de esta especie amenazada.

Arriba, voluntarios en la playa del Parador El Saler. Abajo, el Parador de Muxía en la Costa da Morte, envases de la campaña 'Desperdicio cero' en restaurantes y los nuevos 'amenities' en Paradores (sin plásticos). EE



# TURISMO

## APERTURAS 2020



### LEÓN. HOSTAL DE SAN MARCOS

**R**ebre su edificio histórico con 52 habitaciones. Su construcción, se inició en el siglo XVI con el objetivo de albergar la sede principal de la Orden Militar de Santiago en el oeste de la Península. En su fachada labrada, en el claustro, en la iglesia y en la magnífica sillería del coro trabajaron algunos de los arquitectos y escultores más prestigiosos del país y de la vecina Francia. Como curiosidad, Francisco de Quevedo estuvo preso en San Marcos entre 1639 y 1643, detenido por orden del conde-duque de Olivares. Es la primera rehabilitación integral del establecimiento desde su apertura en 1965. Paralelamente, se ha restaurado también la fachada principal. El edificio histórico pasa de 26 a 52 habitaciones. El proyecto incluye la creación de un espacio que albergará algunas de las piezas artísticas más importantes del establecimiento. Las reformas de esta fase afectarán también a la recepción, cocinas, restaurante, y a los salones de la primera planta y los del sótano. En esta rehabilitación se recuperarán espacios exteriores, con un patio, hasta ahora cubierto por forjados que sustentaban, entre otras instalaciones, las cocinas del parador.

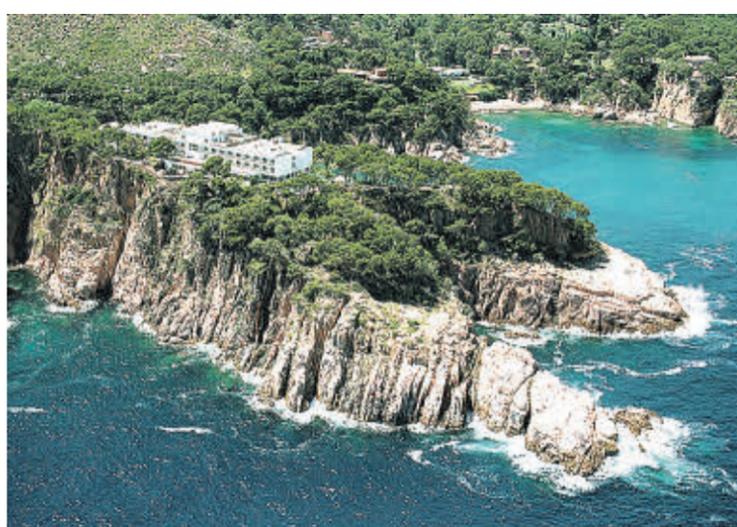


### MUXÍA

**E**dficio de nueva planta con casi 15.000 metros cuadrados y completamente integrado en el paisaje. Contará con 63 habitaciones -cinco de ellas suites-, spa, salones, zonas comunes, piscina infinity pool y dos ascensores panorámicos diseñados para salvar la pendiente del terreno que se mueven en sentido diagonal. Aquí se dan cita la leyenda de la Costa da Morte, la historia del



De arriba abajo, Parador Hostal San Marcos (León); Parador de Veruela (Zaragoza); y Parador de Aiguablava (Girona). EE



XIII, una sobria estancia con grandes columnas de piedra que en su día era la sala de los monjes y que ahora será cafetería. El tránsito entre el monasterio medieval y el llamado nuevo (siglo XVII) lo constituye una amplia estancia cubierta con una cúpula donde están representados los monjes benedictinos y cistercienses, y que corona una singular escalera por la que se llega a las salas superiores. Los dormitorios se disponen en las antiguas celdas, que ya en XIX sirvieron de alojamiento para viajeros. Uno de los visitantes más ilustres fue Gustavo Adolfo Bécquer. El dormitorio cisterciense, o Salón de Reyes, se destinará a un comedor para banquetes, que tendrá capacidad para albergar hasta 600 personas. La biblioteca del siglo XVI, con un bello artesanado de madera que se construyó a imagen de otro del Palacio Arzobispal de Zaragoza, será sala de lectura. El futuro parador ocupa unos 10.000 metros cuadrados. Fue declarado monumento nacional en 1928 y es Bien de Interés Cultural.

### AIGUABLAVA

**E**n el Parador de Aiguablava (Begur, Girona) se está llevando a cabo una reforma integral de este edificio que se alza sobre un acantilado de la Costa Brava. Las obras de rehabilitación mantendrán la estructura y fachadas existentes, así como de instalaciones en las zonas ajardinadas de la parcela. El Parador de Aiguablava consta de seis plantas destinadas a uso hotelero y dispone de 78 habitaciones, cuyo diseño se ha renovado completamente. Entre otros servicios contará con gimnasio, spa y piscina de temporada. Gracias a su ubicación, se puede llegar al aeropuerto de Girona en 45 minutos en coche.

Camino de Santiago, toda la esencia de Galicia y el prestigio de la marca Paradores. Es un edificio con arquitectura del siglo XXI y espectaculares vistas al mar.

### VERUELA

**E**l Parador Monasterio de Veruela se ubicará dentro del conjunto arquitectónico del Monasterio de Santa

María de Veruela (Zaragoza), ocupando el edificio llamado Monasterio nuevo. Obra para convertir las antiguas estancias de los monjes en un establecimiento hotelero de calidad. Las celdas se han reconvertido en 87 habitaciones dobles, cuatro de ellas tipo suite. La entrada, donde se ubicará la recepción, es la cámara abacial. De ahí se accederá al 'scriptorium', del siglo



# Aragón, naturaleza y tradición que enamora al mercado asiático

La comunidad aragonesa cuenta con parajes tan especiales como el monasterio de San Juan de la Peña, el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido o el pueblo medieval de Albarracín. En 2018, un total de 76.924 turistas procedentes de China visitaron sus atractivos, situándose por primera vez en la segunda posición del 'ranking' de viajeros internacionales. Es por eso que su Dirección General de Turismo sigue poniendo el foco en los visitantes procedentes de Asia. **V. Barahona** MADRID.

**L**a famosísima jota de *La Dolores*, compuesta por el músico salmantino Tomás Bretón para la ópera del mismo nombre (estrenada en el año 1895), define a Aragón como "la más famosa de España y sus regiones". Aunque (tal y como revelan datos recientes del Instituto Nacional de Estadística) en los diez primeros meses de este año, Cataluña, Baleares y Andalucía han sido las comunidades de nuestro país con más afluencia de turistas internacionales (más de 17,3 millones, casi 13,4 millones y más de 10,9 millones, respectivamente), lo cierto es que el Gobierno de Aragón se esfuerza para lograr que la afirmación de Bretón se pueda convertir en realidad.

Así, por ejemplo, el pasado mes de diciembre se daba a conocer que Luna y Marco Jiang, dos importantes *influencers* de viajes chinos (que suman alrededor de tres millones de seguidores en Weibo, la red social más importante de Asia) habían sido invitados por la Oficina Española de Turismo en Beijing y la Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón a conocer algunos de los lugares más emblemáticos de las provincias de Zaragoza, Huesca y Teruel; una oportunidad para atraer nuevos turistas a una comunidad que fue visitada en 2018 por unos 77.000 viajeros chinos, lo que supone un 20% del turismo internacional recibido. En palabras de la directora general de Turismo de Aragón, Elena Allué, "hay un tipo de turistas chinos que viajan solos por Europa, con una capacidad económica fuerte, que eligen sus destinos a través de blogs o redes sociales".

Esta iniciativa estuvo precedida por la visita de una decena de touroperadores chinos o la presencia de la Comunidad en la feria *China International Travel Mart*, el evento de viajes más importante, no solo de China, sino de toda Asia; mercado "por el que estamos apostando fuertemente", afirma Allué en un comunicado. Así lo ejemplifica también la campaña audiovisual ideada por la Dirección General de Turismo aragonesa para el mercado japonés, en la que los futbolistas Shinji Okazaki y Shinji Kagawa, de los clubes SDHuesca y Real Zaragoza, respectivamente, ejercen de embajadores.

## Los destinos estrella

Entre los destinos visitados por Luna y Marco Jiang el año pasado, se encuentra el monasterio de San Juan de la Peña, visita imprescindible de la comunidad aragonesa. Ubicada al suroeste de Jaca (Huesca) esta edificación, declarada Bien de Interés Cultural, puede hacer las delicias tanto de los amantes de la historia como de la cultura y la natu-

## Aragón. Procedencia de viajeros internacionales 2018

Datos globales de viajeros extranjeros: 2.900.055



Fuente: Gobierno de Aragón.

elEconomista

raleza. El monasterio de San Juan de la Peña se abraza al Pirineo Aragonés y él y la enorme roca que le da nombre parecen ser un solo ente. Desde su construcción en el siglo X y hasta el siglo XII, fue panteón real, así como parada habitual del Camino de Santiago y lugar de leyendas. Y es que, durante la Edad Media, se llegó a relacionar con el Santo Grial. Muy cerca, además, se levanta imponente otro monasterio, conocido como Monasterio Nuevo, de estilo barroco.

También en la provincia de Huesca, a unos 60 kilómetros aproximadamente del anterior destino, se encuentra el Castillo de Loarre, considerado la fortaleza románica mejor conservada de Europa. Levantado en un espelón rocoso a 1.071 metros de altitud, este castillo -con su imponente muralla y sus 11 torreones- no solamente logra dejar boquiabiertos a sus visitantes -el pasado 2019, alrededor de 110.000 personas-, sino que también a aque-

Alrededor de 110.000 personas visitaron el año pasado el Castillo de Loarre, en

Teruel alberga algunas de las joyas más destacadas del arte mudéjar en España

llos cineastas que lo han elegido como escenario de sus películas. Es el caso de *El reino de los cielos* (2005), dirigida por Ridley Scott.

También sin salir de Huesca, cabe destacar que, para los amantes de la naturaleza, el Pirineo oscense alberga el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, declarado Patrimonio Mundial por la Unesco.

La provincia de Teruel, por su parte, ofrece, entre otros muchos atractivos, el impresionante Castillo de Peraceña (siglo XIII), el encantador pueblo medieval de Albarracín -definido por el escritor y periodista Azorín como uno de los más bellos de nuestro país- y la propia ciudad de Teruel. La capital de la provincia turolense puede presumir de albergar algunas de las joyas más destacadas del arte mudéjar en España, así como de haber sido escenario del amor entre Isabel de Segura y Diego de Marcilla, cuya historia bella y trágica aún se recuerda en el Mausoleo de los Amantes de Teruel y con la recreación, cada mes de febrero, de Las Bodas de Isabel, una fiesta popular que permite al visitante trasladarse al Teruel del siglo XIII.

Además, para los más pequeños de la casa, Teruel ofrece el parque paleontológico más grande de Europa, Dinópolis, en el que disfrutar del mundo de los dinosaurios.

## Zaragoza, crisol de culturas

Zaragoza fue hogar de romanos, musulmanes, judíos y cristianos. Todos dejaron huella en la capital aragonesa y, ahora, los turistas pueden adentrarse en un crisol de culturas, donde la variedad de monumentos es infinita. Entre otros, el palacio de la Aljafería, la catedral del Salvador (más conocida como La Seo) y, cómo no, la basílica del Pilar, el mayor templo barroco de España y símbolo indiscutible de la ciudad.

## Casi 4 millones de turistas

La naturaleza, la historia, la cultura y las tradiciones ("que suelen atraer mucho al turista asiático", explica la directora general de Turismo, Elena Allué) se dan la mano en Aragón. Es por eso que la Comunidad puede hacer las delicias de cualquiera. El número de turistas no para de crecer desde 2012, situándose en 2018 en 3.716.071 personas, lo que supone un crecimiento del 1,22% con respecto al año anterior. Las pernoctaciones en 2018 también se incrementaron; concretamente en un 1,57%. Los turistas nacionales mayoritarios son los residentes en Cataluña (609.624), Aragón (536.873) y Madrid (518.763). En cuanto a los extranjeros, los procedentes de Francia son los mayoritarios y los turistas chinos se sitúan por primera vez en la segunda posición.

**IBERIA**  
Cada día es el primer día

# Reinventamos el mañana

Renovamos nuestra flota con  
aviones más sostenibles.





# Turismo de salud: 1.000 millones de impacto económico

España es el sexto país, a nivel europeo, y el octavo, a nivel mundial, en este sector. Hasta 140.000 visitantes se sometieron a tratamientos de salud o a intervenciones en nuestro territorio en 2019. Su impacto en la economía es muy notable: se prevé que este año se alcancen los 1.000 millones de euros. **elEconomista** MADRID.

**L**a salud es uno de los servicios más demandados por los ciudadanos de todo el mundo. En torno a este ámbito ha surgido todo un fenómeno turístico conocido como turismo de salud, sanitario o médico, y que la Organización de Cooperación al Desarrollo (OCDE) en su estudio *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review*, define como la práctica de viajar a un destino diferente al lugar de residencia para obtener tratamiento médico.

En el caso español, nuestro país se sitúa en el sexto puesto en el *ranking* europeo y en el octavo a nivel mundial en número de turistas relacionados con la salud. De hecho, según datos proporcionados por el Instituto para Desarrollo e Integración de la Sanidad (IDIS), se estima que el año pasado un total de 140.000 visitantes se sometieron a tratamientos de salud o a intervenciones médicas en centros privados de nuestro territorio. En cuanto a

las estimaciones económicas, según un informe de Spaincares, el Clúster Español de Turismo de Salud en España, esta modalidad de turismo supuso en 2017 una facturación de 500 millones de euros y se prevé que este año 2020 se alcance la cifra de 200.000 turistas atendidos, logrando un aporte a la economía española en torno a 1.000 millones de euros.

A nivel nacional, los destinos más punteros son Madrid, Cataluña, las islas Baleares y Canarias, así como la Costa del Sol. Según el informe *Turismo de salud en España*, elaborado por la Escuela de Organización Industrial (EOI), “el potencial para el turismo internacional de Barcelona, junto con una de las ofertas más completas y avanzadas en la sanidad pública de toda España, hace de esta ciudad y su zona de influencia uno de los polos más atractivos para el turismo sanitario”. Por su parte, Madrid es otro de los destinos preferidos por el turista internacional con aproximadamente el 20% de la oferta sanitaria privada de España, como recoge el mencionado informe.

## Un fenómeno a nivel mundial

Sin embargo, no solo España vive una época de auge en lo relativo al turismo de salud. Otros países también están experimentando altas tasas de crecimiento. De hecho, según el informe de *Turismo de Salud y Bienestar* elaborado por Ostelea, Canadá lidera el *ranking* mundial, seguido por Reino Unido e

**Los destinos preferidos son Madrid, Cataluña, Baleares, Canarias, y la Costa del Sol**

Israel. Si nos ceñimos solo a Europa, los países a la cabeza son el anteriormente mencionado Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. Por su parte, América Latina también se ha posicionado como una región líder por su portfolio diversificado y por su oferta caracterizada por bajos precios. Concretamente, México, Brasil y Colombia son los tres países más reconocidos por los turistas extranjeros como destino de salud.

Con respecto al perfil del turista de salud, según el estudio *Tendencias, perfiles y motivaciones del turismo de salud y de bienestar*, de Ostelea, los factores determinantes en la elección de un destino de turismo médico son la calidad de los profesionales, los servicios e instalaciones, los costes asociados, así como el entorno cultural.

En lo relativo a las especialidades médicas por las que más se interesan destaca, en primer lugar, la cirugía plástica y la reproducción asistida, seguidas por áreas como traumatología, oftalmología, implantología, dermatología, cardiología y oncología.

No obstante, además de esta rama dentro del turismo de salud, es decir, aquella especializada en medicina curativa, también encontramos otra modalidad relacionada con el bienestar y la estética. De hecho, según el informe *Turismo de salud en España*, de EOI, el también conocido como *wellness* persigue el objetivo de mantener o mejorar el equilibrio físico y psíquico del turista que lo practica. Se trata de un ámbito plenamente consolidado con nichos turísticos asentados como Europa o Estados Unidos y otros que están emergiendo como Asia, Latinoamérica, Oriente Medio y el norte de África.

El estudio *Tendencias, perfiles y motivaciones del turismo de salud y de bienestar*, de Ostelea, señala como destinos europeos punteros países como Hungría, Suiza, España, Finlandia e Italia, entre otros. En la región asiática sobresale Tailandia, Indonesia e India, mientras que en Latinoamérica viven su momento de auge países como México, Brasil, Costa Rica, Colombia, Argentina y República Dominicana.

Dentro de esta modalidad del *wellnes* se encuentran servicios tan diversos como programas *detox*, tratamientos de spa y masajes, meditación o yoga, programas de pérdida de peso o de ayuda para conciliar el sueño, así como tratamientos para gestionar el estrés.



ÁFRICA · AMÉRICA · ASIA · EUROPA · OCEANÍA

# MISIÓN LA TIERRA

Después de hablar tanto y tanto de viajes, ya **ES HORA DE ELEGIR DESTINO**. En Nautalia nos hemos propuesto una **MISIÓN: LLENAR EL MUNDO DE VIAJEROS**.

FINANCIACIÓN HASTA EN **10 MESES\***

DESCUENTO DE HASTA **13%\*\***

Las **VUELAS DAN MUCHA VIDA**

200 oficinas  
**900 811 006**  
nautaliaviajes.com



**NAUTALIA**  
Viajes

Consultar condiciones de aplicación y mayoristas participantes.

\*Condiciones de financiación sujetas a estudio y aprobación por parte de Santander Consumer Finance S.A.

\*\*Descuento válido para determinadas reservas hasta el 20/03/2020. A partir de esta fecha consultar.

# Castilla y León apuesta por la oferta internacional y de congresos

La Comunidad centra presencia en la 40 edición de Fitur en la promoción internacional de la oferta turística y la potenciación del turismo MICE. El cicloturismo, el turismo industrial que ofrecen las cuencas mineras o los 'Camino de Santiago' completan una apuesta que se amplía con la inmensa diversidad patrimonial, medioambiental y enogastronómica de nueve provincias. **R. D. VALLADOLID.**

**C**astilla y León llega apostando fuerte a Fitur. No solo porque el certamen es referente en el sector –en la pasada edición contó con más de 250.000 participantes, casi el 60 % de ellos profesionales, además de 10.000 empresas de 165 países y casi 8.500 periodistas acreditados de más de 5.300 medios de comunicación–, sino porque Madrid es un mercado referente, con 1,8 millones de turistas hacia esta Comunidad en 2018, un 3,41% más que el año anterior, además de principal puerta de entrada del turismo internacional a la región, con más de 1,9 millones de viajeros internacionales en 2018, lo que supone ya más del 22 % del turismo total a Castilla y León.

La Consejería de Cultura y Turismo contará en Fitur con dos stands, uno a nivel institucional con toda la oferta turística de Castilla y León, que aglutina a las nueve provincias de la Comunidad, y un stand comercial, cuyo objetivo es facilitar los contactos comerciales y de trabajo de los empresarios de la Comunidad. En este stand comercial, a través de nueve mesas de trabajo, se prevé la participación de más de 190 empresarios de esta autonomía, con el objetivo de superar los más de 700 contactos comerciales de la pasada edición.

Enmarcado en la promoción de la oferta turística de Castilla y León a nivel internacional, la Consejería de Cultura y Turismo participará en el *workshop* internacional *Fitur B2B Match*, donde está prevista la participación de más de 110 operadores internacionales procedentes de 40 países. De igual forma, la labor de promoción y comercialización internacional se verá reforzada a través de contactos comerciales programados con Turespaña y su red de Oficinas Exteriores de Turismo, con 24 citas cerradas con mercados internacionales, a los que se va a presentar la oferta turística y los principales eventos de la Comunidad para los próximos años.

## Cicloturismo

Dentro del impulso de la internacionalización del destino, se destacará en Fitur la participación en proyectos europeos, como el *Eurovelo 1* de promoción del cicloturismo, en el que participa Castilla y León junto a otras cuatro comunidades autónomas y a través de la cooperación de seis países europeos. Este proyecto cuenta actualmente con 514 kilómetros de ruta señalizada en Castilla y León, dentro de la apuesta por el cicloturismo como instrumento dinamizador del medio rural y generador de impacto económico en el mismo. De igual forma, se trabaja a nivel internacional en una destacada colaboración



Ávila y Salamanca, dos ejemplos de la vasta riqueza patrimonial de Castilla y León, una gran baza para atraer el turismo de negocios. **EE**



## El 'stand' en Fitur de esta Comunidad Autónoma contará con la réplica de un tren minero

con Portugal, buscando diferentes elementos integradores entre ambos territorios, como son el río Duero, la Ruta Vía de la Plata, los yacimientos Patrimonio Mundial o las rutas históricas, entre otros. En este sentido, en el stand de Castilla y León se promocionará el proyecto europeo *Napoctep*, que se está impulsando junto a Portugal, el desarrollo del producto transfronterizo de la Ruta Magallanes-Elcano y el stand acogerá la reunión de la Red de Cooperación de las Ciudades de la Vía de la Plata, en la que también participa Portugal.

Entre las principales novedades destaca la participación por primera vez en la sección *Fitur MICE*, destinada a turismo de reuniones y de negocios, donde se cuenta con una importante agenda de contactos comerciales con compradores internacionales.

El stand institucional de Castilla y León será el marco promocional de la oferta turística global y especializada de la Comunidad, a través de diferentes espacios temáticos. Las nueve provincias de Castilla y León y el Consejo Comarcal de El Bierzo contarán con espacios promocionales individualizados, con el objetivo de acercar la oferta a visitantes y profesionales del sector.

Además, las instituciones provinciales contarán con una agenda de presentaciones públicas, tanto en el escenario como en el auditorio del stand, donde promocionarán su oferta y novedades. Asimismo, el stand institucional cuenta con un área de trabajo destinado

a los once colectivos y asociaciones regionales del sector, que aglutinan la oferta de albergues, campings, turismo rural, agencias de viaje, balnearios, guías turísticos, hostelería, organizadores de congresos y centros de iniciativas turísticas.

