CURT EDICIONES SA

GRAN HOTEL TURISMO

Le agradecemos la adquisición el ejemplar digital de nuestra revista



A continuación le indicamos instrucciones necesarias para leer un PDF, de la manera más clara y sencilla posible.

La mayoria de los navegadores más modernos incluyen lector de pdfs integrado, pero si desea leer en modo revista le recomendamos se descarge el software

Adobe Acrobat Reader

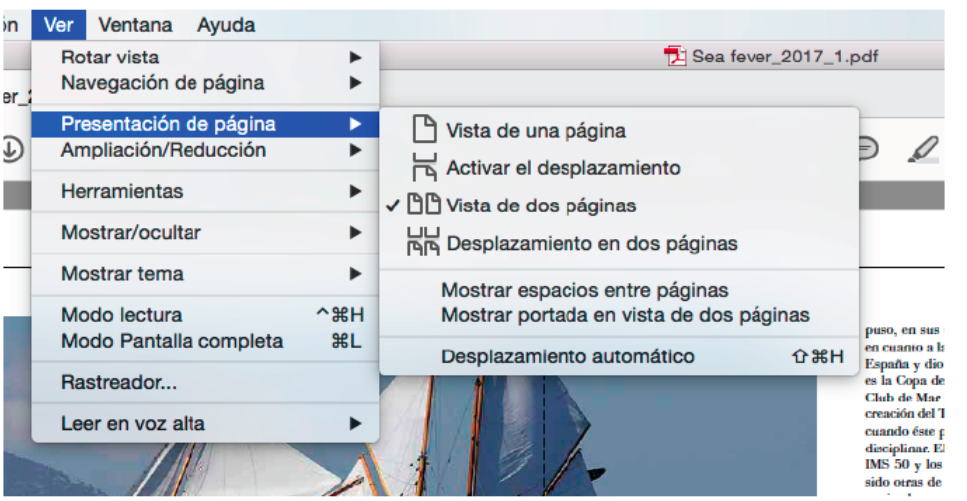
Una vez visualizada su revista en el Adobe Acrobat Reader

seleccione en el menú

Ver la presentación de la página a dos páginas.

También para una lectura más comoda escoja

Modo pantalla completa.



Esperamos disfrute con nuestra publicación.

No olvide volver a visitar nuestra página e inscriberse en el newsletter que le mantendrá informado de la publicación de nuevos ejemplares.

Copyright 2017 CURT EDICIONES, S.A.

Nº 290 · 4 €
CURT EDICIONES SA
WWW.REVISTAGRANHOTEL.COM

GRAN HOTEL

TURISMO



MEDITERRÁNEO BAY HOTEL SPA & RESORT

ROQUETAS DE MAR (ALMERÍA)

VACACIONES FAMILIARES

Destino Baleares • Turismo en España

ESPECIAL SALUD Y WELLNESS · **HOTELES COVID FREE**



tattoo.

No existen imposibles,
solo posibilidades.

Los paguroideos prueban cientos de conchas hasta encontrar la mejor.

En **tattoo.** equipamos espacios, y sabemos que encontrar un lugar a medida no es nada fácil; por eso, nos convertimos en auténticos paguroideos y, mediante un servicio 100% *custom made*, buscamos los mejores materiales y mobiliario, convirtiendo tus ideas en realidades.

Más info: **tattoocontract.com** | **+34 981 902 320**

Sumario • nº 290

Contenido

UN VERANO DIFERENTE

En un verano en el que el Covid-19 lo ha transformado todo, las vacaciones están marcadas por encontrar destinos y establecimientos seguros. El turismo, que en España representa cerca del 12% del Producto Interior Bruto, ha sido uno de los sectores a los que más ha afectado la crisis sanitaria del coronavirus. Para la recuperación del mercado y, al mismo tiempo, salvaguardar la salud de todos, el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE) ha creado el sello turístico Safe Tourism Certified. El objetivo es generar confianza, demostrando a clientes y público en general su compromiso para evitar la propagación; facilitar la paulatina reincorporación y acogida de sus clientes para la reapertura; acreditar que los establecimientos aplican las medidas necesarias para la reducción del riesgo frente al Covid-19; proporcionar su implantación con un enfoque sectorial adaptado a los diferentes subsectores del sector turístico y con un carácter eminentemente práctico, y mejorar la imagen de marca. Sobre los efectos del Covid-19 gira este número en el que se incluyen reportajes sobre turismo en España, vacaciones familiares, turismo de salud y *wellness*, hoteles Covid Free y Baleares.