Por último, dentro de los espacios profesionales, el stand institucional contará con un espacio destinado al turismo accesible, en el que participarán cuatro asociaciones que trabajan en Castilla y León por la accesibilidad turística, como son Once, Predif, la Federación de Personas Sordas y la Asociación Plena Inclusión.

## Mirando al Jacobeo 2021

La oferta turística de Castilla y León dispondrá de varios espacios temáticos, como son el dedicado a los citados programas *Eurovelo 1* y *Napoctep*; un espacio destinado a la promoción enogastronómica, a través de la marca turística *Rutas del Vino de Castilla y León* y de la promoción de Aranda de Duero como *Ciudad Europea del Vino 2020*; un espacio vinculado a la promoción de Castilla y León como destino de rodajes de cine y series de televisión; el turismo industrial y de las cuencas mineras, con la presencia de una réplica de un tren minero en el stand; el turismo de naturaleza, así como de la oferta turística de los *Camino de Santiago por Castilla y León*, de cara a la promoción del próximo año *Jacobeo 2021*, y la promoción de la Semana Santa, que contará con un espacio expositivo durante el fin de semana, con la presencia de las imágenes ganadoras del II Concurso de Fotografía de Semana Santa y una presentación de los encuentros nacionales de Semana Santa, que se van a celebrar en la Comunidad durante este año 2020.



## Uno más de la familia

**En ELPOZO sabemos que las familias se construyen a base de confianza** y en la nuestra, todo lo que hacemos es para merecer la tuya. Por eso estamos a tu lado para lo que necesites.

**En esta familia se mira al futuro con la convicción y la ilusión de quien lleva preparándose para él toda la vida.**

Contamos con las más exigentes certificaciones.



Uno más de la familia



# Turismo oscuro, la última moda que atrae a miles de curiosos

Esta modalidad de turismo, con grandes perspectivas de crecimiento dentro del sector, contempla la visita a lugares relacionados con la muerte, los accidentes o los desastres. En muchas ocasiones, contribuye a la regeneración y al posicionamiento turístico de zonas afectadas por catástrofes. **elEconomista** MADRID.

**E**l turismo es un sector en constante evolución: cambian los destinos, las tendencias más recurrentes y, por supuesto, las demandas de los viajeros, que desean vivir nuevas experiencias. Una de las modalidades más curiosas y a la vez más desconocida es el turismo oscuro, que consiste en visitar lugares relacionados con la muerte, la tragedia, los desastres o los accidentes. Como vemos, se trata de un tipo de turismo que comprende prácticas y actividades muy diversas, tal y como recoge el informe *Turismo oscuro: perfiles, nichos, motivaciones*, elaborado por la doctora Elsa Soro, profesora de investigación del Grupo de Investigación Interdisciplinar GRIT-Ostelea. De este modo, el estudio recoge destinos nicho como, por ejemplo, aquellos en los que han tenido lugar ejecuciones o muertes o los sitios relacionados con desastres y catástrofes –como Hiroshima–.

Uno de los destinos más populares dentro del turismo oscuro son aquellos en los que se han producido accidentes nucleares, como Hiroshima, Nagasaki o Chernóbil. En el caso de Hiroshima, la ciudad japonesa ha logrado reinventarse y, actualmente, es una de las ciudades más visitadas del país nipón. Muchos de sus turistas se paran a contemplar la Cúpula de la Bomba Atómica, Patrimonio de la Humanidad de la Unesco. Más de 10 millones de personas visitan esta ciudad cada año, con un alto crecimiento del turismo extranjero. Por su parte, desde que el Gobierno ucraniano autorizara en 2010 la entrada de turistas, Chernóbil está recibiendo cada año un número creciente de visitan-

**Tras la emisión de la serie 'Chernóbil', las visitas a esta zona han crecido entre un 30 y un 40%**

**Muchos cementerios esconden un gran patrimonio arquitectónico y una interesante historia**

tes, que deben, eso sí, acceder a la zona por medio de tours o visitas guiadas con agencias locales. La emisión de la miniserie *Chernóbil* en 2019 también ha supuesto un punto de inflexión en esta curiosa atracción turística, con un aumento de las visitas a la zona de entre un 30% y un 40%.

## Cementerios con gran patrimonio

Los cementerios son una visita imprescindible en muchas ciudades, ya sea por su patrimonio arquitectónico, su historia o por albergar sepulcros de personalidades destacadas. En Europa, algunos de los más relevantes son el camposanto de Père-Lachaise, el más antiguo de París; el monumental Staglieno, en Génova; el cementerio Highgate, al norte de Londres; o el cementerio Novodévichi, en Moscú. Otros lugares igualmente merecedores de una mención son el cementerio de Colón, en La Habana; el de la Recoleta, en Buenos Aires; o el cementerio nacional de Arlington, en Washington DC. En este último descansan los restos de veteranos de todas las guerras y recibe más de tres millones de visitantes cada año.

En nuestro país hay una gran cantidad de cementerios destacados, muchos de ellos se incluyen en el listado elaborado por la Asociación de Cementerios Significativos de Europa (Asce), un organismo compuesto por 140 miembros de 99 ciudades de 22 países europeos.

Del mismo modo, las prisiones también despiertan el interés de multitud de curiosos. Cárceles de todo el mundo, como, por ejemplo, la de Ushuaia en Argentina, la de Matarraña, en nuestro país, o la de Alcatraz,

en Estados Unidos, permiten a aquellos que las visitan revivir lo que sintieron sus presos. En el caso de esta última, los 29 años durante los cuales estuvo activa le han valido para ser una de las prisiones más famosas del mundo, quizás por los conocidos presos que cumplieron condena entre sus paredes: el gánster Al Capone o el ladrón Machine Gun Kelly.

Otra prisión muy conocida, ésta por los métodos empleados para extraer información a los detenidos, es la de alta seguridad S-21 en Camboya. Este centro penitenciario reconstruye su historia a través de un museo, donde se recuerda la etapa del régimen de los Jemeres Rojos.

En Europa, concretamente en Rumanía, destaca el Memorial de Sighet. Se trata de un museo que esconde en realidad los restos de una prisión y un centro de detención para disidentes del régimen comunista en la década de los años cincuenta del siglo pasado. En el año 2000 finalizaron las obras de rehabilitación del complejo, lo que dio como resultado al museo actual, que alberga múltiples salas de exposiciones donde se exponen objetos, fotografías y documentos que ayudan al visitante a entender una parte de la historia más reciente del país europeo.

Muchos de estos lugares son todo un reclamo para visitar las ciudades en las que están asentadas y son también una gran herramienta de promoción de esas zonas. Como, de hecho, recoge el informe mencionado previamente –*Turismo oscuro: perfiles, nichos, motivaciones*–, ese turismo oscuro constituye un factor de regeneración de territorios y destinos afectados por catástrofes.



**AirEuropa** SKYTEAM  
*Tú decides*

# Amplía tus límites en la Nueva Business

Nueva configuración clase Business:

- Asientos - cama totalmente abatibles
- Con acceso directo al pasillo
- Con mayor privacidad y comodidad

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





# Salidas rurales, un antídoto contra el estrés de la ciudad

Disfrutar del aire puro en un entorno natural, practicar deporte de aventura o conocer la historia y la gastronomía de un pequeño municipio son algunos de los alicientes que nos ofrece el turismo rural. Una actividad económica que, además, permite combatir la despoblación a través del establecimiento de negocios en las localidades más modestas. **Fran Leal.** MADRID.

**L**a cada vez mayor concentración de población en las ciudades es un hecho. Y también lo es que muchos de sus habitantes aprovechan cualquier hueco que encuentran para salir de ellas y descansar o disfrutar del tiempo de ocio de una manera diferente, en pequeños núcleos de población o en pleno entorno natural, lejos del ruido, la contaminación y el estrés. Es lo que se conoce como turismo rural, que, entre otras características, ofrece a los visitantes una experiencia imposible de vivir en una urbe.

Pasear en plena naturaleza, conocer la riqueza cultural e histórica de pequeños municipios, degustar su gastronomía o practicar deporte de aventura son algunas de las actividades que podemos realizar cuando hacemos este tipo de turismo. Además, en relación a los alojamientos, el sector ha vivido toda una transformación de cara a ofrecer un servicio y unos equipamientos que nada tienen que envidiar a otras alternativas, con el confort como bandera, ya sea en una casa rural, un apartamento, un balneario, un hotel o, incluso, una cabaña o un camping.

## A por el récord de pernoctaciones

El atractivo que supone el entorno natural, junto a la mayor preparación y oferta de alojamientos, está motivando que el turismo rural crezca de manera continuada. De hecho, según los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), y a falta de los datos correspondientes a diciembre, en los primeros 11 meses de 2019 se registraron en España 10.795.233 pernoctaciones en alojamientos de turismo rural, por lo que todo hace pensar que al cerrar el año se habrán superado las 11,5 millones contabilizadas en todo 2018, estableciendo un nuevo récord. Por otra parte, se aprecia cómo es un fenómeno que está funcionando por toda la península, como demuestra el ranking de las provincias con mayor número de pernoctaciones, con Girona, Barcelona, Santa Cruz de Tenerife, Cáceres y Málaga encabezando la lista.

Este tipo de turista, además, suele ser de origen nacional, como demuestran los datos del INE. En noviembre, de las 642.117 pernoctaciones, 543.131

## Pernoctaciones en alojamientos de turismo rural

Evolución de España en el último año



Las cinco provincias que más pernoctaciones registraron en noviembre

FECHA	PERNOCTACIONES	VIAJEROS	ESTANCIA MEDIA (DÍAS)
Girona	33.415	17.644	1,89
Barcelona	29.136	15.916	1,83
Santa Cruz de Tenerife	26.016	5.671	4,59
Cáceres	25.560	12.731	2,01
Málaga	22.607	7.881	2,87

Fuente: INE.

elEconomista

corresponden a personas que residen en nuestro país, por solo 98.986 de ciudadanos extranjeros.

## Un sector profesionalizado

El crecimiento del turismo rural ha motivado que proliferen asociaciones y portales en Internet, que ofrecen todo tipo de información y que llevan a cabo diferentes estudios

para mostrar la realidad del sector. Un buen ejemplo es el *Barómetro del Turista Rural en España*, que con carácter semestral elabora el portal especializado *clubrural.com*, que en su última edición referida al primer semestre de 2019 ofrece un perfil pormenorizado ya no solo del viajero, sino también del propietario rural.

Según el citado estudio, el principal consumidor de turismo rural es de mediana edad, pues más del 60% se encuentra entre los 31 y los 50 años. Además, suele viajar en familia (41,75%), antes que en pareja (35,44%) o con amigos (21,91%). Y las mujeres arrasan, pues suponen el 75% del total de este tipo de turista.

Los momentos preferidos para viajar son los fines de semana, seguido por los deseados puentes y, en tercer lugar, el periodo vacacional, que va ganando adeptos cada año. A la hora de elegir el destino, la inmensa mayoría (75,3%) señala el entorno natural como el elemento que le hace decantarse por uno u otro sitio, muy por delante de otros factores, como el interés cultural (12%) o la gastronomía (8,4%).

Por su parte, los propietarios suelen tener una edad más avanzada, como demuestra que, según el barómetro citado, más del 68% tenga entre 45 y 65 años. Además, la inmensa mayoría de estos propietarios tiene un gran arraigo a su tierra, pues un 50,9 por ciento elige iniciar su negocio en el municipio donde siempre ha vivido. De hecho, tan solo el 13,2 por ciento asegura que su decisión se basa en el atractivo turístico como oportunidad de negocio, sin contar previamente con ningún vínculo con el territorio.

Sin duda, el turismo rural tiene infinidad de atractivos para los viajeros, pero también los municipios se ven favorecidos por este tipo de actividad. A la riqueza económica que genera, hay que sumar la difusión de la historia y cultura locales que, a su vez, redundan en un mayor número de visitantes. Y lo que es más importante, la existencia de alojamientos repercute muy positivamente en la lucha abierta contra la despoblación rural, al permitir la supervivencia de aquellos que deciden apostar por negocios en estos pequeños municipios.





EL BIERZO

LEÓN

PALENCIA

BURGOS

ZAMORA

VALLADOLID

SORIA

SALAMANCA

ÁVILA

SEGOVIA

**CASTILLA Y LEÓN**  
PUNTO DE ENCUENTRO  
PARA PROFESIONALES  
DEL TURISMO  
IFEMA - MADRID

# FITUR 2020

22 al 26 de enero

Feria Internacional de Turismo

PABELLÓN 7 stand B02-B04

PABELLÓN COMERCIAL 8 stand C11



castillayleonesvida  
visitcastillayleon  
cylesvida  
cylesvida  
[www.turismocastillayleon.com](http://www.turismocastillayleon.com)





# Los 10 países más baratos para un viaje inolvidable y asequible

Hay muchos destinos donde se puede obtener mucho más por nuestros euros. Y estos países increíbles no solo ofrecen un gran valor, sino también vistas y experiencias inolvidables. El truco es saber a dónde ir y gastar el dinero sabiamente. **Noelia García** MADRID.

**V**iajar barato sí es posible, y más allá de los destinos cercanos que te permiten compañías de bajo coste como Ryanair, easyJet, Volotea o Norwegian. No es necesario ser rico para viajar a bajo precio. Lo importante para encontrar vuelos económicos es ser flexible. No buscar una fecha concreta ni un destino predeterminado. Además de no descartar hacer una o dos escalas, lo que per-

mitirá ahorrar unos euros, que después se emplearán en la estancia. Según Expedia, que publica un *White Paper anual de Tendencias de viaje*, se pagará un 20 por ciento menos por un vuelo que sale el jueves y regresa el lunes que uno que sale el viernes y regresa el domingo. Por último, facturar una maleta está sobrevalorado. Ir ligero es clave para ahorrar. Y si se encuentra un vuelo con *tarifa error* (debido a fallo del sistema o a un error humano que dura horas o minu-

**Conseguir una 'tarifa error' es la clave para disfrutar de unas vacaciones a bajo coste**

tos) se habrá conseguido una superoferta. En cuanto a los alojamientos, dependiendo del país, se podrá disfrutar de hoteles de *lujo* por precios económicos. O bien, siempre existen hospedajes como hostales, apartamentos o habitaciones compartidas, que costarán menos que un hotel. No obstante, aquellos destinos donde *cunda* más el dinero son los idóneos para disfrutar de unas vacaciones a todo tren, con un presupuesto reducido.



Portugal

**E**l "destino de tus sueños de Instagram", Portugal siempre ha sido calificado como un lugar popular para ir. El país es barato y su oferta turística crece rápidamente. El punto clave para unas vacaciones económicas en Portugal no es actuar como turista, sino vivir como un local. Viaje en transporte público, compre en los mercados locales y coma en cafeterías o supermercados. Es muy posible visitar Lisboa u Oporto con un presupuesto de 40 euros al día (17 euros alojamiento, 15 euros comida y 8 euros entretenimiento y transporte) o encontrar unas vacaciones fuera de temporada en el Algarve por menos de 300 euros (dos personas, una semana, vuelos y alojamiento). El paisaje, el clima suave y el cielo azul hacen de Portugal el destino perfecto para disfrutar de la naturaleza.



Rumanía

**L**a espectacular región de Transilvania desafía las expectativas, con sus bonitas ciudades medievales, antiguas iglesias fortificadas y la espectacular cordillera de los Cárpatos. En términos de precios, el mochilero promedio podría moverse con alrededor de 15 o 20 euros por día, lo cual es muy asequible en comparación con otros países. Una pareja de mochileros podría vivir con 40 o 50 euros por día, pero si se decide pasar una vacaciones a lo grande, con 100 euros, se podrá conseguir. Una de las ciudades más turísticas que se puede ver es Sinaia, que se encuentra situada junto a los Montes Bucegi, en el valle de Prahova. No es su entorno natural lo que más llama la atención, sino el Castillo de Peles. La mejor manera de recorrer el país es en coche, pero hay que tener en cuenta que la conducción por Rumanía puede ser complicada.



Albania

**A**lbania es un país predominantemente musulmán, pero también comunista, en los Balcanes, con una larga costa del Adriático y varios sitios del Patrimonio Mundial de la Unesco. Ya sea que esté buscando una playa, una vista alpina o un poco de arquitectura otomana, Albania no le decepcionará en ninguna de sus facetas. Comer en este país es muy barato en comparación con otros de Europa. Tanto si comes en la calle, en cualquier restaurante, o si vas al supermercado a comprar, los precios son muy bajos. Una noche en un hotel sencillo con desayuno ronda los 25-30 euros. Los transportes son muy económicos. Un trayecto en autobús a través del país cuesta, por ejemplo, y según la distancia, entre 2,4 y 12 euros. Coste promedio diario: 47 euros por persona.



Bosnia Herzegovina

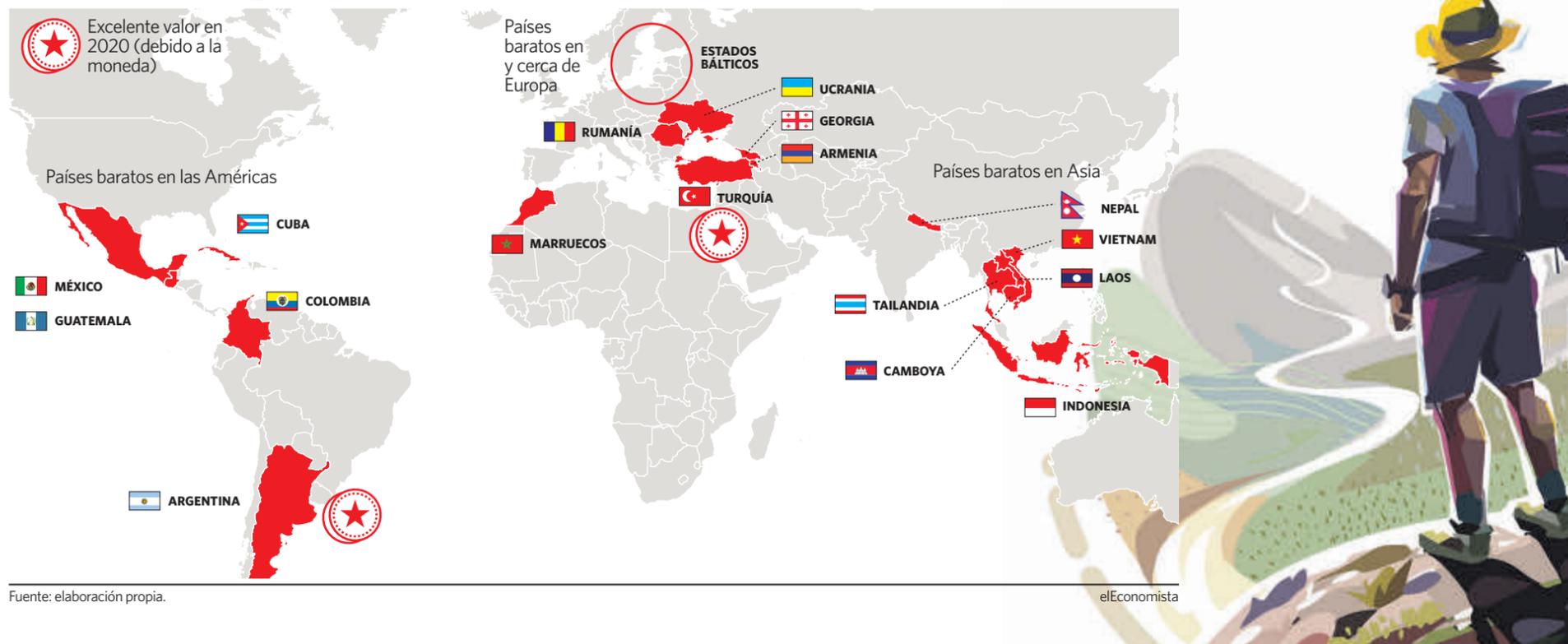
**B**osnia y Herzegovina es un paraíso para los viajeros con poco presupuesto. La comida, la bebida y el alojamiento son asequibles, incluso en las ciudades. Una comida cuesta alrededor de 4 euros y una cerveza cuesta un euro o menos en un bar restaurante. Podrás encontrar una habitación por 6 euros. Precio medio por día: 20 euros. Bosnia ofrece naturaleza, historia y folklore y no debe irse sin explorarla a fondo. Es un país confuso, pero cautivador. Pasear por las calles de Mostar significa retroceder en el tiempo, con arroyos vertiginosos, calles empedradas y naturaleza virgen que rodea sus torres medievales reencarnadas y encantadores edificios de piedra. Pequeñas localidades en torno a castillos medievales, rodeadas por macizos montañosos o cañones con cascadas. Un paraíso para los viajeros con poco presupuesto.



Vietnam

**O**frece un gran valor a pesar de una economía en auge, y muchas partes de Vietnam permanecen sin descubrir. Vietnam es un sueño hecho realidad para los viajeros que buscan aprovechar al máximo su presupuesto. Si está dispuesto a buscar ofertas y comer como un local, puede sobrevivir por menos de 20 euros por día. La provincia norteña de Ha Giang sigue siendo tan pura como es posible y Tam Coc es una alternativa increíble a la bahía de Ha Long. Phong Nha es un lugar de turismo de aventura, hogar de varias de las cuevas más grandes del mundo. A pesar del auge económico, impulsado en parte por la guerra comercial entre EEUU y China, Vietnam sigue siendo ridículamente barato. Las habitaciones de hotel ofrecen un valor increíble; por tan solo 10 euros se puede encontrar un lugar limpio y cómodo.