8 En portada



MEDITERRÁNEO BAY
HOTEL SPA & RESORT ✷✷✷✷
Pez Espada, s/n.
04710 Roquetas de Mar (Almería).
Tel.: 950 333 250.
E-mail: reservas2@mediterraneobay.com
www.mediterraneobay.com

2 Proyectos y nuevas aperturas
3 Actualidad corporativa
6 Actualidad hotelera
8 En portada: Mediterráneo Bay Hotel Spa & Resort
12 Vacaciones familiares
21 Pierre & Vacances
22 Turismo de salud y wellness
30 Vacaciones en España
40 Hoteles Covid Free
45 Baleares
54 Actualidad turística
55 Orac Decor
56 MICE
58 Gastronomía
62 Shopping

GRAN HOTEL TURISMO

Director: Enrique Curt.
Asesora editorial: Laura Curt Iborra.
Redactora jefe: Isabel Fernández.
Redacción Barcelona: Laura Morales.
Directora de arte: Imma Párrizas.
Corrección: Bel Guerra.
Colaboradores: Lluís Mesalles.

PUBLICIDAD:
Central Barcelona: Maribel Gimisó, María José Giménez, Sònia Garcia.
E-mail: comercialgranhotel@curtediciones.com
Consell de Cent, 398. Bajos. 08009 Barcelona.
Tel.: 933 180 101.
Zona Centro:
E-mail: comercialgranhotel@curtediciones.com
Tel.: 933 180 101.

Distribución y suscripciones: Encarna Rubia.
Tel.: 934 121 177. **Suscripción:** 11 números: 48 €
Precio Ejemplar: 5 € • Canarias y aeropuertos: 5,20 €
E-mail redacción:
granhotel@curtediciones.com
E-mail publicidad:
comercialgranhotel@curtediciones.com
Impresión: Litografía Rosés
Depósito Legal: B44814/91

Edita: CURT EDICIONES S.A.
Consell de Cent, 398, bajos. 08009 Barcelona.
Tel.: 933 180 101. **Fax:** 93 4 126 181.
www.curtediciones.com
Presidente Fundador: Enrique Curt.
Editora: Laura Curt Iborra

Los artículos son propiedad del editor, quedando prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización precisa. Las imágenes de portada y sumario aparecen con sus créditos y/o pies de foto en sus respectivos artículos.
El editor no se responsabiliza de la opinión de sus colaboradores redaccionales. Printed in Spain. Revista mensual

NUEVO HOTEL RURAL LLAR DE BENIARDÀ EN LA SIERRA ALICANTINA

El nuevo hotel rural Llar de Beniardà es un lugar idílico para resetearse este verano y recuperar la serenidad después de los intensos meses vividos en la sierra alicantina. Llar de Beniardà es una antigua casona rehabilitada con mucho cariño, que conserva ese sabor de las casas de antaño. Está ubicada en Beniardà, un pequeño y encantador pueblo en plena montaña de Alicante (Marina Baja), rodeado de agrestes picos, huertos y fuentes de agua. La propiedad cuenta con cuatro amplias habitaciones con baño; buhardilla con terraza y preciosas vistas a las montañas; un íntimo y coqueto patio interior, cocina, comedor, bodega y biblioteca. Tiene una capacidad máxima para 14 personas y se puede reservar por habitaciones y alquilar la casa completa para grupos. Se ofrece el servicio de desayunos para las reservas por habitaciones.





ROOM MATE FIRMA SU PRIMER PROYECTO EN OPORTO

Room Mate Hotels ha firmado su segundo hotel en Portugal, concretamente en la ciudad de Oporto, adquirido por un fondo internacional gestionado por Caler Advisory. A finales de 2021, la compañía hará su gran entrada en Portugal con la apertura de su primer hotel en Lisboa, que está en fase de construcción por parte de Sete Colinas Real Estate Fund. Ubicado en la Rua Cedofeita, una de las principales calles comerciales de Oporto, el hotel contará con 78 habitaciones, un espectacular jardín con piscina exterior, terraza, sala de banquetes, gimnasio y spa. El interiorista y anticuario Lorenzo Castillo será el encargado de diseñar las habitaciones y zonas comunes del primer Room Mate Hotels en Oporto, que abrirá sus puertas a finales de 2022.

PRIMER HOTEL DE H10 EN BENIDORM

H10 Hotels ha abierto en Benidorm el H10 Porto Poniente, un hotel de cuatro estrellas superior de nueva construcción con 174 habitaciones y una ubicación privilegiada en primera línea de mar, en el emblemático paseo marítimo de la Playa de Poniente y a escasos metros del casco antiguo de la ciudad. El hotel, que es el primer establecimiento de la compañía en la Costa Blanca, destaca por sus magníficas instalaciones que incluyen un restaurante a la carta, un *lobby bar*, dos terrazas panorámicas con *plunge pool* y zona de hamacas; una de las terrazas es exclusiva para adultos y la otra cuenta con el *rooftop bar* Marea Alta. Además, en la última planta se encuentra un solárium con camas balinesas, hamacas y duchas, también con unas magníficas vistas a la Playa de Poniente y a la Isla de Benidorm.



Double Trre by Hilton

Abre en Islantilla el primer hotel de la marca



El pasado viernes 3 de julio tuvo lugar la apertura oficial del Islantilla DoubleTree by Hilton, operado por GAT (Gestión de Activos Turísticos) tras una importante inversión y reforma del anterior hotel Islantilla Golf Resort, convirtiéndose en el primer hotel con marca internacional en la provincia de Huelva. El hotel cuenta con 204 amplias habitaciones y más de 10.000 m² de espacios verdes y jardines. A la oferta de alojamiento, el nuevo DoubleTree by Hilton suma el servicio de Beach Club Islantilla exclusivo para sus huéspedes y un campo de golf de 27 hoyos con restaurante, todo ello gestionado también por GAT. Además, la existencia de tres campos de fútbol con medidas FIFA, convierten al hotel en el alojamiento perfecto y propicio para las concentraciones de equipos internacionales.

Barceló Hotel Group

Reforma el Barceló Costa Vasca

El Barceló Costa Vasca de San Sebastián ha reabierto tras una ambiciosa reforma. El proyecto ha incluido el recubrimiento de la característica fachada del hotel, un referente de la arquitectura brutalista en Euskadi. Además, se ha llevado a cabo un trabajo de interiorismo inspirado en algunos de los símbolos más representativos de la ciudad de San Sebastián, así como del característico paisaje del País Vasco. La reforma ha permitido ampliar la zona exterior de la terraza, que ahora ocupa una superficie de 2.000 m², añadiendo una pérgola atoldada para dar servicio a los usuarios de la piscina semiolímpica como a los clientes del restaurante Ulía. Una de las principales intervenciones del proyecto ha sido la construcción de un moderno centro de convenciones de 1.000 m² con nueve salas de reuniones panelables y dotadas de luz natural, al que se ha reforzado con la creación de un *parking* subterráneo con 320 plazas. El proyecto incluye la inauguración de unas instalaciones deportivas de 10.000 m², además de una piscina cubierta y descubierta, centro *wellness* y salón de belleza. Unas instalaciones gestionadas por la cadena Metropolitan.