## Países baratos para viajar



Camboya

**C**amboya tiene mucho que ofrecer. Monumentos increíbles y sitios del patrimonio mundial (¡Angkor!), Excelente comida, habitantes gentiles, y es increíblemente asequible. Sus islas permanecen agradablemente subdesarrolladas (por ahora) y ciudades como Kratie a lo largo del río Mekong darán un verdadero sabor de Asia. No se pierda columpiarse en una hamaca en la tranquila isla de Koh Rong Sanloem, o pasear en bote por el río y practicar senderismo en las montañas de Cardamomo. Presupuesto para mochileros: 25 euros por día (fuera de Siem Reap). Presupuesto de rango medio: 45 euros por día. Un país que todavía está emergiendo entre sus vecinos asiáticos, después de un duro pasado todavía reciente, con una oferta turística que va cautivando poco a poco a más viajeros.



Turquía

**L**a joya de Turquía es Estambul. La iglesia de Santa Sofía, la mezquita de Sultanahmet, la cisterna de la basílica: estas magníficas estructuras son un testimonio de la gloria y la importancia de esta antigua ciudad. Hoy en día, los servicios son seis veces más baratos en Turquía en comparación con Europa, y no solamente para los que quieren ponerse pelo; digamos que si pagara 12 euros por una carrera en taxi en Viena, la misma distancia le costaría 1,5 euros en Estambul. Hay increíbles opciones de comida callejera como el pan de pescado Bosphorus (balik ekmek), el mundialmente famoso Döner o el İzmir Kumru, que se venden en todas partes por tan solo 2 euros. Si se compra la comida en el mercado, viajas en minibús y duermes en alojamientos baratos, las vacaciones pueden salir por menos de 30 euros al día.



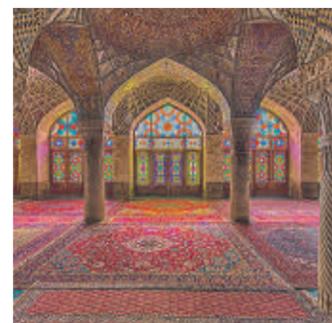
Marruecos

**V**iajar a este país de fotos increíbles e interesante es bastante asequible. Marrakech es caótica pero maravillosa, Essaouira tiene una medina desmoronada y atmosférica, Casablanca es el hogar de una de las mezquitas más bonitas del mundo, Tánger tiene las hermosas playas y Chefchaouen es sin duda una de las ciudades más bonitas del mundo. Pasar una noche acampando bajo las estrellas en el desierto del Sahara es una de las experiencias más bonitas que experimentar. Un bocadillo puede costar desde 1 euro en un puesto callejero a 5 euros en un restaurante no turístico. Las cenas más elegantes con espectáculos pueden costar unos 20 euros. Un riad agradable pero cómodo para dos personas costará alrededor de 20 euros por noche. El presupuesto medio es de 28 euros por día.



India

**E**l país más barato para viajar, pero solo si está dispuesto a regatear y buscar ofertas. Tenga en cuenta que las habitaciones baratas que funcionan en el rango de unos 3 euros serán muy básicas y es normal ducharse con cubos de agua caliente. La mejor manera de viajar a través de la India con un presupuesto es reservar las cosas por uno mismo. Un rango medio de presupuesto al día es de 20 euros para los mochileros y permitirá viajar en una de las mejores clases en la extensa red ferroviaria del país. La comida en la India también es barata, pero se debe poner atención a dónde comer y evitar los puestos callejeros. Por solo unos pocos euros, puede probar muchos platos diferentes. Pregunte a los lugareños y encontrará sitios en los que comer thali (un plato grande con una selección de varios platos con especias) por 100 rupias (1,5 euros).



Irán

**H**ogar de algunas de las mezquitas más alucinantes de la tierra, compuesto de cúpulas de bendición de ojos y madrasas asombrosas; algunas de las personas locales más acogedoras y genuinas que jamás encontrarás. Irán es barato, de verdad, y con la continua devaluación de rial, se está volviendo aún más barato. Las comidas en los restaurantes locales varían de 1 a 3,5 euros (30.000 a 120.000IR), mientras que pagará alrededor de 6 euros (200.000IR) en un restaurante de mayor calidad. El alojamiento también es económico, desde 9 euros o 16 euros de rango medio. Las ciudades están bien conectadas por autobuses, que es la forma preferida de transporte para los locales (6 euros de media). Presupuesto medio al día: entre 35 y 45 euros. Lo primero que se debe hacer es olvidar los prejuicios.

# Una extensa **red de transporte** para los viajeros

La facilidad y promoción del transporte es un factor que influye en el crecimiento del turismo. Ocho de cada diez turistas internacionales que vinieron a España en 2018 llegaron en avión. **Luis Marchal** MADRID.

**V**iajar es cada vez más una parte importante de la vida de las personas. En 1950, se registraron 25 millones de turistas internacionales. En 2018, se alcanzó la cota de los 1.400 millones. Son datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) –organismo especializado de Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos– que avalan que vivimos en una auténtica era de la movilidad.

El desarrollo del turismo y de la movilidad en general, sea por motivos de ocio o profesionales, es imparable. El abaratamiento de todos los medios de transporte, la aparición de nuevas compañías aéreas y la competencia entre las mismas han ampliado la oferta del transporte aéreo en los últimos tiempos. Los aeropuertos cada vez son más grandes y más modernos; mientras que los vuelos *low cost* ayudaron a rebajar los costes del transporte aéreo en su momento.

Precisamente, la edición 2019 del informe *Panorama del turismo internacional*, de la OMT, constata que asistimos a una fuerte demanda de viajes aéreos. Ha crecido un 6% el tráfico de pasajeros internacionales medido en pasajero-kilómetros de pago. Las tarifas, comparadas con las de 1998, son un 60% más bajas. Los precios de los combustibles permanecen estables.

En las últimas dos décadas, el número de pares de ciudades singulares conectadas por transporte aéreo se ha duplicado con creces, siendo ya más de 20.000, y a unos costes cada vez más bajos.

## El avión, aliado fundamental

El transporte en España se caracteriza por una extensa red viaria, ferroviaria y de aeropuertos y puertos. Somos el primer país en competitividad turística y una de las razones se encuentra en nuestros aeropuertos. Lo asegura Ignacio Biosca, jefe de la División de Relaciones Internacionales, Marketing Aeroportuario y Relaciones con las Compañías Aéreas de Aena, que gestiona 46 aeropuertos y dos helipuertos en España (tenemos 52). Somos el segundo país del mundo más visitado, con 82,8 millones de turistas internacionales en 2018, de los cuales más del 81% llegó en avión. Los aeropuertos de mayor volumen son Adolfo Suárez Madrid-Barajas, Josep Tarradellas Barcelona-El Prat y Palma de Mallorca.

Turismo y transporte aéreo van de la mano en nuestro país por múltiples factores. Nuestra localización, en el extremo sur del continente europeo, que es el origen principal de los turistas que nos visitan, y el hecho de que parte de nuestro territorio sea insular hacen

**Biosca: “La aviación y nuestros aeropuertos son la entrada al turismo internacional”**

que el transporte aéreo resulte una opción excelente para viajar. España es desde 2015 la potencia turística más competitiva del mundo, de acuerdo con el Foro Económico Mundial, que analiza las fortalezas de 140 naciones receptoras de turistas internacionales. Eso hace que muchos turistas nos elijan. Sin duda, en palabras de Biosca, “la calidad de nuestros aeropuertos, y la conectividad que ofrecen los mismos, es un factor que tiene un peso importante a la hora de que las compañías aéreas decidan poner rutas a nuestro país, ya que saben que hay una elevada demanda para visitarnos”.

El aéreo es indiscutiblemente un sector clave para el turismo. “La aviación y nuestros aeropuertos son la entrada al turismo internacional y potencian el turismo nacional”, insiste el jefe de la División de Relaciones Internacionales, Marketing Aeroportuario y Relaciones con las Compañías Aéreas de Aena. Según datos provisionales de Turespaña, de su nota de coyuntura de compañías aéreas de bajo coste, en el último noviembre llegaron 5,7 millones de pasajeros procedentes de aeropuertos internacionales, un 3,8% más que en el mismo mes del año anterior. Entre enero y noviembre de 2019, España recibió 88,4 millones de pasajeros internacionales, un 3,6% más que en el mismo período del año anterior. El tráfico de pasajeros internacionales de compañías aéreas de bajo coste acumuló un incremento interanual del 6,6%, mientras que las compañías tradicionales decrecieron un 0,2%.

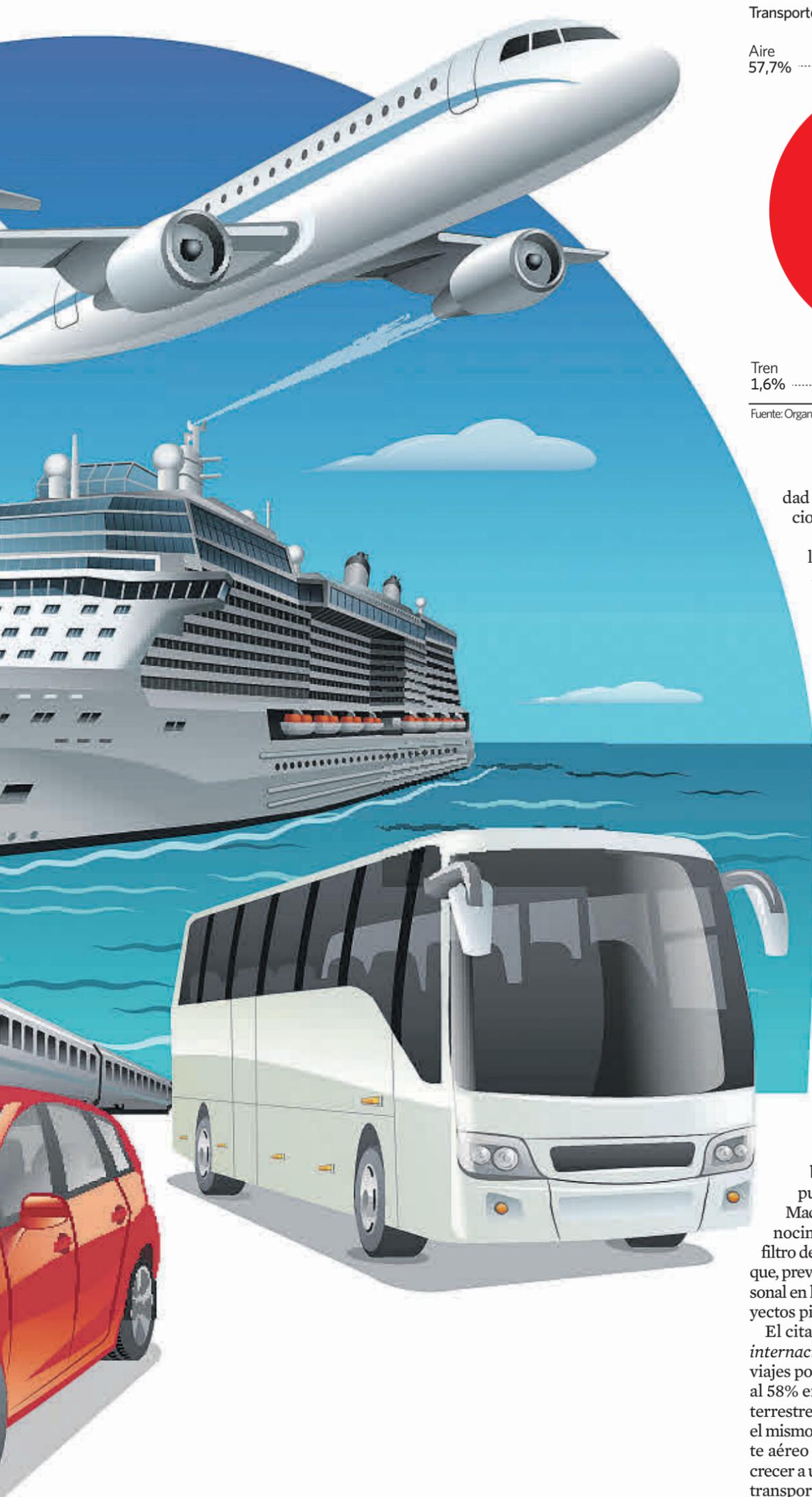
En general, el transporte aéreo es un sector estratégico en la economía mundial, por su impacto económico y su contribución social en términos de conectividad, accesibilidad, conexión y vertebración territorial. Biosca explica que su importancia en España es indiscutible por su contribución al turismo, un sector que genera actualmente más del 11% del PIB nacional. “Es por ello por lo que, hoy en día, el sector aéreo no solo constituye un medio que dinamiza y hace realidad las relaciones comerciales y sociales entre países y territorios, sino que también actúa como una importante fuente de creación de empleo y riqueza”, asevera. El transporte aéreo genera empleos directos o indirectos (aeropuertos, aerolíneas, empresas de *handling*, etcétera) a más de 530.000 personas, que

representan aproximadamente el 2,3% de la población española.

Biosca recuerda además que el nuestro es el segundo país del mundo, y el primero de Europa, en volumen de ingresos procedentes del turismo internacional, con una cifra superior a los 65.000 millones de euros. En este concepto, solo es superado por EEUU. A España le siguen Francia, Tailandia, Reino Unido, Italia, Australia, Alemania, Japón y China. Defiende que, en este sentido, “Aena es un activo fundamental en la cadena de valor del turismo, ya que su estrategia pasa por ser facilitador e impulsor de la llegada de turistas a España”. Para ello, “ha realizado inversiones muy importantes para contar con la capacidad adecuada de manera anticipada, unos costes que se encuentran entre los más competitivos de Europa y una cali-

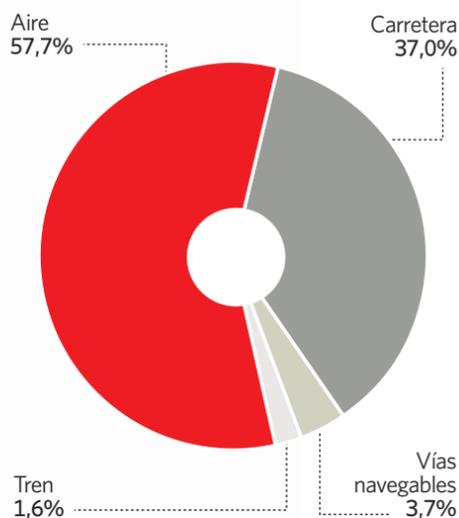


# TURISMO



## El avión manda

Transporte del turismo internacional en 2018



Fuente: Organización Mundial del Turismo. elEconomista

Todo lo contrario, se han ido aumentando el número de líneas de alta velocidad en los trenes, se han mejorado las carreteras y autopistas y se ha ampliado la oferta de los coches en alquiler.

### Otros medios de transporte

Algo muy similar ha ocurrido con los medios marítimos y el desarrollo de la industria de los cruceros, impulsada también por las continuas construcciones o ampliaciones de las terminales de cruceros de las ciudades portuarias. Los puertos españoles (hay 46 de titularidad pública) destacan por el transporte en ferry (en especial entre la Península y los territorios insulares de Baleares y Canarias, y entre la Península y el Puerto de Melilla y el Puerto de Ceuta), así como por una gran afluencia de cruceros y embarcaciones turísticas de gran tamaño.

Nuestra red ferroviaria se distingue por una gran interconexión entre los distintos modos de transporte (líneas urbanas, metropolitanas e interurbanas). En 2015, su longitud era de 15.900 kilómetros. Con más de 3.400 kilómetros, disfrutamos de la red de alta velocidad más extensa de Europa y la segunda en todo el mundo, solo por detrás de China. Desde su puesta en marcha, la alta velocidad ha contado con una inversión aproximada de 51.775 millones de euros. Renfe prevé comenzar a vender los billetes de su AVE low cost, con la marca comercial Avlo, a final de enero y ponerlo en circulación a partir del 6 de abril.

La Dirección General de Tráfico (DGT) acaba de comunicar que, durante el pasado

dad de las infraestructuras y del servicio prestado excelentes”.

Aena busca, en sus Planes de Movilidad, integrar las infraestructuras de acceso y transporte de las ciudades con las del propio aeropuerto, lo que define como intermodalidad. Disponer de un sistema de transportes bien comunicado, eficiente y sostenible, para asegurar la cohesión territorial y optimizar la conectividad de los aeropuertos con el entorno supone un compromiso para Aena. De hecho, trabaja en colaboración con otras administraciones e instituciones, como el Ministerio de Fomento, las CCAA, provincias, ayuntamientos, agentes sociales y económicos, para que las infraestructuras se integren con las de otros medios de transporte. Esto incluye el transporte público y los nuevos modelos de transporte sostenible, para los que se están destinando espacios en los aparcamientos, como son, por ejemplo, los puntos de carga para los coches eléctricos.

Dentro de los aeropuertos, con la intención de mejorar la calidad del servicio, se está poniendo el foco en que el flujo de pasajeros sea lo más ágil y cómodo posible. Ya están funcionando en los Aeropuertos de Menorca y Adolfo Suárez Madrid-Barajas proyectos piloto de reconocimiento facial para el paso previo al filtro de seguridad y en la puerta de embarque, previo registro con el teléfono móvil personal en la aplicación de Aena. Estos son proyectos pioneros en Europa.

El citado informe *Panorama del turismo internacional* concluye que la cuota de los viajes por avión ha subido del 46% en 2000 al 58% en 2018, mientras que el transporte terrestre se ha reducido del 49% al 39% en el mismo período. La tendencia del transporte aéreo a lo largo del tiempo ha sido la de crecer a un ritmo ligeramente superior al del transporte de superficie.

Esto no quiere decir que no se hayan mejorado los medios de transporte terrestres.

**Nuestra red de carreteras cuenta con más de 17.000 kilómetros de vías de gran capacidad**

año, se realizaron más de 427 millones de desplazamientos de largo recorrido en nuestro país. La Red de carreteras de España, con más de 165.000 kilómetros, cuenta con más de 17.000 kilómetros de vías de gran capacidad (autopistas de peaje, autopistas libres y auto-vías). De hecho, es la red de vías rápidas más larga de la Unión Europea y la tercera del mundo, solo por detrás de China y EEUU. Hemos comenzado el año con la liberalización de dos autopistas de peaje, la AP-7 entre Alicante y Tarragona (474 kilómetros) y la AP-4 entre Sevilla y Cádiz (94 kilómetros), quedando 1.200 kilómetros de autopistas de peaje.

Por su parte, el sector del transporte en autobús cerró 2019 con una facturación de 3.600 millones, un 4,5% más que en 2018, según el Observatorio Sectorial DBK de *Informa*. Si bien, el segmento de larga distancia se vio “afectado por la competencia del tren de alta velocidad y el avión”.

En líneas regulares de uso general, el número de viajeros transportados por autobús en 2018 fue de 695 millones. Al comenzar 2019, 3.380 empresas estaban autorizadas para el transporte público de viajeros, con unos 45.500 vehículos disponibles para ello. Todas las capitales de provincia tienen al menos una estación de autobús, al igual que la mayor parte de municipios de más de 100.000 habitantes.

# Globalia vuela hacia un futuro sostenible

Air Europa, la compañía aérea del grupo turístico, ha cerrado 2019 con 13,1 millones de viajeros y se esfuerza por erigirse como modelo de aerolínea comprometida con el medio ambiente. **elEconomista** MADRID.

**E**l tráfico aéreo mundial está viviendo su particular *época dorada*, encadenando varios meses de registros positivos: volvió a crecer en noviembre, aumentado en un 3,3%, de acuerdo con datos de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (Iata). El auge de este sector está poniendo sobre la mesa la necesidad de adoptar medidas para hacer frente al desafío medioambiental actual y asegurar, por tanto, el éxito de la aviación a largo plazo.

A nivel nacional, el papel activo de las aerolíneas está resultando esencial para contribuir a un crecimiento y desarrollo sostenible, con mención especial al compromiso de Air Europa. Con más de 30 años de servicio ininterrumpido, la empresa –integrada en el grupo Globalia– acaba de cerrar 2019 como la aerolínea que más ha crecido en tráfico de pasajeros en nuestro país, alcanzando los 13,1 millones de viajeros, un 13% más que en el ejercicio anterior. La apertura de nuevas rutas, su crecimiento en el norte de África, su consolidación en Latinoamérica y la buena ocupación de las nuevas rutas de verano han contribuido a alcanzar este logro. Del mismo modo, la aerolínea sigue fiel a sus pilares básicos que aúnan vanguardismo y modernidad tecnológica, junto a las máximas de seguridad, eficacia, eficiencia y calidad.

Asimismo, Air Europa centra también sus esfuerzos en erigirse como modelo de aerolínea respetuosa y comprometida con el medio ambiente. De hecho, ya en 2018, Atmosfair, la organización alemana medioambiental que clasifica anualmente las 200 aerolíneas más grandes del mundo en función de su eficiencia climática, situó a Air Europa como la primera aerolínea europea de red más eficiente. Gracias a las medidas implantadas y a su flota, la compañía ha dejado de emitir, en el último año, más de 160.000 toneladas de dióxido de carbono a la atmósfera. Uno de sus objetivos más ambiciosos en materia de medio ambiente –y que se contempla para el periodo 2017-2022– es la reducción del 10% del consumo de combustible en su flota de largo radio. A día de hoy, Air Europa ya ha reducido en casi un 6% el consumo de combustible por kilómetro transportado en flota de larga distancia.

## Flota con menos antigüedad

Air Europa es muy reconocida en el mercado por, entre otros aspectos, su esfuerzo por adquirir aviones más modernos, lo que redundará en un uso más eficiente del combustible. De hecho, su flota es una de las más modernas del mundo, con una media de antigüedad de menos de siete años entre ellas.

Concretamente, la aerolínea reafirma su compromiso con la sostenibilidad quedando reflejado en la incorporación de los nuevos 787 *Dreamliners*. Se trata de los más eficientes de cuantos existen en el mercado, capaces de reducir en un 20% el consumo de combustible y las emisiones, y en un 60% su impacto acústico. De momento, la compañía cuenta con 15 *Dreamliners* –ocho *Boeing 787-8* y siete *Boeing 787-9*–. En 2020, la aerolínea recibirá otros nueve *Boeing 787-9*, todos dotados con la nueva clase *business*.