Accor

Novotel & ibis Styles Madrid City Las Ventas, un nuevo concepto que aúna dos marcas

Accor ha creado un nuevo concepto hotelero a partir de la unión de dos de sus marcas, Novotel e ibis Styles, en un mismo edificio. El resultado es Novotel & ibis Styles Madrid City Las Ventas, que acaba de abrir sus puertas tras la renovación integral del que fuera Novotel Madrid Puente de la Paz. Los dos hoteles suman 252 habitaciones: 156 en Novotel y 96 en ibis Styles. Las tres primeras plantas del hotel acogen las habitaciones tematizadas en torno al mundo del cómic de ibis Styles y las cuatro últimas las habitaciones N-Room de Novotel. Los hoteles comparten las zonas comunes, como el área de desayuno, el gimnasio y la propuesta gastronómica, capitaneada por el chef Rubén Príncipe, ganador del II Certamen Nacional de Gastronomía. Asimismo, para redondear cualquier estancia, otro de sus *highlights* es su amplia terraza con piscina, abierta al público, ideal para refrescarse durante el caluroso verano madrileño.



Hoteles Silken

Incorpora un nuevo establecimiento en Durango



Hoteles Silken incorpora a su cartera de establecimientos el hotel Silken Gran Hotel Durango, de cuatro estrellas. Con esta nueva incorporación, la compañía refuerza su presencia en el País Vasco, una zona de especial interés para la cadena donde, aparte de contar con su sede central, ya suma un total de cinco establecimientos, tres de ellos ubicados la provincia de Vizcaya. La compañía continúa así con la estrategia de expansión nacional ya anunciada a comienzos de año, un ejercicio en el que ha incorporado hasta el momento tres nuevos establecimientos, con el objetivo de poder ofrecer una experiencia única a cada cliente en cada vez más ciudades. El establecimiento es un coqueto palacio del siglo XX que fue reconvertido en un señorial hotel de cuatro estrellas por el arquitecto Álvaro Líbano. Este edificio de singular valor arquitectónico es una obra original del afamado arquitecto Manuel Smith. Dispone de 68 habitaciones, restaurante propio, *lobby bar*, salas para reuniones y eventos, terraza exterior y jardín, aparcamiento, piscina exterior, gimnasio y un Sport Club & Spa by Metropolitan de 1.000 m².

Barceló Hotel Group

Firma un acuerdo para la gestión de dos hoteles de cinco estrellas en Alicante



Barceló Hotel Group ha mostrado su flexibilidad y capacidad de adaptación a las circunstancias del mercado con la firma de un nuevo acuerdo para la gestión durante 25 años de dos hoteles de cinco estrellas de nueva construcción en la provincia de Alicante. Propiedad de la empresa Urteim, los dos establecimientos, de 95 y 148 habitaciones respectivamente, están ubicados en el municipio de La Nucía, lugar privilegiado entre el mar y la montaña, a 7 minutos de Benidorm. Con estos dos nuevos hoteles, que se operarán con la marca Barceló a partir de abril 2021, la reciente apertura del Occidental Alicante, y el emblemático Asia Gardens, a Royal Hideaway Hotel, Barceló Hotel Group gestionará un total de cuatro hoteles y 630 habitaciones en la provincia de Alicante.



Paradores

Invierte 17 millones de euros en la reforma del Parador de Aiguablava

El recién renovado Parador de Aiguablava ha abierto después de una profunda remodelación que ha durado tres años y una inversión de más de 17 millones de euros. La reforma integral se ha llevado a cabo en todas sus instalaciones mejorando la imagen del edificio con una nueva fachada más vanguardista. Sus seis plantas reparten 78 habitaciones, que han sido totalmente rediseñadas y redecoradas. Las zonas exteriores se han mejorado con un solárium, terrazas y una piscina de temporada que cuenta con unas inmejorables vistas al mar Mediterráneo. También se ha construido un nuevo spa y un gimnasio panorámicos. Con esta profunda remodelación se han eliminado todas las barreras arquitectónicas mejorando la accesibilidad en todo el Parador.