El 787 *Dreamliner* es el primer avión comercial que se fabrica en un 50% con materiales compuestos, más resistentes y ligeros que el aluminio. Las ventajas para los pasajeros también son muy notables, ya que las ventanillas son un 30% más grandes que en el *Boeing 767* y permiten al pasajero controlar el nivel de luminosidad con solo apretar un botón durante las distintas fases de vuelo. En lo relativo a la comodidad, estos aviones hacen que los viajes sean un 8% más confortables debido a la presurización de la cabina: está 609,6 metros por debajo de la mayoría de los aviones, lo que puede ayudar a que los pasajeros sufran menos dolores de cabeza, mareos y cansancio. También se reducen los efectos de sequedad asociados a volar, ya que el sistema de filtración del aire del 787 *Dreamliner* filtra bacterias, virus, olores y otros afrentes contaminantes, y proporciona mayor humedad en el aire de la cabina.

## Mayor calidad y confort

Del mismo modo, cabe destacar el compromiso de Air Europa con los más altos estándares de calidad. Ello la ha llevado a apostar por la clase *business*, que ha supuesto un incremento superior al 20% de pasajeros y que mejora aún más su experiencia a bordo. La mejorada cabina de los nuevos *Boeing 787-9* ha sido diseñada con cuidados y elegantes detalles y refuerza el confort del pasajero con su nueva configuración 1-2-1, lo que garantiza el acceso directo al pasillo. La nueva clase ejecutiva dispone de 32 asientos, frente a los 30 con los que cuenta el resto de la flota *Dreamliner* de la compañía, y permitirá crecer en el largo radio y reforzar su apuesta por el sector corporativo.

A bordo de los nuevos *Boeing 787-9*, y viajando en clase *business*, el pasajero llega mucho más relajado a su destino al disfrutar de los asientos *flat bed* que se convierten en camas abatibles. Concebidos para el ocio y el trabajo, en su diseño ha primado la privacidad, adaptándose cada asiento a las necesidades, de trabajo o descanso, del cliente.

Su empeño por la excelencia, la innovación y brindar al pasajero el mejor servicio está



en el punto de mira de Air Europa, que completa la experiencia del pasajero *business* con otras ventajas previas a subir al avión. Una vez a bordo, el pasajero tiene también a su disposición los mejores y más exclusivos servicios como los menús diseñados por el chef más laureado de la gastronomía española, Martín Berasategui; conexión gratuita a Internet o el más completo y actualizado entretenimiento audiovisual.

## Nuevos destinos

En estos últimos años, Air Europa ha ido añadiendo nuevas rutas a su catálogo. En 2019 se convirtió en la primera compañía internacional en obtener una licencia para operar vuelos domésticos en Brasil. Además, el 20 de diciembre inauguró su nueva ruta a Fortaleza, su cuarto destino en ese país, y

con el que completa su presencia en el noreste brasileño, pues ya vuela a Sao Paulo, Salvador de Bahía y Recife.

De cara a este año, Air Europa se ha propuesto consolidar sus nuevas rutas e ir creciendo en frecuencias, para convertirse en la opción de vuelo más sólida. Asimismo, consciente de los retos a los que se enfrenta la aviación, asume su responsabilidad de ser agente de cambio, impulsando esta industria y mitigando el impacto en el entorno.

Además, Air Europa también tiene en marcha distintos programas de sostenibilidad, entre los que destaca su plan de reducción de los plásticos a bordo. Así, los *sets* de confort que se entregan en los vuelos transoceánicos a los pasajeros *business* no van envueltos en plástico. También, en la clase *business*, todos los cubiertos que se utilizan son metá-

En la otra página, foto de familia de la final de la competición de 'startups' de OMT y Globalia; y el hotel Be Live Collection Palace de Muro, en Palma de Mallorca. En esta página, imagen de uno de los aviones de la aerolínea Air Europa y del interior de un avión, con asientos 'flat bed', que se convierten en camas totalmente abatibles. EE



## En 2018, Globalia lanzó 'Wakalua', un 'hub' de innovación turística y sostenibilidad

licos; las copas, los vasos de cristal y las servilletas proceden de papel reciclado; los removedores son de madera y el agua se sirve en *brik*.

### Globalia y la sostenibilidad

La sostenibilidad es una prioridad absoluta para todas las empresas que componen Globalia. Prueba de ello es su asistencia a la Feria Internacional de Turismo (Fitur), donde el primer grupo turístico español acude con un *stand* reciclable. En él se dan cita las diversas marcas del grupo, como Air Europa, Be Live Hotels, Halcón Viajes y Viajes Ecuador, Geomoon, Travelplan, Tubillete.com, Touring Club, Iberrail, Marsol, Welcombeds y Welcome incoming Services además de las agencias especializadas Globalia Corporate Travel y Globalia Meetings & Events.

Tras el desmontaje, tanto la tela que lo cubre como el material corpóreo serán reutilizados. Además, en lugar de vinilo, se ha apostado por adhesivo libre de PVC en su composición.

Siguiendo por la vía de la sostenibilidad, hace dos años, Globalia dio vida a uno de sus proyectos más ambiciosos: Wakalua, el *hub* de innovación turística y sostenibilidad centrado en el emprendimiento y el desarrollo sostenible. Uno de sus proyectos más conocidos es la Competición de *startups* de Turismo, creado en colaboración con la Organización Mundial del Turismo (OMT), una iniciativa que ha celebrado recientemente su segunda edición y cuyo principal objetivo es identificar a las nuevas empresas que van a liderar la transformación del sector turístico. La gala final tuvo lugar el pasado

20 de enero en la sede en Madrid de Wakalua. Las *startups* ganadoras en todas las categorías fueron Klustera, Eccocar, Visualfy, I Like Local, HiJiffy, En-joy Agriculture, EBikes4Africa y Live Electric Tours. En sus dos primeras ediciones, Wakalua ha recibido propuestas de casi 5.000 *startups* de 150 países. Un año más, Wakalua acogerá a todas las empresas ganadoras para dar seguimiento al desarrollo de sus iniciativas en el espacio de Barrabes.biz, la consultora de innovación que, además, colabora como socio adicional.

Igualmente, la apuesta por la sostenibilidad del grupo se hace visible a través de su cadena hotelera Be Live Hotels, que ha atravesado un exhaustivo proceso de transformación y adecuación a los requisitos ambientales marcados por el grupo.

La hotelera ha obtenido este año la certificación ISO 9001 para todos sus establecimientos en España. Esta norma acredita la capacidad de la cadena para proporcionar al cliente productos o servicios que satisfagan sus requisitos. Cuenta además con un Sistema de Gestión Medio Ambiental según la norma internacional UNE-EN ISO 14001:2015, que Be Live Hotels viene ostentando y renovando año tras año desde 2014.

Además, cuenta con el sello de calidad Travelife, que se preocupa por el desarrollo económico sostenible de la comunidad local, el buen clima laboral y la acción social que llevan a cabo desde 2016 los establecimientos ubicados en España y Portugal.

Igualmente, todas las áreas del grupo abogan por la reducción de plásticos de un solo uso en sus establecimientos y por la eliminación de residuos mediante vertido controlado.

# Iberia gana peso en EEUU: aterriza en Washington DC

Más rutas y presencia en Estados Unidos, Fez, Liubliana y El Cairo se cuentan entre los nuevos destinos a los que la aerolínea española volará en la próxima temporada. **Noelia García** MADRID.

**P**ara seguir creciendo y ganando cuota de mercado sin perder rentabilidad, Iberia estrenará en 2020 una nueva ruta entre Madrid y Washington DC a partir del 1 de mayo, con vuelos directos y horarios de conexión desde el resto de su red. Durante la temporada de verano, Iberia pondrá a disposición de sus clientes más de 68.000 asientos entre ambos destinos. Esta nueva ruta forma parte del acuerdo que mantiene con American Airlines, British Airways y Finnair. Entre todas las aerolíneas, ofrecerán además a sus clientes siete nuevas rutas para este verano: London Heathrow- Portland, operada por British Airways, Budapest-Chicago O'Hare, vuelos directos desde Praga y Cracovia, y también desde Philadelphia a Reikiavik, todos ellos operados por American Airlines; y las nuevas rutas de Level desde París a Las Vegas y también a Boston.

Washington DC será el sexto destino de Iberia en Estados Unidos, junto a Nueva York, Chicago, Miami, Los Ángeles y San Francisco. Por otro lado, la aerolínea española aumentará la capacidad ofertada en sus conexiones a Los Ángeles, y en Puerto Rico Iberia creará un 55% en 2020 con vuelos diarios durante el mes de julio.

Tokio, la ciudad que acoge en 2020 los Juegos Olímpicos y Paralímpicos, será el otro destino estrella de la compañía este año. Iberia ha programado un 70% más de capacidad para este año, con vuelos diarios a partir de junio. Además, con el cambio de temporada -a finales de marzo- Iberia introducirá en sus vuelos con Tokio, los Airbus A350, los aviones más eficientes de su flota.

En América Latina, la principal novedad de la aerolínea son los vuelos directos Madrid-Guayaquil. La ruta se ha estrenado con cuatro vuelos semanales y, a lo largo de 2020, Iberia ofrecerá en torno a 90.000 asientos.

## El Cairo, Fez y Liubliana

Iberia recupera también sus vuelos directos entre Madrid y El Cairo, con un programa de dos vuelos semanales en Semana Santa y cuatro vuelos durante los meses de verano, operados con aviones Airbus A319 con capacidad para 141 pasajeros. Estos vuelos permitirán conectar a través de la T4 del aeropuerto de Madrid desde más de 100 destinos en Europa, América, Oriente Medio y Asia.

También, la compañía que dirige Luis Gallejo estrena vuelos a Fez (Marruecos) y Liubliana (Eslovenia) para el próximo verano. Durante cinco semanas, a partir del 28 de julio, se ofrecerán cuatro frecuencias a la semana a cada destino: martes, miércoles, viernes y domingos en el caso de Fez, y mar-

De arriba a abajo, avión 'A350-900'; Capitolio de Washington DC. A la derecha, embarque por móvil, reconocimiento facial en la T4 y la ciudad de Liubliana.

EE



tes, miércoles, jueves y sábados en el de Liubliana. Ambos operados por aviones A319 y A320, con capacidad para 141/180 pasajeros.

Oslo y Bergen, en Noruega, así como Génova, Bari, Verona, Bastia (Córcega), Zadar (Croacia) y Corfú también son destinos recientemente estrenados en el mapa del Grupo Iberia y que volverán a operarse este verano. La otra novedad para 2020 será Cefalonia -en Grecia- operado por Iberia Express.

## 'A350', más espacio y comodidad

Además de la operación en todos estos nuevos destinos, la aerolínea continuará con la renovación de su flota. En 2020 Iberia recibirá seis nuevos A350, llegando a operar hasta 12 aviones de este modelo, el más moderno y sostenible. El modelo cuenta con una estructura hecha en un 70% de materiales modernos como fibras de carbono y de vidrio, titanio y una aleación de aluminio y es el avión "más silencioso" del mercado. Al tener dos motores su ahorro de combustible es considerable, e incluso puede consumir un 25% menos que otras aeronaves de doble pasillo similares. Además de ser más eficiente en consumo, también es más económico en mantenimiento: los materiales compuestos utilizados para su estructura son resistentes a la

## La aerolínea recibe este año seis nuevos 'A350', el avión más moderno y sostenible

corrosión y a la fatiga. La nueva configuración de la cabina, Airspace, es la más silenciosa de todos los aviones de doble pasillo. Además, ofrece más espacio y comodidad a los clientes. Ventanas panorámicas, pasillos más anchos, más capacidad para los equipajes de mano en las tres cabinas, entretenimiento individual a la carta para cada pasajero, conectores para recargar los dispositivos personales y Wifi KU de Panasonic son algunas de sus ventajas.

## Digitalización

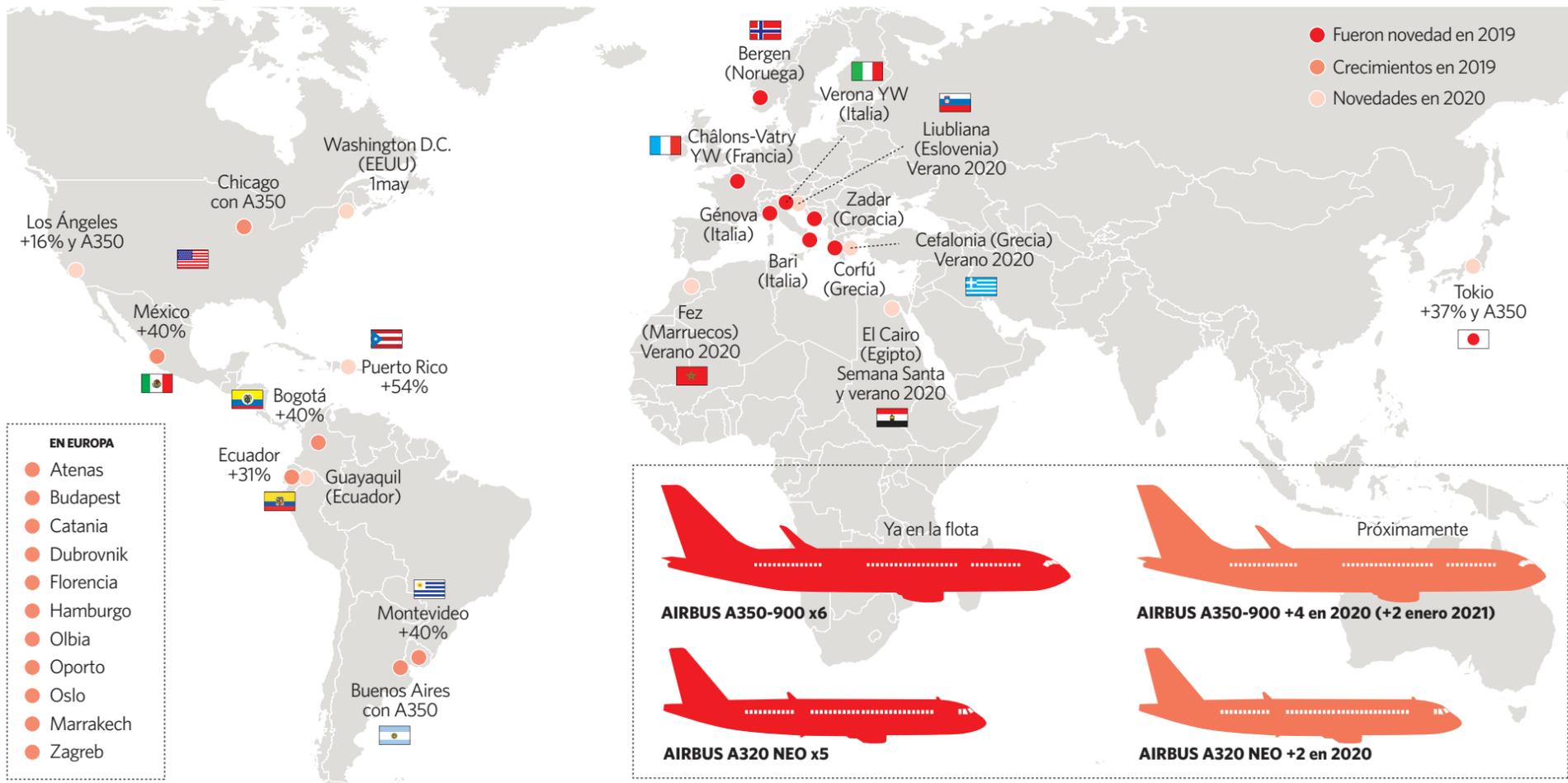
La innovación es uno de los grandes pilares de la estrategia de Iberia. El desarrollo de servicios basados en la voz y el impulso a su aplicación móvil son los ejes principales de este planteamiento. El Grupo seguirá trabajando en la digitalización de la experiencia

de viaje de sus clientes: atención a través de WhatsApp, en la que se podrán resolver sus dudas sobre el viaje, consultar el estado del vuelo y facturar a través de la cuenta de WhatsApp de Iberia; o nuevas funcionalidades en la aplicación móvil, como por ejemplo, la herramienta con la que los usuarios pueden escanear su equipaje y conocer si cumple con las medidas para poder llevarlo a bordo en cabina, entre otros.

Asimismo, el Grupo también ha hecho avances para ofrecer el embarque biométrico. Junto a Aena, Iecisa, Gunnebo y Thales, se ha presentado un proyecto piloto de reconocimiento facial en la Terminal 4 del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, que permitirá que los clientes puedan identificarse en el control de seguridad general y en el *Fast Track*, además de en la puerta de embarque con su perfil biométrico, sin necesidad de mostrar su documentación. También, su *chatbot* ofrece información a sus clientes sobre el estado de su vuelo, toda la información relacionada con equipajes, reserva de asientos, servicios especiales y, en definitiva, casi toda la información que podría encontrar en [www.iberia.com](http://www.iberia.com).

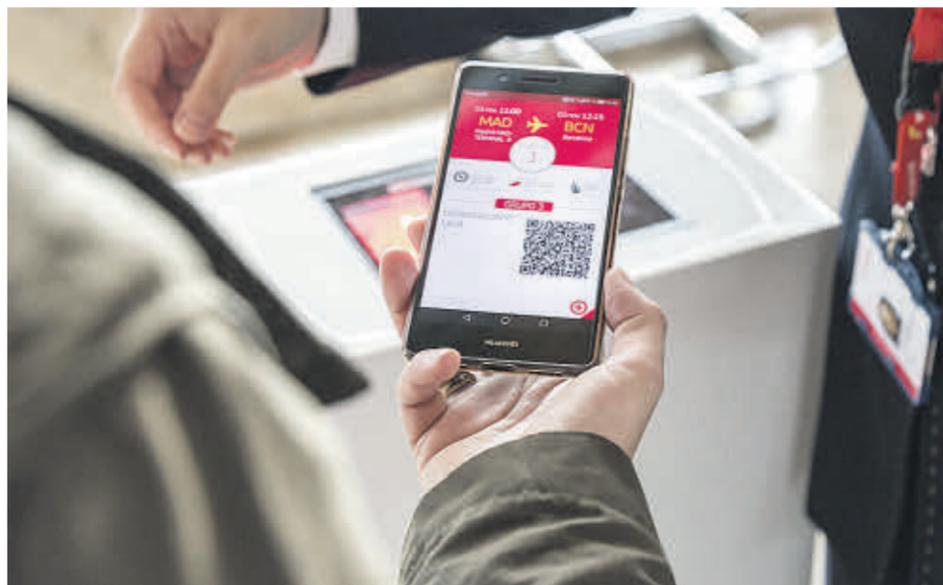
La transformación digital del Grupo incluye una nueva cultura y experiencia 100%

## La estrategia de Iberia



Fuente: elaboración propia.

elEconomista



digitales con operaciones conectadas para sus clientes y empleados, así como la búsqueda de nuevos negocios ligados a la innovación.

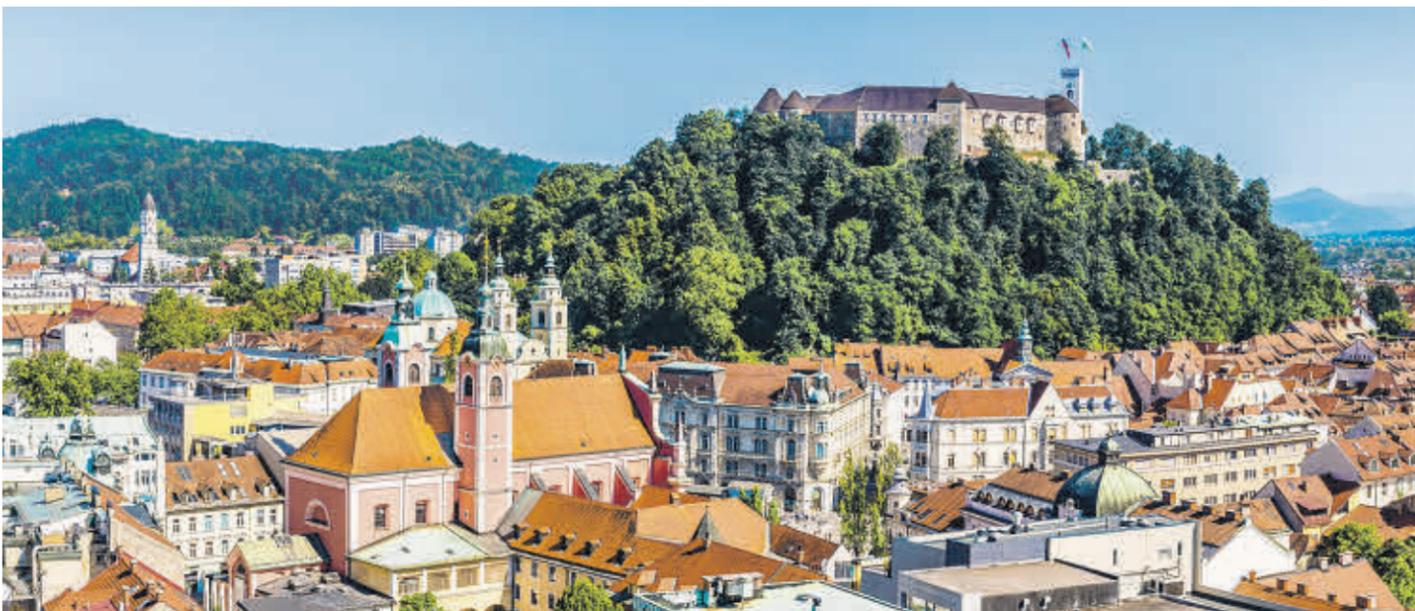
Así, en línea con el Plan de Futuro, su negocio de aeropuertos ha dado un salto hacia la excelencia con un proyecto denominado *Go-Up!*, un plan estratégico que nace con el propósito de renovar el *handling* desde dentro con la participación de los empleados y que incluye una revisión profunda de todos los procesos, herramientas y servicios que ofrecen. La digitalización es básica para que la operación diaria de Iberia Airport Services sea más flexible, ágil y competitiva. Para ello, trabajan, por ejemplo, en nuevos procesos y herramientas para la centralización, planificación, gestión y asignación de recursos en tiempo real.