H10 Hotels

Reabre el H10 ImperialTarraco tras ser reformado



El H10 Imperial Tarraco ha reabierto en el centro histórico de Tarragona, en primera línea de mar y junto al anfiteatro romano. Este emblemático hotel de la ciudad, que data del 1963, reabre reconvertido en un cuatro estrellas superior tras una reforma integral que ha durado poco más de dos años. Los trabajos de reforma han respetado la volumetría del edificio original pero se han reformulado totalmente los espacios interiores, creando nuevos servicios como la impresionante terraza en la última planta con vistas al mar, así como nuevos salones de reuniones, también con vistas al mar, o el Despacio Beauty Centre. También han ganado tamaño las habitaciones, que ahora son 144 pero más espaciosas y con excelentes vistas al mar. El interiorismo del H10 Imperial Tarraco se inspira en el Mediterráneo y en la idea de un barco amarrado en el puerto de la ciudad. El mar está presente en todas las estancias y por ello en el interiorismo también predominan el uso del azul y el blanco, así como los tejidos en color caldero. Además, grandes murales y esculturas de inspiración romana están presentes en las zonas comunes del hotel.

Rosewood Hotels & Resorts

El Villa Magna de Madrid, primer hotel español en operar con la marca



Rosewood Hotels & Resorts® ha sido seleccionada por RLH Properties, propietaria del Villa Magna de Madrid, para administrar el hotel. Este será el primer hotel de la marca en España, y la cuarta operación en Europa. Situado en el Paseo de la Castellana, la propiedad se estrenará como Rosewood Villa Magna tras una profunda renovación, durante la cual la propiedad permanecerá abierta, y que incorporará un diseño contemporáneo ambientado en la capital española. El Villa Magna está actualmente cerrado como medida de precaución debido a la Covid-19 y reabrirá sus puertas el 1 de septiembre de 2020, operando de manera independiente hasta que Rosewood asuma la administración una vez finalizada la renovación, hacia finales del año 2021.

Accor

Refuerza el desarrollo de Tribe, su enseña de estilo de vida

Accor fortalece su crecimiento en el sector del estilo de vida con Tribe, una marca *midscale* de rápida expansión, que está superando las expectativas iniciales y planea abrir más de 50 hoteles en todo el mundo. En Europa, además de París, Ámsterdam o Varsovia, donde ya se han firmado hoteles, se están ultimando proyectos en ubicaciones tan emblemáticas como Berlín, Londres, Bruselas, Lisboa y Viena. En los próximos cinco años, la marca prevé la apertura de un total de 150 hoteles a nivel global dirigidos a una nueva generación de viajeros en busca de experiencias sofisticadas pero asequibles. Tribe, diseñada para ser un espacio urbano único, se centra en las áreas comunes y en las habitaciones de los clientes, creando espacios multifuncionales que fomentan la interacción entre ellos y proporcionan la sensación de estar en casa.