Otra de las iniciativas tecnológicas que se incluyen en este proyecto es la extensión de la tecnología BRS (*Baggage Reconciliation System*) a los aeropuertos donde Iberia presta servicio.

### Vuelos más sostenibles

Pero la mayor apuesta de Iberia será por hacer su negocio más sostenible, a través de la renovación de la flota, una apropiada gestión de los residuos y la progresiva reducción de plásticos, eliminando los envoltorios de algunos artículos, utilizar removedores de bambú para las bebidas o pajitas de papel.

En tierra, también ha impulsado algunas medidas: en las salas *Premium Lounge* del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid Barajas se han cambiado los envases de plástico y latas por vidrio retornable, y sus proveedores priorizan el formato a granel sobre el individual para algunos productos. Esto ha logrado una reducción de casi un millón de latas y 200.000 envases de plástico.



# TURISMO



## Andalucía

Sol, playa  
y viajes  
de ciudad

**E**l principal atractivo de Andalucía para los turistas extranjeros sigue siendo el sol y playa, aunque se incrementan en los últimos años los viajes de ciudad y el turismo activo y de naturaleza. El clima, la herencia cultural, la riqueza paisajística, la variedad de la oferta y la buena relación calidad-precio constituyen las principales bazas del turismo en esta región. Los destinos tradicionales son las playas (la provincia de Málaga, con la Costa del Sol como máximo exponente, suma un tercio de las plazas hoteleras de la región) y las ciudades monumentales, principalmente Sevilla, Córdoba, Granada, Úbeda y Baeza. En los últimos años se está produciendo también un importante desarrollo del turismo rural y de interior, apoyado en la riqueza natural de la región y en una creciente oferta en términos de calidad y diversidad. El catálogo turístico andaluz incluye, además, una completa red de servicios de ocio. A los grandes parques temáticos como el de Isla Mágica en Sevilla se añaden, entre otros atractivos, la mayor concentración de campos de golf de España (un total de 102) y la estación de esquí más meridional de Europa, Sierra Nevada. La comunidad también cuenta con 65 instalaciones náutico-recreativas y más de 22.500 atraques deportivos. Cabe destacar que Andalucía lideró el aumento de afiliados a la Seguridad Social en el sector turístico durante el pasado año, con un incremento del 4,1%, el mayor de España y superior al incremento medio estatal, que fue del 3,2%. El sector turístico andaluz incrementó su número de afiliados a la Seguridad Social en el pasado ejercicio, con 10.051 altas, lo que la situó como la comunidad autónoma española con más trabajadores inscritos en este ámbito, con un total de 275.176 afiliados. Andalucía presentará en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) la nueva tarjeta turística cultural, la apuesta por el segmento ecuestre y el flamenco y *Andalucía, Origen y Destino*, con motivo del Quinto Centenario de la Primera Vuelta al Mundo. Según Turismo, el flamenco es la identidad cultural más genuina de Andalucía, por lo que “no se puede entender el flamenco sin Andalucía, ni Andalucía sin el flamenco”.



## Cantabria

Edén natural  
a lo largo de  
nueve comarcas

**C**antabria anuncia en Fitur “un viaje” por la esencia de su naturaleza, con un *stand* que permitirá al visitante recorrer las nueve comarcas de la región y conocer sus entornos rurales y naturales y que estará adornado con plantas autóctonas y una cascada de agua. Con ello, el Gobierno regional quiere apostar por el ecoturismo como “esencia” de la comunidad y dar a conocer al público no solo la “belleza” de la naturaleza privilegiada de la región, sino también las experiencias que se ofrecen para “sentir y vivir el territorio”. Bajo el lema *Cantabria, verde por naturaleza*, el espacio regional será una “explosión” de elementos naturales, con plantas autóctonas, una cascada de agua, una plaza pública con un jardín vertical... todo para mostrar “Cantabria en su esencia, tal y como es, porque no necesita ni adornos ni inventos”. Mostrarán no solo los enclaves naturales de Cantabria, sino toda la oferta de turismo activo, rural, deportivo y de relax que se genera gracias a la naturaleza. Siete Ayuntamientos presentarán su oferta y los eventos que organizarán durante este año. Al mismo tiempo, se promocionarán también las tradiciones, las fiestas, la gastronomía, el patrimonio cultural y las escapadas urbanas a Santander. La gastronomía tendrá un lugar destacado con la celebración de talleres y degustaciones de productos autóctonos, que irán desde la anchoa al sobao, pasando por la leche frita, la quesada, los salzones y otras conservas, además de vermú cántabro orujo, sidra y cervezas artesanas. Se pueden saborear recetas características como el cocido montañés, cocido lebaniego, los sobaos y la quesada pasiega o platos más innovadores en alguno de los seis restaurantes con estrella Michelin. Cantabria cuenta con espectaculares paisajes, porque a lo largo de la costa de Cantabria se hallan más de 60 playas de arena fina y blanca en destinos turísticos como Laredo o San Vicente de la Barquera. Y en el interior, además de varios Parques Naturales, no perderse el Parque Nacional de los Picos de Europa, perfecto para practicar deportes de aventura. La arquitectura del nuevo *stand* se ha concebido como un recorrido a través de las nueve comarcas.



## Navarra

Atractivo  
en todas las  
épocas del año

**N**avarra presenta estos días en la capital española a la Comunidad foral como un lugar que proporciona atractivos para el turismo a lo largo de todo el año. A las cuatro estaciones tradicionales (invierno, primavera, verano y otoño), Navarra quiere añadir la *quinta*, aquella que “tiene que ver con el carácter, la peculiar manera de contar, de mirar y descubrir, compartir y crear con el entorno”, ha destacado el Gobierno foral. En esta edición de Fitur, Navarra ha diseñado un espacio de 500 metros cuadrados que refleja a la Comunidad foral como destino natural y culturalmente diverso, un destino donde la experiencia enriquecedora de la interrelación con sus habitantes todavía es posible. En los pocos kilómetros que separan el norte del sur de Navarra podrás disfrutar de un Reyno de Diversidad natural y cultural, bastante sorprendente. Paisajes de grandes contrastes, tradiciones, lenguas y un legado artístico diverso y rico que se ha sabido conservar con mimo. Pamplona es verde, bonita y capital de la gran fiesta de San Fermín, y Navarra es puerta del Camino de Santiago, tierra de muy buen yantar y, además, dicen que los navarros son gente maja y que allí se vive bien. El turismo interno de Navarra es uno de los principales motores del crecimiento. Navarra se autovisita más: es el punto de origen de visitantes que más ha crecido respecto a 2018, un 15%; seguido del País Vasco, con un aumento del 10%. Euskadi (con un 15% del total de turistas) y Madrid (un 13%) siguen siendo los principales caladeros del turismo de Navarra. La mejora de los datos de afluencia ha tenido una traslación al mercado laboral en forma de un incremento de afiliaciones del 3,6% respecto a 2018, y un promedio mensual de 18.809 puestos de trabajo, entre servicios de alojamiento, comidas y bebidas, agencias de viaje y operadores turísticos. Se trata de unos puestos de trabajos mayoritariamente femeninos que suponen el 63,10% de las afiliaciones. Asimismo, Navarra sigue siendo el destino preferido en casi todos los períodos de referencia de turismo rural, según lo reflejan las cifras de ocupación registradas en *EscapadaRural.com*. Datos, sensiblemente mejores que en años anteriores.

# TURISMO



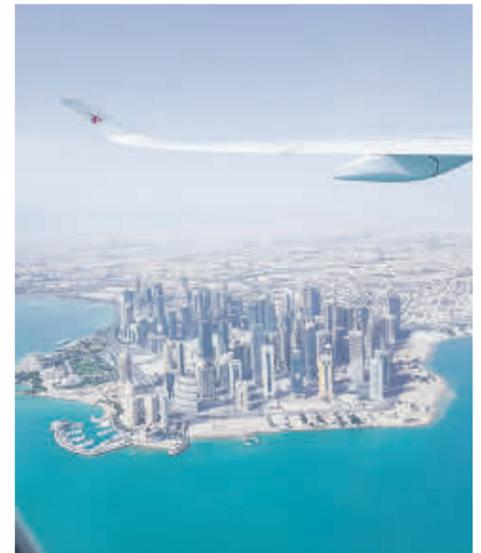
## Barceló Cierra 2019 con 180 millones de beneficio

**B**arceló Hotel Group estima que sus ventas en 2019 superarán los 3.100 millones de euros con un resultado bruto de explotación (*ebitda*) recurrente y un beneficio neto consolidado similares a los del pasado año, situándose en torno a los 350 millones de euro y 180 millones de euros, respectivamente. Para este nuevo año la hotelera seguirá incrementado su cartera hotelera con la apertura de nuevos hoteles y busca socios inversores con los que crecer en gestión después de cerrar su segundo mejor resultado histórico, tras 2017, con un aumento de ingresos del 20%. La cadena que dirige Raul González quiere caminar de la mano de los grandes propietarios hoteleros del mundo como Blackstone, Convivio y Pandox. Los buenos resultados económicos son fruto, en parte, del crecimiento experimentado por Barceló Hotel Group a lo largo de 2019, año en el que la cadena incorporó 12 nuevos hoteles y 3.700 habitaciones, elevando su oferta a un total de 251 hoteles y 57.492 habitaciones en 22 países. La expansión llevada a cabo ha permitido al grupo mallorquín consolidar su posición en el norte de África mediante la entrada de un nuevo destino, Túnez, donde la cadena ha inaugurado seis hoteles. Además, la adquisición de un hotel en Marrakech ha posibilitado complementar la presencia que ya tiene en las principales ciudades de Marruecos (Agadir, Casablanca, Fez y Tanger). Barceló ha seguido creciendo en Emiratos Arabes Unidos, ha reforzado su presencia en Europa Continental con la entrada en Hungría y ha mantenido su apuesta por dos de sus principales destinos: México y España. Además, a lo largo de 2019 se han firmado 18 nuevos proyectos en destinos ya existentes y en nuevos mercados como Sri Lanka y Maldivas, que permitirán posicionar la marca Barceló en Asia y en otros como Polonia y Eslovaquia. De momento, en China, sus proyectos siguen aún en desarrollo. Además, el cambio del modelo del grupo propietario hacia gestora hotelera le ha permitido entrar en nuevos mercados donde la compañía ha constituido acuerdos con socios locales para la gestión de nuevos hoteles.



## Norwegian Más puntualidad y menos emisiones de CO2

**L**os datos de tráfico de Norwegian para 2019 muestran que la compañía está cumpliendo con su estrategia de pasar del crecimiento a la rentabilidad. La reducción prevista de la capacidad y la optimización de la red de rutas han tenido un impacto positivo en las cifras. En 2019, la capacidad, en términos de asiento-kilómetro ofertado, creció en un 1% -un poco por encima del crecimiento cero anunciado. Más de 36 millones de pasajeros optaron por viajar con Norwegian en 2019. Además, a comienzos de este mes puso a la venta su programa de vuelos nacionales para el verano de 2020, que dará inicio el domingo 29 de marzo. La compañía operará un total de cinco rutas entre la Península y Canarias: las que unen Madrid y Málaga con Tenerife Sur y Gran Canaria, y la que une Alicante con Tenerife Norte. Hoy, ofrece un total de 104 rutas (cinco nacionales, siete a Estados Unidos y 92 a Europa) desde un total de 13 aeropuertos, de los cuales cinco son bases operativas de la compañía: Alicante, Barcelona (con dos bases, una de corto y otra de largo radio), Gran Canaria, Málaga y Tenerife Sur. La aerolínea transportó 36,2 millones de pasajeros en todo el mundo en 2019, de los que más de ocho millones correspondieron a España. Cabe destacar que en 2020, la compañía reemplazará su uniforme y, para reducir los residuos textiles, lanza un nuevo proyecto llamado *Still Travelling with Norwegian*. Los uniformes usados se convertirán en una línea de productos nuevos y sostenibles que se venderán a bordo de determinados vuelos de la compañía. Se han asociado con la empresa social con sede en Noruega llamada Sisters in Business, que crea puestos para mujeres inmigrantes mediante la producción textil local. El proyecto se lanzará con dos artículos que se han hecho a partir de los uniformes de los tripulantes de Norwegian: un elegante neceser a cuadros y otro de seda, productos únicos y hechos a mano. Los beneficios de la venta se destinarán a apoyar la labor de Unicef. Asimismo, la compañía continuó reduciendo sus emisiones de CO2 en diciembre, con 68 gramos por pasajero-kilómetro, una reducción del 11,3% en comparación con el mismo período del año anterior.



## Qatar Airways Volará a ocho nuevos destinos en 2020

**Q**atar Airways presentó en la inauguración del *Kuwait Aviation Show* dos de los aviones más nuevos de su flota, que incluyen ocho nuevos destinos en todo el mundo. Los destinos adicionales que se añadirán a la red de la aerolínea en 2020 serán Astaná y Almaty (Kazajistán), Cebú (Filipinas), Accra (Ghana), Trebisonda (Turquía), Ruanda (Angola), Lyon (Francia) y Siem Reap (Camboya). “Con estas nuevas rutas, nuestras operaciones se expandirán a 177 destinos en todo el mundo, reforzando nuestra posición como una de las aerolíneas con más conexiones a nivel mundial”, ha asegurado el consejero delegado del Grupo Qatar Airways, Akbar Al Baker. Qatar Airways cuenta actualmente con una flota de más de 250 aviones que vuelan, a través de su *hub*, del Aeropuerto Internacional de Hamad (HIA), a más de 160 destinos en todo el mundo. La aerolínea nacional del Estado de Qatar lanzó en 2019 nuevos destinos incluyendo Lisboa (Portugal), Malta, Rabat (Marruecos), Davao (Filipinas), Izmir (Turquía), Mogadiscio (Somalia) y Gaborone (Botswana). Con más de 160 destinos globales, la aerolínea ha comenzado el nuevo año con increíbles ofertas a muchos de los destinos de visita obligada en todo el mundo, para volar hasta el 10 de diciembre de 2020. Durante 2019, continuó su amplia expansión de rutas, con vuelos a Davao, Gaborone, Izmir, Langkawi, Lisboa, Malta, Mogadiscio y Rabat lanzados en 2019. Una aerolínea galardonada con múltiples premios, fue nombrada *Mejor Aerolínea del Mundo* por los World Airline Awards de 2019, administrados por la organización internacional de calificación de transporte aéreo Skytrax. También fue nombrada *Mejor aerolínea en Medio Oriente*, *Mejor clase ejecutiva del mundo* y *Mejor asiento de clase ejecutiva*, en reconocimiento a su innovadora experiencia en clase ejecutiva, Qsuite. Qatar Airways es la única aerolínea que ha recibido el codiciado título de *Aerolínea Skytrax del año*, que es reconocida como el pináculo de excelencia en la industria de las aerolíneas, cinco veces. Además, fue la primera aerolínea del Golfo en formar parte de una alianza global, *Oneworld*.



# Canarias, el paraíso que aúna playas, naturaleza y cultura

Las siete islas que componen el archipiélago canario reciben cada año a millones de turistas, sobre todo extranjeros. Y no es de extrañar, dado el atractivo que supone para todo tipo de visitante sus más de 500 playas, su imponente entorno natural o su nutrida identidad cultural. Todo ello bañado por unas condiciones climatológicas inmejorables, que hacen de Canarias un paraíso apetecible durante todo el año. **Fran Leal** MADRID.

**S**i hay un lugar en España que invita a hacer turismo de sol y playa durante todo el año es Canarias. En primer lugar, por su envidiable climatología, con unas temperaturas agradables y precipitaciones escasas que garantizan una estancia perfecta. Pero es que, además, entre las más de 500 playas que podemos encontrar en el archipiélago canario, existen opciones para todos los gustos, desde playas familiares con todo tipo de servicios, hasta otras vírgenes donde sus aguas de color turquesa están rodeadas de plena naturaleza, pasando por calas urbanas de toda índole.

Así, entre la variedad de entornos y sus formidables condiciones meteorológicas, además de disfrutar de un día de sol y un baño en sus aguas atlánticas, tendremos a nuestra disposición una nutrida oferta de ocio y deporte, como la práctica de buceo, windsurf o kitesurf, o el avistamiento de distintas especies de cetáceos en libertad.

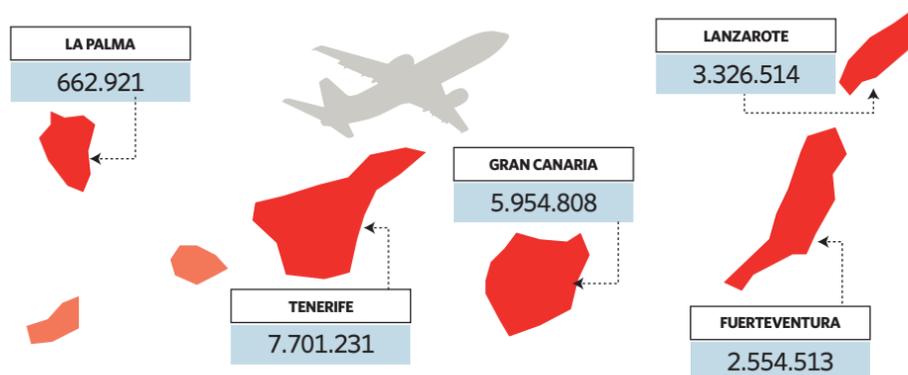
## Un entorno natural incomparable

El atractivo de las siete islas que conforman el archipiélago canario (Fuerteventura, Gran Canaria, Lanzarote, El Hierro, La Gomera, La Palma y Tenerife) no se limita ni mucho menos a sus playas, pues cuenta con otras armas de seducción para embaucar a todo tipo de visitante.

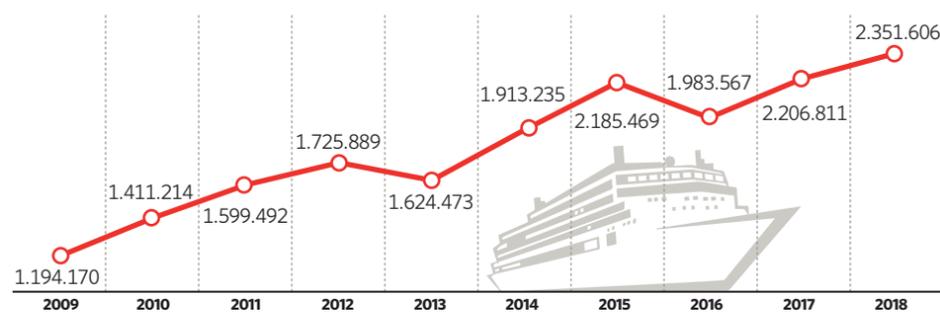
Y es que, con un 40% de espacio protegido, los amantes de la naturaleza tienen motivos de sobra para hacer una visita a las islas, para empezar por los cuatro Parques Nacionales que ostentan. El de Timanfaya, en Lanzarote, incluido en una Reserva de la Biosfera de la Unesco, permite observar unas tierras rojizas fruto de los volcanes y campos de lavas. Por su parte, el de Caldera de Taburiente, en La Palma, es el lugar perfecto si lo que buscamos es perdernos en un recorrido por frondosos bosques, cascadas y barrancos. Estos paisajes, de color verde intenso, también podemos disfrutarlos en el Parque Nacional Garajonay, en La Gomera. Y cierra este póquer de joyas naturales, el Parque Nacional del Teide (Tenerife), un lugar de ensueño, Patrimonio de la Humanidad de la Unesco, donde podremos contemplar la inmensidad de su célebre volcán de 3.718 metros de altitud.

## Canarias, un paraíso accesible por aire y por mar

Más de 20 millones de pasajeros llegaron a Canarias en vuelos directos de enero a noviembre



Volumen anual de cruceristas en la última década, con récord en 2018



Fuente: Autoridades portuarias de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife y AENA.

No obstante, la oferta relacionada con la naturaleza no se queda ahí, ya que debemos sumar la existencia de tres reservas marinas, hasta 60 piscinas naturales de agua salada y siete reservas de la biosfera.

## Cultura milenaria

Otro motivo para dejarse cautivar por Canarias es su rica identidad cultural, marcada por el mestizaje y unas influencias procedentes de distintos continentes como el africano, el europeo o el americano. De hecho, su música y arquitectura dan prueba de ello.

Además, conservan tradiciones milenarias, como por ejemplo el Silbo Gomero, declarado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad en 2009 por la Unesco. Este lenguaje, que actualmente reproduce el castellano y se imparte en las escuelas, tiene sus orígenes

en los Guaches, primeros habitantes de las islas que lo crearon con el fin de comunicarse entre barrancos y precipicios, y que ha llegado hasta nuestros días transmitiéndose de generación en generación.

Como colofón a este repaso, no podemos obviar una agenda anual repleta de celebraciones culturales y fiestas tradicionales, como las Fiestas de la Virgen de la Peña en Fuerteventura, o la Bajada de la Virgen de los Reyes, en El Hierro, que permiten sentir intensamente la vida y costumbres canarias. Eso sí, en cuanto a sus fiestas, hay una que reina por encima de todas y que supone uno de los mayores atractivos de la región: el Carnaval, que cada año congrega a miles y miles de turistas que, junto a sus habitantes, llenan de color y diversión las calles de estas tierras.

## Un oasis con múltiples conexiones

El enorme atractivo del archipiélago canario se ve corroborado por las importantes cifras que manejan en cuanto a recepción de turistas extranjeros. Según datos de Fronctur (INE), entre enero y octubre de 2019, de los más de 74 millones de extranjeros que visitaron nuestro país, 10,7 millones lo hicieron a las Islas Canarias, y solo Cataluña (17,3), Baleares (13,4) y Andalucía (10,9 millones) se sitúan por delante en el ranking. Esta enorme afluencia se ve posibilitada por las múltiples conexiones que ofrecen los diferentes aeropuertos canarios con numerosos países europeos. En conjunto, entre enero y noviembre del pasado año, según Aena, más de 20 millones de pasajeros han pasado por alguna de las terminales canarias. Y en noviembre, en concreto, fueron 1.891.390, lo que supone un 0,5% más que en octubre. Pero no solo llegan por aire, sino que los cruceros también reportan unas cifras de calado. En 2018, se registró la llegada de 2.351.606 cruceristas a los diferentes puertos del archipiélago, cerca de 145.000 más que al término de 2017, lo que supone un crecimiento del 6,6% y un nuevo récord (ver gráfico). En cuanto al año que acaba de finalizar, entre enero y octubre, ya eran 1.670.689, un 0,3% más que en el mismo periodo del año anterior.



¿QUÉ HACES SI SOLO NECESITAS  
UN PARKING 45 MINUTOS?  
— APARCAR EL COCHE Y PAGAR  
SOLO POR 45 MINUTOS

¿QUÉ HACES SI NECESITAS  
SOLO UNAS HORAS DE HOTEL?  
— PAGAR UN DÍA ENTERO

# HOLA INCOHERENCIA

RESERVA EN MÁS DE  
3000 HOTELES EN  
TODO EL MUNDO,  
AHORA POR HORAS.

Te regalamos 10€ para tu próxima reserva  
con el código ECOINCOHERENCIA  
Código válido hasta el 30/04/2020

**BYHOURS**



byhours.com



# Doce propuestas para viajar por Europa en 2020

El continente ofrece destinos tan dispares que van desde la andaluza Córdoba hasta el norte de Noruega o el Bosque Białowieża en Polonia. ¿En qué época es mejor visitar cada lugar? El clima o la celebración de eventos destacados marcan un calendario en el que el único propósito para el año nuevo es viajar más y mejor. **V. Barahona** MADRID.



## ENERO



Esculturas de hielo en Zwolle

**A** tan solo hora y media de Ámsterdam, se encuentra la ciudad de Zwolle, donde se celebra el popular Festival de Esculturas de Hielo. La última edición comenzó el pasado 14 de diciembre y finalizará el 1 de marzo de este año. Desde luego, la singularidad de este evento se revela como una excusa perfecta para viajar a los Países Bajos, un destino que nunca defrauda. El Festival de Esculturas de Hielo (IJsbeelden Festival) de Zwolle reúne a los mejores artistas internacionales que se dedican a esta disciplina. Todos ellos trabajan en una gran sala de hielo con 275.000 kilos de este material; así como la misma cantidad de nieve. Además, todas las obras realizadas en el marco de este festival –que pueden alcanzar los seis metros de altura– giran en torno al siguiente tema: Viaje a través del tiempo. Y precisamente, un *tour* en el que se dan la mano presente y pasado es lo que puede hacer cualquier turista que decida visitar la ciudad de Zwolle. Destacan el Sassenpoort, puerta histórica de la ciudad que data del siglo XIV, y St Michaëlskerk, una bonita iglesia gótica del mismo siglo.

## FEBRERO



El Carnaval de Niza

**L**os que han tenido la suerte de conocer la encantadora ciudad francesa de Niza durante la celebración de su famoso Carnaval saben que dicha festividad justifica por sí sola una estancia en la capital de la Costa Azul. Y es que, de renombre internacional, esta popular fiesta atrae cada año a cerca de un millón de visitantes de todas las nacionalidades. Este año, el Carnaval de Niza se celebra entre los días 15 y 29 de febrero y el tema escogido es Rey de la moda. Esta época no solo brinda la oportunidad de disfrutar del jolgorio y el color de la ciudad, sino que permite descubrir su clima suave y su luminoso cielo. Imprescindible pasear por sus parques y jardines (300 hectáreas en total) y adentrarse en su casco antiguo, con palacios e iglesias de arte barroco, fachadas coloristas y callejuelas singulares. Además, la ciudad de Niza cuenta con la Catedral de San Nicolás –la catedral rusa ortodoxa más grande fuera de Rusia–, el Museo Nacional Marc Chagall, que alberga la mayor colección pública de obras del emblemático pintor francés de origen bielorruso, y el Museo Matisse.

## MARZO



Valle del Jerte, cerezos en flor

**E**l valle extremeño del Jerte, declarado Bien de Interés Cultural desde 1973, regala en primavera uno de los paisajes más atractivos de nuestra geografía española. Y es que la floración de sus cerezos (más de un millón y medio) ofrece al visitante un paraje de contrastes en los que el gran manto blanco que construyen los pétalos destaca magnéticamente sobre el resto del paisaje. Como bien informan desde la Oficina de Turismo del Valle del Jerte, “la floración de los cerezos puede variar dependiendo de las condiciones meteorológicas. Lo normal es que se produzca entre el 20 de marzo al 10 de abril aproximadamente y suele durar unos diez días”. Por tanto, esta época es, sin duda, una ocasión perfecta para acercarse a descubrir los pueblos que componen el valle, donde el río Jerte ofrece acogedoras piscinas naturales y gargantas y cascadas dignas de contemplar. Desde luego, las numerosas rutas de la zona harán las delicias de los amantes del senderismo. Además, los barrancos Las Nogaleas, Los Hoyos y Los Papuos permiten a los aficionados del deporte la práctica del barranquismo.

## ABRIL



Snowbombing, Mayrhofen

**D**el 13 al 18 de abril se celebra en la ciudad de Mayrhofen (en el Estado de Tirol, Austria) el popular festival Snowbombing, que combina la pasión por los deportes de invierno (sobre todo esquí y *snowboard*) con el disfrute de la música electrónica. Este festival nació en el año 2000 en Risoul, al suroeste de Francia. Sin embargo, a partir de año 2005 Mayrhofen empezó a acoger este evento que se caracteriza también por su componente humorístico. Y es que el objetivo es fusionar la tradición austriaca con elementos de carácter surrealista. ¡Los disfraces están a la orden del día! Las pistas de esquí albergan actuaciones musicales y, entrada la noche, se celebran fiestas temáticas en espacios de lo más singulares como un claro del bosque o un iglú. Diversión en estado puro que se puede combinar también con jornadas de relajación en los diferentes *spas* que alberga la ciudad. Quién no querrá disfrutar de los paisajes nevados de Mayrhofen desde un acogedor *jacuzzi* en alguna de las azoteas de los complejos hoteleros. Genial para reponer fuerzas y seguir con el esquí y la fiesta.

## MAYO



Festival de los patios, Córdoba

**D**esde el 4 de mayo y hasta el 17 del mismo mes, la ciudad andaluza de Córdoba celebra su tradicional Fiesta de los Patios. Debido a la climatología seca y calurosa de Córdoba, los habitantes de la ciudad, primero los romanos y más tarde los musulmanes, adaptaron la tipología de casa popular a las necesidades, centrando la vivienda en torno a un patio que normalmente tenía una fuente en el centro y, en muchas ocasiones, un pozo que recogía el agua de lluvia. Los musulmanes readaptaron este esquema dando entrada a la vivienda desde la calle a través de un zaguán y colocando vegetación abundante para aumentar la sensación de frescor. Muchos años más tarde estos patios pasaron a convertirse en Patrimonio de la Humanidad y por eso cientos de turistas se asoman ahora a ellos con entusiasmo. No podían no tener un evento dedicado a ellos y esta Fiesta de los Patios los homenajea, tanto a ellos como a todos los cordobeses y cordobesas que con tanto mimo han cuidado estos rincones. La visita de los patios es libre y gratuita y la organización elabora un completo mapa.

## JUNIO



Telc (República Checa)

**L**os mejores meses para visitar la República Checa son mayo, junio y septiembre. Sin duda, Telc es un destino obligado, aunque no sea el más conocido por el gran público. No obstante, miles de turistas de todo el mundo visitan la ciudad cada año y la emblemática publicación *National Geographic* la ha seleccionado como uno de los destinos obligados para este año 2020. Situada entre Praga y Viena, esta encantadora ciudad cuenta con un atractivo centro histórico rodeado de estanques y murallas que fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en el año 1992. Su construcción tuvo lugar a fines del siglo XIV sobre los cimientos que habían resistido después de un gran incendio. La plaza principal, con sus pórticos –que albergan tiendas y cafeterías– y fachadas de casas renacentistas de colores pastel, es digna de cualquier postal y se ha convertido en la imagen más representativa de la ciudad. Además, merece la pena visitar también su palacio renacentista, que anteriormente fue un castillo de estilo gótico, así como perderse, sin prisas, por todas las callejuelas.

# TURISMO



## JULIO



Mostar (Bosnia-Herzegovina)

**L**a mejor época para viajar a Mostar (Bosnia Herzegovina) es de junio hasta septiembre. Y es que en estas fechas el clima es de lo más agradable y existe poco riesgo de lluvias. Situada al sur del país, esta ciudad se encuentra a orillas del río Neretva. Su puente medieval de un solo arco, conocido como Stari Most, es su gran atracción turística y, en el museo dedicado a él, se puede conocer toda su historia. Cabe decir que dicho puente fue reconstruido en 2004, pues fue destruido durante la guerra que siguió a la disolución de la antigua Yugoslavia. Este puente se ha convertido en todo un símbolo de la fraternidad y es habitual ver cómo algunos jóvenes se animan a saltar desde él y zambullirse en el río; nada más y nada menos que 27 metros de altura. Más allá del puente, el centro histórico de Mostar alberga las principales mezquitas de la ciudad, entre las que cabe destacar la de Koski Mehmed-Pasha, pues ofrece una preciosa vista panorámica de la ciudad. Sin duda el lugar idóneo para hacer nuestra mejor foto; esa que siempre nos recordará los múltiples encantos de Mostar.

## AGOSTO



Fringe Festival, Edimburgo

**C**ada agosto, durante tres semanas, la ciudad de Edimburgo recibe una explosión de energía creativa de todo el mundo gracias a la celebración de su emblemático festival Fringe. Es por eso que el octavo mes del año se revela como un momento perfecto para conocer la capital de Escocia. Sus calles y algunos de sus edificios más emblemáticos se llenan de espectáculos teatrales, comedia, danza, circo, cabaret, actuaciones musicales, ópera y exposiciones. Este año 2020 las fechas del evento son las siguientes: desde el día 7 hasta el 31 agosto. Y entre actuación y actuación, no se debe olvidar visitar al detalle su Ciudad Vieja, dominada por el Castillo de Edimburgo, así como la denominada Ciudad Nueva, de corte neoclásico. Ambas Patrimonio de la Humanidad. Edimburgo puede hacer las delicias de cualquier tipo de turista pues es rica en cultura y literatura, buena arquitectura y hermosos parques y galerías (incluida la Galería Nacional de Escocia). El Real Jardín Botánico también merece mucho la pena. Una oportunidad única para disfrutar de Edimburgo como nunca antes.

## SEPTIEMBRE



National Blue Trail (Hungría)

**E**l National Blue Trail fue la primera ruta a pie de larga distancia no solo en Hungría sino en toda Europa. El camino data de 1938, aunque fue después de la Segunda Guerra Mundial cuando muchos excursionistas húngaros comenzaron a recorrerlo. Es uno de los menos concurridos del Viejo Continente, por lo que es ideal para los amantes del senderismo que buscan tranquilidad. Es posible que, este año, al haber sido incluido entre los *Best Trips de National Geographic* para 2020 empiece a recibir más excursionistas que quieren completar sus más de mil kilómetros. La ruta comienza en la cima de la montaña Irottko (884 metros), en la frontera entre Austria y Hungría. Después atraviesa el país húngaro, pasando por bellos lugares como el antiguo pueblo de Hollók, la cueva de estalactitas de Aggtelek, el lago Balaton (en la foto) y los volcanes de la cuenca de Tapolca. Termina en Hollóháza, cerca de la frontera con Eslovaquia. Cabe decir que el National Blue Trail forma parte de la gran ruta E4, 10.000 kilómetros que empiezan en España y acaban en Chipre.

## OCTUBRE



Verdi Festival Parma

**E**ste año, la ciudad italiana de Parma es una visita obligada, pues ha sido seleccionada como Capital italiana de la cultura 2020. Cualquier época del año se revela, por tanto, perfecta para viajar hasta ella; pues esta condición conlleva un programa de actividades que no permitirá a nadie caer en el aburrimiento. Pero, además, durante el mes de octubre la ciudad celebra su Festival Verdi. Concretamente del 24 de septiembre al 18 de octubre. Los amantes de la música clásica no pueden dejar pasar la oportunidad de vivir en primera persona este evento que homenajea al compositor Giuseppe Verdi. La sede principal del festival es el Teatro Regio, pero también se representan obras en otros espacios. Por ejemplo, en la iglesia de San Francisco del Prato, que este año acoge una versión de *Macbeth*. Además, Parma cuenta con numerosos atractivos entre los que sobresale la Piazza del Duomo (Plaza de la Catedral), centro neurálgico de la ciudad. La catedral de estilo románico que bautiza la piazza alberga *La Asunción de la Virgen*, obra maestra del renacentista Antonio Correggio.

## NOVIEMBRE



Bosque Białowieża

**E**l Bosque de Białowieża (Patrimonio de la Humanidad de la Unesco) es una reserva natural enclavada en uno de los últimos bosques vírgenes de Europa. Se encuentra dividido administrativamente entre Polonia y Bielorrusia y es en la parte polaca donde se encuentra el denominado Parque nacional de Białowieża, que ofrece visitas guiadas. Y es que hay que tener en cuenta que no todo el bosque es visitable. También existen rutas de senderismo y para bicicletas. Según fuentes del propio parque, en él viven 809 especies de plantas vasculares, más de 3.000 especies de esporas y hongos, casi 200 especies de musgos y 283 especies de líquenes. También más de 8.000 especies de invertebrados, aproximadamente 120 especies de aves reproductoras y 52 especies de mamíferos. Además, el Bosque de Białowieża es mundialmente conocido por acoger unos 800 ejemplares del casi extinto bisonte europeo. Sin duda, un destino obligado para todos los amantes de la naturaleza. ¿Cuándo es mejor visitarlo? Desde el mes de abril hasta noviembre, cuando las condiciones son más acogedoras.

## DICIEMBRE



El norte de Noruega

**E**l norte de Noruega se revela como uno de los mejores lugares para poder disfrutar de una experiencia tan única como contemplar la aurora boreal. El cielo de la noche se tiñe de tonos verdes y amarillos. Parece que un pincel de luz ha utilizado el cielo como lienzo. Esta imagen ha sido objeto de deseo de tantos y tantos aventureros... cómo no. Siempre es más fácil ver auroras boreales durante los meses de invierno. Entre los destinos del país noruego más recomendables para ver este fenómeno se encuentra Tromsø, vibrante ciudad multicultural (más de un centenar de nacionalidades distintas) con muchos eventos musicales, cinematográficos o deportivos. En Tromsø, además, se pueden visitar atractivos como el Jardín Botánico más al norte del mundo. También las islas Lofoten y diferentes ciudades de la provincia de Finnmark se revelan como destinos ideales para ver auroras boreales. Ni que decir tiene que todos estos lugares ofrecen la contemplación de pueblos pesqueros tradicionales y paisajes naturales de lo más atractivos: islas, fiordos, montañas...

# Talento emergente para volar mucho más alto

Aerolíneas, hoteleras y agencias buscan a través de aceleradoras de jóvenes compañías las mejores ideas para ofrecer a sus clientes nuevas experiencias y modos de viajar **Carlos Bueno** MADRID.

**F**ue una *startup*, Airbnb, la bomba que revolucionó años atrás el mercado turístico. Bien conocedoras de que el pez chico se puede comer al grande, de que los cambios pueden venir de donde menos se esperan, las grandes compañías del sector turístico buscan aliados entre esas jóvenes empresas impulsadas por emprendedores. Tal es el caso, sin ir más lejos, de International Airlines Group (IAG). El gigante británico que incluye a British Airways, Iberia, Vueling y Aer Lingus, cuenta con su propia aceleradora de *startups*. De nombre le han puesto Hangar 51 y con este proyecto se han propuesto conocer mucho mejor cuanto se cuece en el sector. Para lanzar esta iniciativa, la compañía se ha aliado con otra empresa –L Marks– experta en detectar talento innovador en el que invertir. El objetivo compartido en este caso es desarrollar, conjuntamente con estas pequeñas empresas, nuevas experiencias para los clientes cada vez más digitales. Pero tampoco ocultan que estaría bien que esas alianzas les ayudaran a mejorar los procesos aeroportuarios, a la digitalización de los procesos para desarrollar nuevas herramientas y simplificar el negocio, a la toma de decisiones basada en datos para mejorar la satisfacción de los usuarios.

“Este nuevo programa atraerá a las mejores *startups* del mundo al corazón de nuestro negocio. Queremos que nos digan lo que no sabemos. Si las *startups* tienen algo que se puede aplicar a nuestra industria para ayudar a nuestros clientes, queremos que nos lo cuenten. Esta iniciativa es una gran oportunidad para que empresas en fase inicial aceleren el desarrollo de sus innovadoras ideas en estrecha colaboración con IAG. Les apoyaremos a través de asesoramiento y financiación para mejorar la experiencia del cliente a través de nuevas y revolucionarias ideas”, explicaba el director de Transformación Digital de IAG, Glenn Morgan, en la presentación de la aceleradora.

La iniciativa de IAG ya empieza a dar sus primeros frutos. La *low cost* de largo radio Level ya ha anunciado que va a implementar en sus aviones un sistema ideado por la compañía tecnológica Volantio, participante en Hangar 51. En concreto, la plataforma Yana dará a los pasajeros mayor flexibilidad en sus planes de viaje y serán recompensados por elegir volar en horarios menos ocupados. Aquellos pasajeros que acepten modificar la hora de su vuelo para adaptarse a las necesidades de la aerolínea, recibirán a cambio mejoras en la cabina o puntos para próximos vuelos. Su funcionamiento es simple: los clientes que se adhieran a la plataforma

recibirán ofertas por correo electrónico días antes de la salida, sobre las que tendrán control total acerca de si desean o no aceptar. Los pasajeros que acepten serán reubicados a vuelos alternativos, abriendo espacio en vuelos de alta demanda para aquellos viajeros con poca flexibilidad.

Recientemente, IE University organizó en Madrid una competición para evaluar distintos proyectos relacionados con el sector turístico. Entre sus finalistas, encontramos por ejemplo a Beonprice, una *startup* de emprendedores salmantinos que aprovecha la inteligencia artificial para maximizar los

Los mayores revulsivos del sector, como Airbnb, fueron en su día pequeñas ‘startups’

El grupo de aerolíneas IAG cuenta con su propia aceleradora, Hangar 51



ingresos de los hoteles. A ese certamen acudió también la sevillana Chekin, que se propone agilizar el registro legal de los huéspedes en los alojamientos turísticos. Desde Barcelona, ciudad líder en captación de turistas, llegó CloudGuide, que tiene como finalidad fomentar la participación de los visitantes en los monumentos y atracciones más visitadas. Sanctify, de origen irlandés, está centrada en mejorar el bienestar en los propios aeropuertos en esas largas esperas y conexiones... Por citar un último caso de *startup* de este certamen de IE University, desde Portugal nos llega Doinn con un servicio de limpieza y lavandería dirigido a los propietarios de apartamentos turísticos. Si algo tienen en común todos estos proyectos de emprendedores es su aspiración de transformar el sector turístico con nuevos servicios, explorando nuevas maneras de viajar... Los más de 3.700 proyectos de todo el mundo que se presentaron a esta convocatoria indican que el sector está en plena ebullición.

## Tecnologías que ayudan

Sin embargo, hay voces que piden una mayor participación de empresas españolas para respaldar un área clave en la economía española. Tal es el caso de Wayra, la aceleradora de Telefónica. Su director, Andrés Saborido, reivindicaba en una de las últimas ediciones de la feria Fitur que, “con el tamaño que tiene el mercado turístico, tendría que haber aún más proyectos dedicados a este ámbito”. Según manifestaba a la agencia *Efe*, muchas empresas españolas turísticas estaban contratando los servicios de empresas extranje-





ras para mejorar sus servicios y dar con nuevas soluciones tecnológicas. “Es necesario que aumenten las entidades privadas que apuesten por “la digitalización del sector turístico, empleando especialmente sistemas basados en el Internet de las Cosas, la tecnología de datos, la realidad virtual y la realidad aumentada, que se aplican muy bien al turismo”, pedía Saborido.

Aquellos emprendedores que puedan estar gestando algún proyecto relacionado con el turismo, pueden también contactar con Top Seeds Lab. Esta otra aceleradora especializada en el sector surgió en 2012 bajo la dirección de Ignacio Macías. En su consejo se sientan representantes de medio centenar de grandes compañías del turismo español. Ofrece una financiación inicial de 50.000 euros en efectivo y el acceso a un programa de aceleración que incluye desde el clásico asesoramiento en áreas tan diversas como las finanzas, el desarrollo de negocio, el marketing o la analítica.

Entre quienes ya han pasado por esta aceleradora, podemos mencionar Hundred-Rooms, surgida en 2014 en Palma de Mallorca como aglutinador de alquileres vacacio-

nales. O TurismoI, una red de mercados digitales que ofrece tours y actividades para dinamizar el turismo local. También Servantrip, que se ocupa de gestionar los traslados a los aeropuertos de 170 países según las preferencias de cada tipo de cliente.

#### Bien asesorados

Aparte de la financiación, que es crucial, Top Seeds Lab da acceso a un programa de aceleración que incluye: *mentoring* vertical, 10 sesiones de dos horas en las que mentores experimentados revisan áreas de trabajo de las *startups*, como marketing; administración y finanzas; IT, métricas de rendimiento y financiación y desarrollo de negocio.