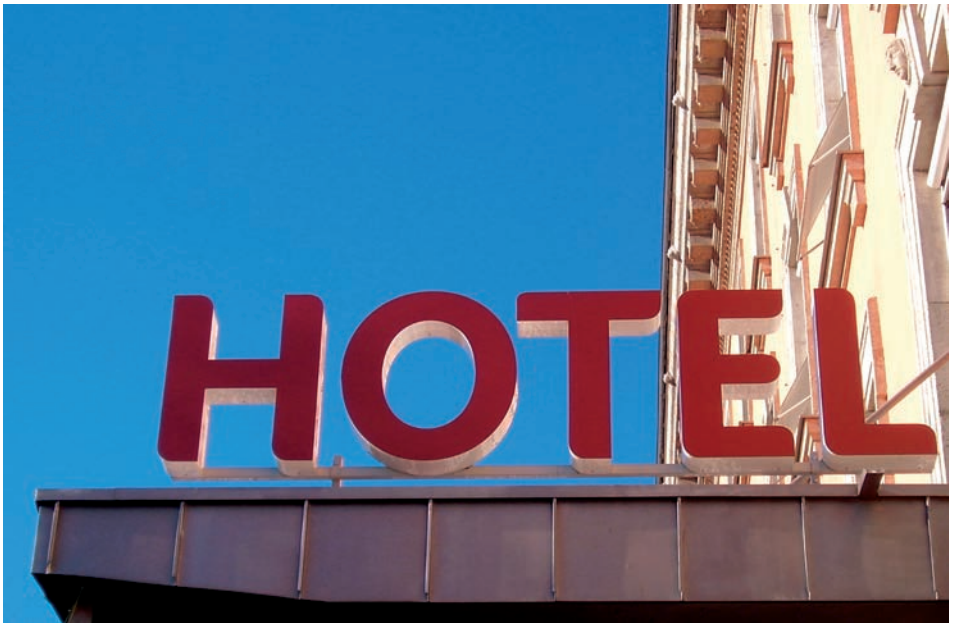


LAS DIEZ PRIMERAS CADENAS CONCENTRAN LA TERCERA PARTE DEL MERCADO HOTELERO ESPAÑOL



Según el *Observatorio Sectorial DBK* de Informa (filial de CESCE), la evolución del volumen de negocio de los establecimientos hoteleros mostró en 2019 una reactivación, gracias al buen comportamiento de la demanda, sobre todo nacional, el desplazamiento de la demanda hacia hoteles categorías altas y el crecimiento de los precios. La facturación sectorial superó su máximo histórico y se situó en 17.250 millones de euros, un 3,9% más que en 2018, año en el que la tasa de variación fue del 2,5%.

El número de viajeros alojados creció un 3,1% en 2019, porcentaje que fue algo superior en el segmento extranjero. Las pernoctaciones aumentaron un 0,9%, observándose un mayor incremento de las realizadas por los españoles (+2,5%) que en el segmento de los extranjeros (+0,1%).



El fuerte impacto de la pandemia del coronavirus (Covid-19) en la actividad sectorial y el deterioro de la coyuntura económica provocarán una caída significativa del volumen de negocio en 2020. Las medidas de confinamiento y cierre de establecimientos y de fronteras durante buena parte del primer semestre, y la caída de la demanda tras la desescalada por el debilitamiento económico y el miedo a los desplazamientos anticipan unas condiciones muy desfavorables para las ventas y la rentabilidad de los hoteles en el conjunto de 2020, no esperándose que recuperen los niveles de 2019 antes del año 2022.

El número de establecimientos hoteleros abiertos en la temporada alta de 2019 ascendió a 17.003, un 0,5% por encima de la cifra del verano del año anterior. Estos establecimientos contaban con 1,86 millones de plazas, un 1,4% más que en 2018.

La actividad hotelera sigue presentando una tendencia de creciente concentración de la oferta en las principales enseñas. Así, los cinco primeros operadores reunieron de forma conjunta el 20,7% de la facturación sectorial de 2019, porcentaje que se elevó hasta el 32,1% al considerar a los diez primeros.

IURBAN Y TELEFÓNICA CREAN EL SERVICIO HOTELES SIN CONTACTO



Telefónica Empresas y la empresa iUrban, *startup* participada por Wayra, han desarrollado una solución que permite a los hoteles digitalizar todo el papel de sus establecimientos, evitando así el contacto entre empleados y clientes. Este nuevo servicio se puede utilizar desde cualquier dispositivo móvil, como una *tablet* o *smartphone*, y es tan sencillao como escanear un código QR, elegir el producto que se quiere consumir y luego ver en la aplicación, que no hace falta descargar, el tiempo que falta para que nos llegue. El sistema también cuenta con un *dashboard* de gestión *on line* que permitirá a los administradores saber la cantidad de pedidos que hay, gestionarlos y otro tipo de datos como cuánto se ha tardado en completar el servicio y saber el *feedback* de los clientes. Un servicio que ha comenzado a utilizar la cadena hotelera Silken en el global de sus 25 hoteles.