Al mismo tiempo, también se pone a disposición de estos emprendedores un *mentoring* corporativo a cargo de miembros del Advisory Board, formado por más de 30 de las mayores compañías de Travel & Tech. Las *startups* seleccionadas también se benefician de un asesoramiento destinado a obtener financiación pública de entidades como Enisa, Emprendetur, CDTI, etc.... Por último, aunque no por ello menos importante, es la introducción a una comunidad inversora y del sector turis-

mo, *networking*, diversas oportunidades de RRPP y ventajas provistas por los socios de Top Seeds Lab.

Esa cantidad de 50.000 euros, aunque pueda parecer reducida, es suficiente para que el proyecto tome forma. Un estudio reciente de Deloitte y Esade sobre el estado de la innovación en el sector turístico en 2017 apunta que, en el caso de las *startups*, “la mayoría de los emprendimientos del sector se caracterizan por una baja inversión, que se rentabiliza a muy corto plazo”.

Según los resultados de la encuesta, el 63% de los proyectos requirió entre 3.000 euros y 20.000 euros, y solo el 8%, más de 100.000 euros.

“Este dato facilita que el turismo sea el sector con las *startups* más rápidas en entrar en el mercado y en monetizar. Sigue llamando la atención el corto espacio de tiempo que media entre el nacimiento de la idea emprendedora en turismo y la entrada en el mercado: el 74% de los encuestados necesitó menos de un año para empezar a obtener beneficios; y el 12%, entre uno y dos años”, leemos en este trabajo de Deloitte y Esade.

Según la encuesta, los principales facilitadores para emprender son el *mentoring*, la formación y la asistencia a seminarios y congresos, en un 70% de los casos. Le sigue la capacidad de liderazgo y trabajo en equipo (59%); y la de comunicación (42%).

De vuelta al exterior, se cumple ahora un año de la creación de otra aceleradora, esta vez con base en Salzburgo. TACC, como las anteriores, busca proyectos que den una vuelta de tuerca al mercado tradicional del turismo. Todas ellas compiten por atraer el mejor talento, las ideas más revolucionarias, en busca de un segundo Airbnb.

## La ‘startup’ española GuruWalk gestiona los ‘free tours’ de 100 países

Pocos lectores se habrán resistido a la tentación de probar los populares ‘free tours’. En los últimos años, se han consolidado como una forma alternativa de conocer una ciudad de la mano de una persona que vive allí y que se ofrece como guía a cambio de la voluntad, según haya resultado la experiencia. Una ‘startup’ española, GuruWalk, tiene parte de culpa de esa consolidación. La joven compañía valenciana ha captado 1 millón de euros en financiación de parte de la aceleradora SeedRocket. La plataforma fue fundada en 2017 y, en estos dos años, se ha extendido por un centenar de países. Ellos se ocupan de la promoción y de dar a conocer los ‘free tours’ que hay disponibles en cada ciudad que visitamos. Los ingresos proceden de los propios guías, que anuncian en ella sus recorridos y temáticas. Según las comisiones que estén dispuestos a pagar aparecerán mejor o peor posicionados en las búsquedas que hacen los turistas. Defienden desde GuruWalk que “las personas con ganas de enseñar su ciudad tienen la posibilidad de hacerlo sin necesidad de pertenecer a una empresa profesional”. “Los turistas pagan únicamente una propina al terminar el tour, cuya cantidad puede variar en función de la satisfacción del viajero con la experiencia que ha recibido y de la profesionalidad del guía percibida”, explica la empresa. Quienes estén pensando en dar el paso y dedicar unas horas a la semana a mostrar la ciudad en la que vive, también desde GuruWalk buscan continuamente a personas que respondan a ese perfil. Desde su propia aplicación y página web se anima a participar como guía local e incluyen una tabla en la que poder conocer el salario que podría llegar a ganar dedicándose a esta actividad. Así, por ejemplo, en el caso de que un guía de GuruWalk estuviera dispuesto a hacer dos tours diarios a los que se apuntaran una media de 10 personas y cinco días a la semana, podría obtener un beneficio de 3.200 euros mensuales. Si optamos por hacer tres tours diarios los siete días de la semana, las ganancias superarían los 6.700 euros al mes. En España ya cuentan con guías en más de 100 ciudades y municipios de interés turístico, desde las grandes capitales a pequeñas localidades como Setenil de las Bodegas o Zahara de los Atunes.

# Escapadas de lujo: darse un capricho para desconectar

Son muchos los beneficios que se asocian a la experiencia de viajar. Entre ellos, la reducción del estrés y la ansiedad. No hacen falta más que unos pocos días para disfrutar del esquí, recargar fuerzas en una de las ciudades termales europeas por excelencia o vivir un fin de semana de ópera y exposiciones en París. **V. B. MADRID.**

## UN FIN DE SEMANA

### Para descansar: Baden-Baden

**A**l suroeste de Alemania y cerca de la frontera con Francia, en el valle del Oos y sobre las laderas de la Selva Negra, se encuentra la ciudad de Baden-Baden. 2.000 años de historia permiten considerarla como la ciudad balneario europea por excelencia. Y es que 12 manantiales situados a una profundidad de 2.000 metros bajo

la tierra burbujan hacia la superficie sus aguas termales curativas; ya disfrutadas por los antiguos romanos (las ruinas de sus baños se pueden visitar). No es de extrañar, por tanto, que las clases altas del siglo XIX la convirtieron en la capital de veraneo del Viejo Continente y las reliquias de esta época aún dominan el paisaje urbano: los elegan-

tes hoteles, los baños termales (siendo las Termas de Caracalla de las más visitadas) o sus afamadas carreras de caballos en el famoso hipódromo Iffezheim. También, cómo no, el Kurhaus: corazón de Baden-Baden, joya arquitectónica de estilo *Belle Époque* que ofrece un sinfín de planes que van desde un concierto hasta una visita al casino.



### El esquí más lujoso en Suiza

**S**uiza puede presumir de contar en su geografía con algunas de las pistas de esquí más lujosas del planeta. Los amantes de este deporte de invierno pueden disfrutar de los 400 kilómetros esquiables de la emblemática pista de Verbier, donde se celebran algunas de las competi-

ciones mundiales de más renombre y se puede practicar el denominado *heliesquí*: un helicóptero lleva a los deportistas hasta las montañas de más difícil acceso. ¡Solo apto para experimentados! También St. Moritz (en la foto) se revela como uno de los destinos para esquiadores más exclusi-

vos del planeta. Este paraje también permite, en su lago helado, contemplar partidos de polo, críquet y hasta carreras hípcas sobre hielo. A unos 400 kilómetros de allí, Gstaad, una de las estaciones preferidas por las celebridades, permite disfrutar del único glaciar esquiable en todo el mundo.



### Para amantes de la cultura: París

**L**a capital francesa cuenta con uno de los teatros más impresionantes del mundo: la Ópera Garnier (en la foto), de estilo neobarroco y capaz de inspirar una de las leyendas más conocidas de la escena: *El fantasma de la ópera*. Existen diferentes modalidades de visitas (por libre, guiada o juego inmersivo), pero quizás lo más impre-

sionante es disfrutar de uno de los espectáculos que se programan en la temporada. Este 2020 el teatro acoge, entre otras producciones, *Don Giovanni* (del 21 de marzo al 24 de abril) y *Così fan tutte* (del 19 de junio al 13 de julio), ambas de Mozart. Combinar esta visita a la ópera parisina con la experiencia de adentrarse en los museos del Lou-

vre, de Orsay o el Centre Pompidou es un *pack* perfecto que pocos amantes del arte podrían rechazar. Mención especial merece este año la exposición monográfica sobre Leonardo Da Vinci en el Louvre (hasta el 24 de febrero), así como el homenaje que el Pompidou ofrece al pintor Henri Matisse (del 13 de mayo al 31 de agosto).



### Los apasionados del motor: Sant'Agata Bolognese

**E**n la provincia italiana de Bolonia, se encuentra el municipio de Sant'Agata Bolognese, donde se encuentra la sede de Lamborghini. Allí, el propio museo de la firma, Museo de las Tecnologías (Mudettec), ofrece a los amantes del motor la posibilidad de conocer la historia de estos lujosos automóviles a través de una experien-

cia interactiva gracias, entre otras cosas, a un simulador de conducción, que amplifica las emociones y el descubrimiento de los coches en exposición. También se pueden visitar las líneas de producción. Además, ¿qué mejor que acabar tu escapada a la localidad italiana conduciendo modelos como el *Urus*, el *Aventador* y el *Huracán*? Eso lo

permite la marca de coches, gracias a su *Esperienza Dinamica*, un programa exclusivo en el que un equipo de instructores y pilotos de Lamborghini ponen a prueba a los participantes con ejercicios de conducción, tanto en pista –en el Autódromo de Imola– como fuera de ella, en terrenos perfectos para el super SUV *Urus*.



### España 'gourmet': Mansión Cinco Jotas

**E**n el corazón de la Sierra de Aracena de Huelva se puede visitar la centenaria Bodega Cinco Jotas, una experiencia *gourmet* en la que se dan la mano tradición, leyenda y artesanía. Y es que el proceso de curación del Jamón Cinco Jotas –que dura más de cinco años– se mantiene inalterado desde 1879. La visita incluye degus-

tación del producto y se puede completar con un paseo por su dehesa, un ecosistema natural de gran belleza, así como con talleres de corte y cata ofrecidos por uno de los maestros cortadores de la casa. Además, viajar a la Sierra de Aracena implica acercarse a numerosos puntos de interés turístico, como la Mezquita de Almonaster –cons-

truida durante el Califato de Córdoba, entre los siglos IX y X– o la Gruta de las Maravillas, complejo subterráneo descubierto a finales del siglo XIX y abierto al público desde el año 1914. Asimismo, el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, caracterizado por su orografía suave, es ideal para realizar senderismo.





## UNOS CUANTOS DÍAS MÁS



### Playas de Asia

**E**l lujo del Sudeste Asiático está más de moda que nunca. Y es que, para los amantes del sol y playa, los paraísos de aguas cristalinas y arena fina de Tailandia, Myanmar, Vietnam, Indonesia, Camboya o Maldivas son algo así como el paraíso en la tierra. ¿Por qué no desconectar de nuestra ajetreada rutina en un *bungalow*

totalmente equipado y en un entorno cultural exótico y atractivo? Para los amantes del *snorkel*, el buceo (la vida submarina de estos destinos es impresionante), el surf o la navegación estos paraísos son también cien por cien recomendables. Se puede completar la visita con una jornada turística a las ciudades históricas por excelencia de

estos países. La gastronomía, además, se revela como una experiencia sensorial que hará las delicias de cualquier *foodie*. Conviene recordar que la época más aconsejable para viajar a las playas asiáticas es la comprendida entre los meses de noviembre a abril, pues es la temporada más idónea para escapar de lluvias o ciclones.



### Un safari en África

**P**ara el común de los mortales, hubo una época en la que contemplar leones, elefantes, búfalos, leopardos y rinocerontes en su hábitat natural era una experiencia solo posible a través del cine o los documentales televisivos. Sin embargo, hoy en día, disfrutar de un safari en alguno

de los grandes parques nacionales africanos está más de moda que nunca. Algunos de estos son: Masai Mara, en Kenia (set de *Memorias de África*); Kruger, en Sudáfrica; Etosha, en Namibia, con grandes superficies salinas que ofrecen un característico paisaje blanco; el delta del río Okavango, en

Botsuana, ideal para viajar en canoa, o el Parque Nacional Serengeti, en Tanzania. Este último ha sido considerado como uno de los mejores parques africanos, cruzado anualmente por ñúes, cebras y gacelas durante la gran migración que tiene lugar de abril a junio. ¡Inolvidable!



### La Polinesia Francesa

**T**ambién la Polinesia Francesa, en el Pacífico Sur, se revela como un lugar ideal para disfrutar de las playas paradisíacas. Más de cien islas –con Tahití (en la foto) a la cabeza, por ser la más grande y afamada– componen un espectacular collage de lagunas bordeadas de corales, playas infinitas de arena blanca o negra, montañas,

altísimas, cascadas y, cómo no, esos ya emblemáticos hoteles *bungalow* que sobresalen por encima del mar. Además de disfrutar de una jornada playera a todo lujo y bucear entre rayas y tiburones, los cinco archipiélagos que componen la Polinesia Francesa permiten la realización de diferentes excursiones –casi siempre en *quad* o 4x4– por

paisajes de naturaleza virgen o pasado volcánico. La mejor época para viajar es la comprendida entre mayo y octubre, la denominada estación seca, cuando las temperaturas se sitúan en torno a los 27 grados y se dan pocas precipitaciones. Durante el mes de julio, el festival *Heiva i Haiti* permite disfrutar de la música y danza tradicional.



### Cruceros de lujo

**E**xisten numerosas compañías navieras en el mercado que ofrecen experiencias exclusivas de lo más diversas para surcar los mares y conocer destinos singulares. Así, por ejemplo, Holland America Line ofrece, en los meses de verano, un interesante viaje de 11 días de duración por Alaska; un *tour* donde contemplar

fiordos y glaciares y conocer los encantos de Vancouver. La naviera francesa Ponant Cruises, por su parte, permite disfrutar de a bordo de exclusivos yates de destinos tan diferentes como la Antártida o la península mexicana de Yucatán. Para aquellos que buscan algo diferente, la naviera Star Clippers ofrece la posibilidad de surcar los mares a

bordo de un clíper, embarcación a vela que nació en el siglo XIX y se caracterizaba por su alta velocidad. La compañía ofrece navegaciones por el Caribe, el Mediterráneo, el Océano Atlántico o el Canal de Panamá, entre otras opciones. Desde luego, un viaje por el mar es una opción ideal para desconectar de cualquier obligación cotidiana.



### Para amantes de la naturaleza: El Gran Cañón

**C**ien años se han cumplido desde que se renombrase al paraje del Gran Cañón del Colorado, ubicado en Arizona (Estados Unidos), como Parque Nacional. Es impresionante esta formación natural que se distingue por sus capas de roca roja, con millones de años de historia geológica y unas dimensiones abrumadoras:

una media de 16 kilómetros de ancho y 1,6 kilómetros de profundidad a lo largo de sus 446 kilómetros de longitud. Los amantes de la naturaleza no se pueden perder este escenario que seduce a alrededor de 4,5 millones de visitantes cada año. Entre sus numerosas rutas, el *South Rim* es el más popular (abierto todo el año). La cantidad de visi-

tantes aumenta durante los meses de verano, aunque hoy en día sigue en aumento la popularidad de las visitas en primavera (de marzo a mayo) y otoño (de septiembre a octubre). La época con menos visitantes es de noviembre a febrero. Y es que el clima propio del invierno es un factor que se tiene que tener en cuenta.

# Destino 'gourmet': España atrae a más de 260.000 comensales

La situación geográfica, el clima y una historia llena de mezclas culturales, hacen de nuestro país uno de los más ricos, y más si hablamos de comida. La gran variedad y calidad de pescados, mariscos, carnes, productos agrícolas, vinos o aceites que encontramos convierten España en un enclave único para el turismo. **Noelia García** MADRID.

**E**spaña es una potencia global en gastronomía, de hecho, en 2018, más de 260.000 turistas visitaron España por la gastronomía, un 16,7% más que el año anterior, que sumaron (una facturación) de más de 15 millones de euros, con un incremento del 65,6%, evidenciando la enorme importancia del turismo gastronómico, según datos informe *La gastronomía en la economía española*, elaborado por KPMG. Se gastaron más de 18 millones de euros en gastronomía. Hoy, la actividad gastronómica representa el 33% del PIB y supone el 20% del empleo". Y, es que los turistas eligen España motivados por la gastronomía por tres motivos: la materia prima, la forma de comer y la hospitalidad.

La competencia vía precios ha ido dando paso a una búsqueda de más calidad, lo que ha permitido posicionar algunos productos gastronómicos españoles en la franja *premium* del mercado internacional y a algunos de sus restaurantes entre los mejores del mundo año tras año.

Además, en los últimos años el turismo gastronómico ha crecido y ahora supera el 15%. Es decir, 15 de cada 100 turistas viajan a España por la comida. Asimismo, es el quinto país del mundo con más estrellas de Michelin y el país con más restaurantes en la lista de los

**La gastronomía contribuye a promover y marcar destinos y preservar las tradiciones**

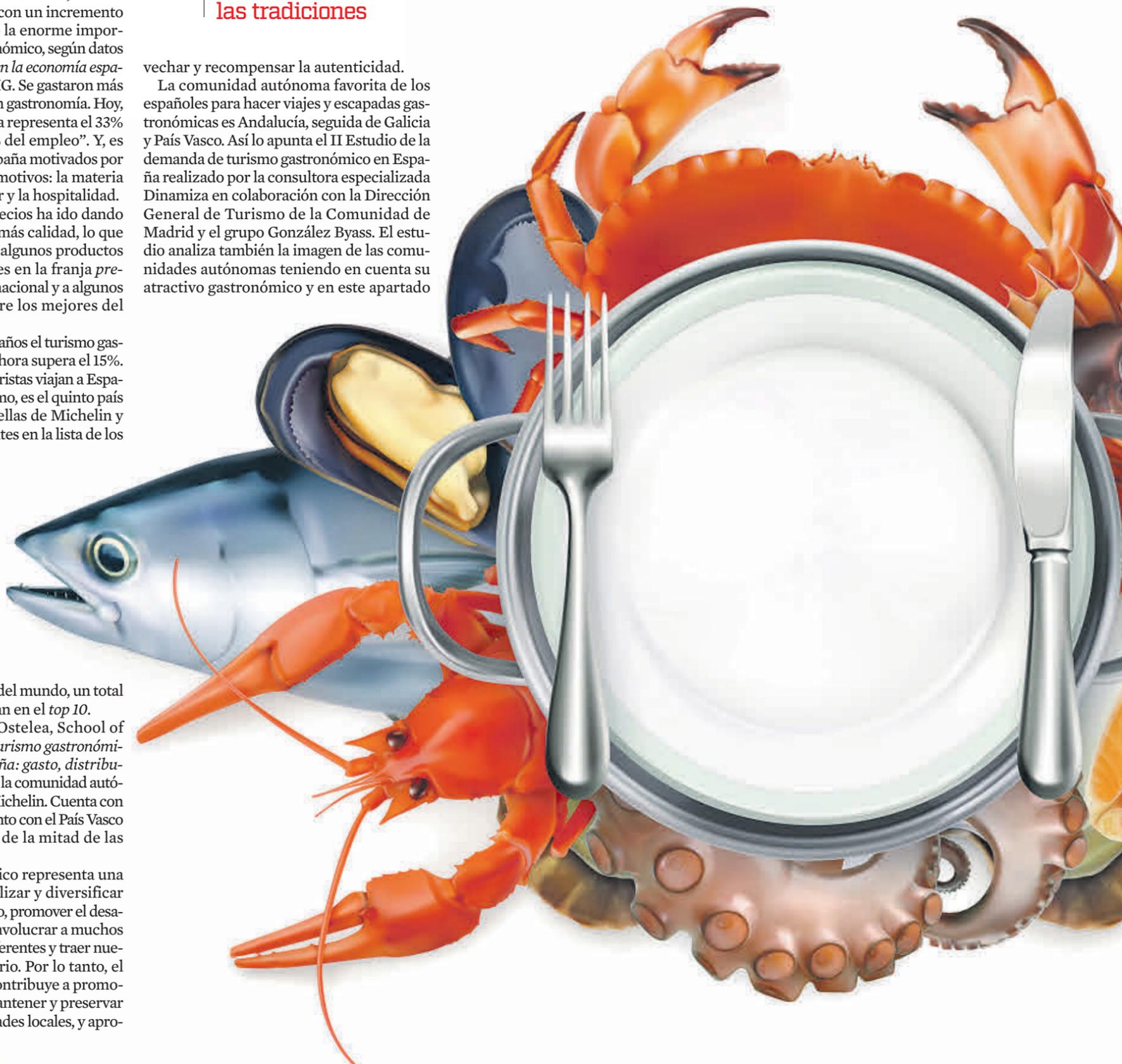
vechar y recompensar la autenticidad.

La comunidad autónoma favorita de los españoles para hacer viajes y escapadas gastronómicas es Andalucía, seguida de Galicia y País Vasco. Así lo apunta el II Estudio de la demanda de turismo gastronómico en España realizado por la consultora especializada Dinamiza en colaboración con la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid y el grupo González Byass. El estudio analiza también la imagen de las comunidades autónomas teniendo en cuenta su atractivo gastronómico y en este apartado

50 mejores restaurantes del mundo, un total de 7,3 de los cuales figuran en el *top 10*.

Según el informe de Ostelea, School of Tourism & Hospitality *Turismo gastronómico y enoturismo en España: gasto, distribución y perfiles*, Cataluña es la comunidad autónoma con más estrellas Michelin. Cuenta con un total de 54 estrellas. Junto con el País Vasco y Madrid ostentan más de la mitad de las estrellas del país.

El turismo gastronómico representa una oportunidad para revitalizar y diversificar constantemente el turismo, promover el desarrollo económico local, involucrar a muchos sectores profesionales diferentes y traer nuevos usos al sector primario. Por lo tanto, el turismo gastronómico contribuye a promover y marcar destinos, mantener y preservar las tradiciones y diversidades locales, y apro-



# TURISMO

## Radiografía del gastroturismo español

Actividades gastronómicas realizadas durante el viaje



Disposición al gasto



Disposición al gasto

PAÍS	3 ESTRELLAS	2 ESTRELLAS	1 ESTRELLA	TOTAL
Japón	34	163	586	783
Francia	27	84	504	615
Italia	9	41	305	355
Alemania	11	39	250	300
España	11	25	159	195
EEUU	14	25	127	166
Reino Unido	5	19	140	164
Bélgica	2	22	108	132
China	10	22	87	119
Suiza	3	19	94	116

Fuente: Criteo y Dinamizaasesores.es/KPMG.