ANANTARA VILLA PADIERNA PALACE SE INCORPORA A THE LEADING HOTELS OF THE WORLD

Anantara Villa Padierna Palace, ubicado en la Costa del Sol, se incorpora The Leading Hotels of the World, la colección mundialmente reconocida de hoteles de lujo. La propiedad ofrece 132 habitaciones, suites y villas. Cada una de las nueve lujosas villas tiene entre una y dos, y está diseñada para huéspedes que buscan mayor intimidad, con servicio de mayordomo y piscina privada. La icónica piscina ajardinada del hotel configura la pieza central de los pintorescos jardines, rodeados de elegantes cipreses y palmeras. El complejo cuenta con diversos restaurantes, spa, un club de golf, entre otras instalaciones.





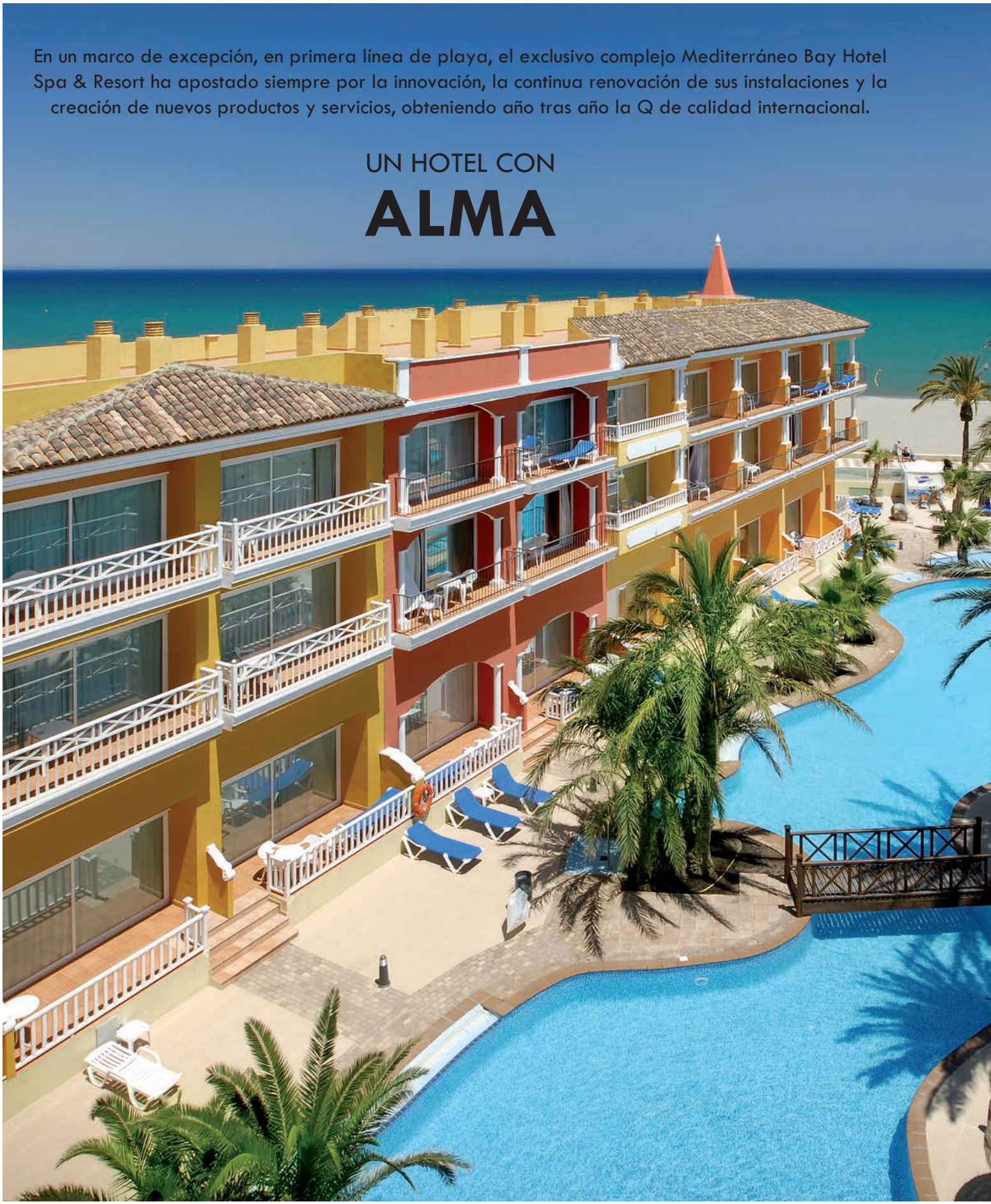
Reabre La Torre del Canónigo de Ibiza tras su remodelación