Los 13 restaurantes españoles en el "Top 100" mundial (2018)

18	Mateu Casañas, Oriol Castro, Eduard Xatruch <b>DISFRUTAR</b>	2	Joan Roca <b>EL CELLER DE CAN ROCA</b>
9	Andoni Luis Aduriz <b>MUGARITZ</b>	10	Bitor Arguinzoniz <b>ASADOR ETXEBARRI</b>
32	Albert Adrià <b>TICKETS</b>	31	Juan Mari Arzak <b>ARZAK</b>
57	Josean Alija <b>NERUA</b>	43	Eneko Atxa <b>AZURMENDI</b>
76	Martín Berasategui <b>MARTÍN BERASATEGUI</b>	68	Quique Dacosta <b>QUIQUE DACOSTA</b>
95	Oliver Peña <b>ENIGMA</b>	77	Aitor Arregi <b>EI KANO</b>
		96	Dabiz Muñoz <b>DIVERXO</b>

## El gasto de los enoturistas crece en las Rutas del Vino de nuestro país

A lo largo de los siglos, el vino ha sido una parte integral del patrimonio cultural, histórico y tradicional de una región y ha contribuido a moldear su identidad y la de sus habitantes. Blancos, rosados, tintos, finos, cavas, espumosos... Si está bien planificado, el enoturismo puede convertirse en una herramienta poderosa para mejorar y preservar el patrimonio cultural de la región. Hacer enoturismo en España va mucho más allá de catar vinos. Es una experiencia que nos lleva a dormir entre viñedos, conocer bodegas centenarias o vanguardistas, recibir clases a cargo de expertos sumilleres... Hoy, la superficie mundial de viñedo (independientemente del destino final de la producción de las uvas, incluida la superficie todavía no productiva) alcanzó en 2018 los 7,4 millones de hectáreas y es ligeramente superior a la de 2017 (24.000 ha). España sigue siendo el país líder en superficie de viñedo, con 969.000 ha, por delante de China (875 miles de hectáreas-mha) y Francia (793 mha). La superficie vitícola china sigue creciendo (+10.000 entre 2017 y 2018). Por otra parte, parece que los viñedos de la Unión Europea han frenado su ritmo de descenso y se han situado en 3,32 millones de hectáreas en 2018 (+10.000 ha/2017). Hoy, cerca de tres millones de turistas dejan más de 80 millones de euros en sus visitas a bodegas y museos del vino en España, según los últimos datos del informe anual de la Asociación Española de Ciudades del Vino (Acevin). El gasto medio del turista del vino continúa aumentando y se sitúa en 161,9 euros por persona y día, frente a los 156,6 euros del informe precedente. Los viajes en pareja, con amigos o compañeros de trabajo continúan siendo las formas más comunes entre los enoturistas de las Rutas del Vino de España. Entre los enoturistas son más frecuentes las mujeres (55,3%) que los hombres (44,7%) y con una edad de entre 46 y 65 años, aunque cada vez es mayor el número de personas de entre 36 y 45 años (38,2%) y de entre 18 y 25 años (6,9%) que consumen este tipo de turismo. Con respecto a la distribución entre visitantes de procedencia nacional y de procedencia internacional, se puede observar que el 74% de los visitantes (2.191.706) son nacionales, mientras que el 26% son internacionales (769.673).

Galicia está posicionada como la comunidad autónoma con mayor atractivo gastronómico, con 3,71 puntos sobre 4.

La estación preferida para viajar, comer y degustar nuestros vinos es el verano. De hecho, uno de cada cuatro turistas internacionales planificó sus vacaciones de 2019 en base a la gastronomía, según una estu-

dio desarrollado por OpenTable, la plataforma de reservas online de restaurantes líder mundial.

### El 40% del gasto para 'comida'

El 40% del gasto turístico mundial corresponde al gastroturismo, según un estudio elaborado por el comparador de seguros de viaje *Acierto.com*, que ha analizado la situación del gastroturismo, desde un punto de vista tanto social como económico. Además, según el estudio de KPMG, el gasto medio en las propuestas culinarias se sitúa en 246,5 euros,

siendo los viajeros procedentes de Latinoamérica los que más presupuesto les dedican, con 418,6 euros, seguidos de los de Estados Unidos, con 390,5 euros, y Rusia, con 346 euros. En el extremo contrario, se sitúa Francia, con 179 euros de media, y Austria, con 184 euros.

Por otro lado, se destaca también que si ocho de cada diez visitantes eligen el destino en función de la gastronomía, tan solo el 28% de estos son turistas gastronómicos puros. Este tipo de visitantes suelen ser hombres o mujeres de entre 35 y 55 años, con un poder adquisitivo medio-alto, que viajan en pareja, en estancias de dos o tres jornadas, durante las que gastan un mínimo de 250 euros diarios. Concretamente, este tipo de turista visita webs y sitios especializados previamente y sus actividades preferidas son comer en restaurantes, ir de tapas, comprar productos e ingredientes locales y visitar mercados.

### Innovación tecnológica

Los expertos destacan que la innovación tecnológica en la industria y creativa en la cocina seguirán siendo un eje para garantizar el crecimiento económico del sector gastronómico, tanto en el mercado interno como global. Asimismo, la dieta mediterránea cuenta con una potente aceptación internacional, ligada a la salud, algo que puede plantear interesantes oportunidades de negocio para los productos y los cocineros españoles. No solo los que ostentan estrella Michelin, los turistas eligen España por la tortilla, la paella, el salmorejo, las tapas, el cocido o el marmitako.



elEconomista



# Viajes 'eco' para salvar el planeta del cambio climático

De la creciente conciencia medioambiental de las últimas décadas, ha surgido una corriente social que defiende un turismo más respetuoso con el planeta. Los jóvenes prefieren ahorrar para viajar, conocer el mundo y tener experiencias diferentes. **Noelia García** MADRID.

**L**as emisiones de CO2 del sector turístico relativas al transporte utilizado para viajar aumentarán casi un 25% hasta 2030. Además, pasará de 1.597 millones de toneladas en 2016 a 1.998 millones de toneladas en apenas 11 años, según un informe presentado en la COP25 del Clima de la ONU. El informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT) también apunta a que el número de turistas que viaja a través de las fronteras alcanzará los 1.800 millones al año en 2030, a los que se sumarán otros 15.600 millones de turistas nacionales.

España tiene la oportunidad y la responsabilidad de liderar el cambio hacia un turismo sostenible, con el objetivo de superar problemas que acechan como la pérdida de identidad de algunos destinos, la saturación de los espacios o contaminación ambiental. Por ello, la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 impulsa los tres pilares de la sostenibilidad: socioeconómica, medioambiental y territorial.

Hoy, los beneficios del ecoturismo que permean a los negocios locales son drásticamente más altos que los del turismo de masas. Los cambios comienzan desde el momento en que se elige destino hasta que se vuelve a casa, afectando positivamente, sobre todo, a la economía local. Muchos emprendedores del mundo rural ya han identificado esta significativa oportunidad de negocio y se han puesto a trabajar para promover un ecoturismo de calidad, responsable y comprometido con el medio ambiente en nuestro país.

España es el país europeo con la biodiversidad más relevante y con mayor superficie protegida, con climas muy diferentes para hacer ecoturismo todo el año. Tenemos una red de 15 parques nacionales, 49 reservas de la biosfera, diez geoparques Unesco, más de 170 parques naturales, y de las zonas de especial protección para las aves y las zonas de especial conservación de la Red Natura 2000.

España se sitúa como el cuarto país con mayor número de viajeros sostenibles por detrás de países como Alemania, Estados Unidos y Francia, destacando que el 62% de ellos es *millennial* (30 años), en un sector, el turístico, que genera el 8% de las emisiones a la atmósfera en su totalidad, según el último estudio realizado con la información de más de 13.000 encuestados por la plataforma de publicidad para el Internet abierto, Criteo.

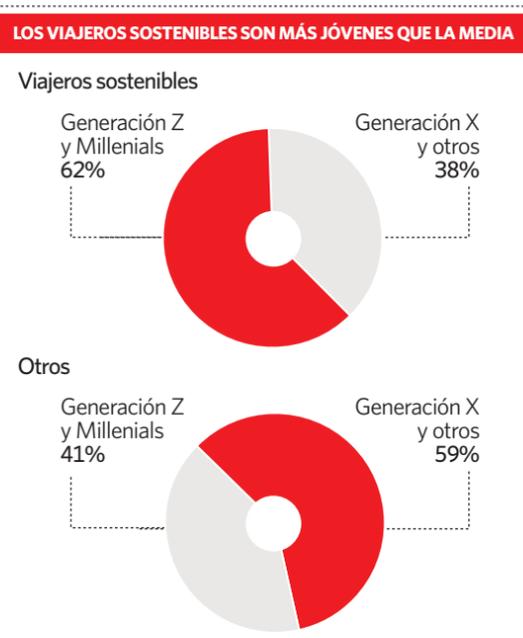
Por su parte, *Booking.com*, en su informe anual sobre turismo sostenible, destaca que el 76% de los viajeros españoles cree que si queremos preservar el planeta para las siguientes

## Viajar de forma 'eco'

Viajeros sostenibles por país

PAÍS	%
Alemania	22
Francia	18
EEUU	18
España	18
Reino Unido	17
Australia	16
Brasil	16
Italia	14
Indonesia	12
Singapur	12
Rusia	12
Corea del Sur	11
Japón	11
Media Global	15

Fuente: Criteo.



elEconomista

tes generaciones es necesario actuar ya y tomar decisiones de viaje sostenibles. Si bien se observa una gran coherencia en los resultados en función de la edad, el 74% de los encuestados de entre 46 y 55 años cree con mayor firmeza en esta necesidad, seguidos por los *millennials* (71%).

Desde elegir medios de transporte sostenibles, vehículos colectivos, eficientes y limpios; consumir productos típicos de la zona a la hora de comer y cenar, sin recurrir a grandes cadenas de comida, o comprar objetos hechos en la población que se visite; usar protector solar respetuoso con el mar y los arrecifes; procurar no dejar rastro de tu paso (recicla y elimina de forma responsable los residuos que generes; llevar una botella de acero inoxidable para rellenarla con agua de grifo; elegir un alojamiento verde –pues existen alrededor de 140 certificados de medio ambiente alrededor del mundo (Green Key en Europa, LEED en Estados Unidos y BREAEAM en Reino Unido)–, o respetar la flora y fauna local para no modificar el hábitat natural son iniciativas que se pueden llevar a cabo para dejar una huella positiva tras nuestra visita.

**Emprendedores del mundo rural ya han identificado esta gran oportunidad de negocio**

Volar o no volar, he ahí la cuestión

**F**lygskam (vergüenza de volar) es un término que se está volviendo cada día más popular en Suecia y que ha reducido el tráfico aéreo en un 5% en el primer trimestre de 2019. Tomar conciencia sobre la contaminación atmosférica que producen los desplazamientos en avión. Un reflejo de la creciente concienciación social de este problema son los cada vez más numerosos movimientos que exigen poner límite a la aviación o renunciar por completo a volar. Los viajes aéreos suponen un 2% de las emisiones globales, frente a un 19% del resto de vehículos. Si se compara con el tren, viajar en ferrocarril causa mucha menos contaminación ambiental. La sueca Maja Rosén ha lanzado para este año *Flight Free 2020*, con la meta de llegar a 100.000 practicantes. Desde su campaña, indican que una persona que viaje en tren emite 14 gramos de dióxido de carbono por kilómetro y 285 gramos si lo hace en avión. No obstante, a los españoles no descartan volar. El flujo de pasajeros creció el 5,9% en junio de 2019, respecto al mismo mes del año anterior, en nuestras terminales españolas. Esto se debe al precio de los billetes de las compañías *low cost*. La competitividad entre las empresas está ofreciendo vuelos por menos de 30 euros, un precio con el que el resto del transporte no puede competir.



REVISTA  
DIGITAL

# T Transporte elEconomista y Movilidad



Acceso libre descargándola en:



- Descárguela desde su ordenador en [www.economista.es/kiosco/transporte](http://www.economista.es/kiosco/transporte)
- También puede acceder desde su dispositivo Android en Play Store  o Apple en App Store  escribiendo elEconomista en el buscador 



## Los **eventos**, un reclamo para todo tipo de públicos

Cada año, millones de turistas visitan nuestro país, interesados en sus diversos atractivos. Son múltiples los eventos que entusiasman a todos sus visitantes como, por ejemplo, fiestas populares, competiciones deportivas, ferias y festivales, obras de teatro, conciertos y musicales... **elEconomista**

**C**ada año, millones de turistas visitan España, interesados en los diversos atractivos que posee nuestro país, una de las principales potencias en este sector a nivel mundial. Cabe destacar que España es el tercer país con más Patrimonio de la Humanidad –por detrás de Italia y de China– con un total de 44 enclaves destacados, entre los que se encuentran la Alhambra de Granada, la Cueva de Altamira en Cantabria o ciudades como Tarragona, Ibiza y San Cristóbal de la Laguna, entre otras.

Además, a todo lo anterior se suman los múltiples eventos de diversa índole (culturales, deportivos, musicales, artísticos, etc.), que son un auténtico reclamo y que entusiasman a todos sus visitantes. De este modo, durante todo el año se puede disfrutar de fiestas populares, competiciones deportivas de primer nivel, ferias y festivales, exposiciones de artistas importantes, obras de teatro, conciertos y musicales... La oferta, como vemos, es muy amplia.

Uno de los eventos que más personas congregan y que más dinero mueven son los festivales de música. Según el informe *Los Festivales de Música en España*, elaborado por la escuela de negocios *online* OBS Business School, en 2018 se celebraron en nuestro país un total de 869 eventos musicales, que movilizaron a 27 millones de personas. Como recoge el estudio, estas cifras no hacen más que confirmar el buen momento que vive este nuevo modelo de la industria musical, que crece a tasas del 24%, con un volumen de facturación de la música en vivo en España de 334 millones de euros solo con la venta de entradas y que se duplica con la venta de artículos promocionales, ayudas públicas y los ingresos de patrocinio.

**España acogió 869 eventos musicales en 2018, que movilizaron a 27 millones de personas**

**La industria ferial genera un impacto de 5.000 millones de euros anualmente**

Los festivaleros, tanto de dentro como de fuera de nuestras fronteras, se sienten atraídos por estos eventos que combinan diversión y buena música. El desembolso que llevan a cabo no solo se limita al propio festival, sino que también incluye el transporte, alojamiento, comida, etc. Por todo ello, según el mencionado estudio, el impacto económico total estimado en nuestro país alcanza los 5.600 millones de euros, concentrando Cataluña el 44% del mismo.

En este sentido, según un informe relacionado con el anterior –*El hit de los festivales de música en España*, elaborado por la profesora de OBS Business School, Natividad Bucea–, cada asistente realiza un desembolso medio de 500 euros por festival. Asimismo, estos eventos son un importante polo de empleo: se estima que cada uno de ellos genera 130 puestos de forma directa y 230 de manera indirecta, mientras que requieren un presupuesto de unos 640.000 euros y tienen un impacto económico de aproximadamente 6 millones de euros.

### **Ferias temáticas y populares**

Otro de los eventos que también genera notables cifras económicas son las ferias, que se han convertido en un importante motor económico para la economía española. De hecho, según la Asociación Española de Ferias (AFE), la industria ferial genera un impacto económico de 5.000 millones de euros anualmente. Las ferias cuentan con temáticas tan variadas como inmobiliaria, automóvil, equipamiento del hogar, juegos, bodas y comuniones, caza y pesca, etc.

En 2018, este sector registró la participación de 60.000 expositores y ocho millones de visitantes. Sin ir más lejos, el pasado mes de diciembre, la celebración de la COP25 en

Madrid generó unos ingresos aproximados de 200 millones de euros, según datos proporcionados por la Comunidad de Madrid.

Por su parte, las ferias propias de ciudades españolas, como la Feria de Abril de Sevilla, son eventos muy atractivos para visitantes nacionales y extranjeros. En el caso de esta popular feria, declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional, genera 830 millones de euros durante los días que se celebra, según un estudio elaborado por la Universidad de Sevilla. Por su parte, la estimación de asistentes cada año a la feria se sitúa en torno a los 3,6 millones de personas.

### **Musicales, sinónimo de éxito**

Los musicales se han convertido en auténticos fenómenos culturales mundiales. En nuestro país destaca, sobre todo, la zona de la Gran Vía madrileña y alrededores. De hecho, según un estudio llevado a cabo por Canal Sondeo sobre este fenómeno, el 21% de los turistas españoles que visitaron Madrid durante 2018 lo hizo para acudir a ver un musical como primera razón.

De este modo, Madrid se ha convertido –con más de tres millones de entradas vendidas al año– en la ciudad líder de los musicales en castellano atendiendo al volumen de sus producciones y se sitúa en el tercer puesto del *ranking* europeo por detrás de Londres y de Hamburgo. La obra estrella en la capital es *El Rey León*, que ya en su primera temporada en nuestro país llegó a recaudar 31 millones de euros, reuniendo a 435.000 espectadores. Al término de 2018, había vendido más de tres millones de entradas en 2.500 representaciones. Por todo ello, los musicales se han consolidado como una importante fuente de ingresos para la economía madrileña.

# Ostelea forma en la excelencia a los profesionales del sector

La Escuela Universitaria Internacional Ostelea está dedicada al 'management' turístico. A pesar de su corta trayectoria, la calidad de su formación y el conocimiento que cultiva a través de sus 'partners' académicos le permiten obtener buenas posiciones en los mejores 'rankings' nacionales e internacionales. **elEconomista** MADRID.

**O**stelea, School of Tourism & Hospitality forma parte de la división de Planeta Formación y Universidades de Grupo Planeta, que mantiene intacto el compromiso del Grupo con la educación universitaria y la formación profesional y continua. Se trata de una vocación de servicio a la sociedad que se traduce en la máxima conexión con la realidad del mercado laboral y los profesionales actuales y futuros, encargados de transformarla.

La Escuela de Management Turístico Ostelea forma en la excelencia con gran rigor académico a los presentes y futuros líderes, managers y profesionales del sector turístico desde una visión multicultural abierta al mundo internacional. Más del 70% de los alumnos son internacionales y más del 50% del claustro cuenta con experiencia profesional internacional, que combina su actividad docente con posiciones de responsabilidad en las principales compañías del sector turístico a nivel mundial. Todo ello aporta al estudiante una visión crítica, global e internacional del turismo. La transformación es uno de sus principales ejes. A través del conocimiento, Ostelea transforma al alumno, formándolo para ser un líder competitivo en el mercado, y a su vez la escuela colabora en la transformación del sector turístico profesionalizándolo.

La estrecha relación con el ecosistema empresarial es la base de sus programas y su actividad académica. La escuela cuenta con dos campus en las principales ciudades de España: Barcelona y Madrid. La apertura del campus en Rabat (Marruecos) responde al interés estratégico del desarrollo del turismo en el país. Desde la escuela, están comprometidos con la innovación, la vinculación empresarial y entendiendo el tándem alumno-empresa como indisoluble y en el centro de su atención.

Una de las misiones principales de Ostelea es contribuir al desarrollo económico, social y profesional de forma sostenible en la industria turística. La escuela imparte MBA y másteres en las principales áreas de formación de Turismo, así como *executive training* para facilitar la formación a los profesionales que disponen de menos tiempo.

## Formación 'online' a la carta

OTS es la escuela de Turismo en modalidad *online* que pertenece a Ostelea, School of Tourism & Hospitality. Entre sus objetivos destaca garantizar que el aprendizaje del alumno sea lo más enriquecedor posible dentro de una flexibilidad independientemente de su ubicación. Para ello, pone a dispo-



Izquierda, Jennifer Rodríguez, de Ostelea. Abajo, sede de Ostelea en Barcelona. EE

un impacto directo a los negocios a través de la transformación de los alumnos. Reciben una formación táctica y técnica de un profesorado activo en el sector. El perfil del alumno *executive* es de un 65% internacional y un 35% nacional, mayoría de mujeres frente a hombres y una media de edad de 35 años con seis años de experiencia. Algunos de los programas más destacados son: *Executive Training* en *Revenue Management* y Marketing Turístico, en Madrid o el *Executive Training* en Emprendimiento e Innovación Turística, en Barcelona.

Este es el quinto año que esta empresa participa en Fitur, que tiene lugar del 22 al 26 de enero, y como novedad en el *stand* se recrean tres espacios que representan tres de sus másteres más destacados: Máster *Executive* en Organización de Eventos y Protocolo, el Máster *Executive* en Dirección Hote-

**El 35% del alumnado en los 'Executive Trainings' es internacional**



sición del estudiante un acompañamiento académico y exclusivo que lo guiará durante toda su formación. En este sentido, más de 250 alumnos de distintos lugares del

mundo comparten campus virtual enriqueciendo la experiencia y el aprendizaje.

Los *Executive Trainings* de Ostelea y OTS están especialmente pensados para generar

lera y Restauración y el Máster Ejecutivo en Dirección de Food&Beverage. En la Feria Internacional del Turismo el director del máster F&B, Javier de las Muelas, exitoso restaurador empresario y director del Dry Martini, realizará en el *stand* de Ostelea una demostración de los mejores combinados para deleitar a los asistentes y explicará en primera persona los valores más destacados del programa que él dirige, el F&B.

Con el Ostelea Talent Day (OTD), la escuela canaliza las distintas vías que ofrece a los hoteles para la adquisición y desarrollo de talento en una sola acción. Esta iniciativa tiene como objetivo detectar y desarrollar el potencial de los directivos, técnicos y resto de empleados del establecimiento o cadena, con una orientación transformacional orientada al management. Esta iniciativa surge del compromiso firme de Ostelea por transformar la industria turística en general y el sector hotelero en particular, a través de la formación continuada, la preparación y la capacitación de sus alumnos para hacer frente a los retos.

Con el OTD, Ostelea estará presente con un *stand* y con la participación en varios paneles y mesas redondas en Fitur Talent, espacio que este año Fitur dedica al talento y donde Ostelea no podía faltar.



# PROTECTORES

Protegemos el medio ambiente.  
Evitamos el plástico. Consumimos  
electricidad 100% renovable y productos  
de proximidad.



# PARADORES

Hoteles & Restaurantes 1928