La Torre del Canónigo Petit Luxury Hotel de Ibiza reabre tras experimentar la transformación más importante a la que ha estado expuesta, debido a la adquisición del hotel El Corsario y el proyecto de interiorismo ideado por Lázaro Rosa-Violán. La Torre del Canónigo se convierte así en un Petit Luxury Hotel que cuenta con 25 habitaciones incluyendo entre ellas tres suites. La remodelación integral del hotel aspira a un homenaje a la arquitectura y estilo de vida mediterráneo y costero presentando el hotel como un punto de llegada de "peregrinos" y viandantes venidos de sitios lejanos, casi como si fuera un icono sagrado. El estudio de interiorismo ha querido diversificar el estilo que forma el conjunto hotelero, pero al mismo tiempo manteniendo algunos caracteres comunes, típicos del ambiente ibicenco. La Torre del Canónigo Petit Luxury Hotel cuenta con una amplia oferta Food & Beverage, con conceptos muy diferenciados que personifican cualquier propuesta gastronómica.

Roquetas de Mar (Almería)

En un marco de excepción, en primera línea de playa, el exclusivo complejo Mediterráneo Bay Hotel Spa & Resort ha apostado siempre por la innovación, la continua renovación de sus instalaciones y la creación de nuevos productos y servicios, obteniendo año tras año la Q de calidad internacional.

UN HOTEL CON ALMA







MEDITERRÁNEO BAY

Hotel Spa & Resort

La máxima prioridad de la familia Vázquez, propietaria del Mediterráneo Bay Hotel Spa & Resort, en esta excepcional situación que se está viviendo debido al Covid-19, es cuidar y velar por la seguridad de los clientes para que puedan disfrutar de unas vacaciones tranquilas y seguras.

Escapada mediterránea

Su privilegiada ubicación, a orillas del Mediterráneo con accesos al Paseo Marítimo y en una zona tranquila, lo convierte en una experiencia única para desconectar.

El Mediterráneo Bay Hotel, Spa & Resort cuenta con una amplia variedad de habitaciones con un extenso abanico de ventajas y servicios adaptándose a las necesidades de sus clientes.

Un mundo de sabores

El hotel invita a disfrutar de una variedad gastronómica en cualquiera de sus restaurantes, en un ambiente privilegiado junto al mar. Takamaka, su restaurante japonés, es una propuesta para degustar la cocina asiática, novedosa y original. Sin embargo, si se prefiere un ambiente más íntimo, el restaurante Zeker es el lugar ideal. Por otro lado, si se desea un extraordinario y espectacular bufé con *show cooking*" se puede disfrutar de la experiencia en el bufé Area 50, que goza de una reconocida fama. Sin dejar de lado el entorno de la piscina, se puede acceder al restaurante Grill en el que prima la simplicidad y la rapidez, mientras que, junto a la playa, se puede disfrutar de la cocina mediterránea en un espacio singular rodeado de vegetación y con vistas al mar, en su terraza o en el interior en un ambiente relajado y sofisticado, en el restaurante Green Monkey.







Los huéspedes también pueden relajarse en los diferentes bares y pubs que ofrece el complejo como Il Giardinetto, el Pool Bar, el Bamboo, el Cocktail Bar o el Pub Kisima.

Una espectacular zona acuática, spa y *gym*

El parque acuático del resort es sinónimo de diversión y también de relax. 3.000 metros cuadrados con *jacuzzis* y cinco piscinas, una de ellas climatizada, configuran esta zona de aguas rodeada de jardines. El Aquapark Mediterráneo, con toboganes, cascadas y chorros de agua, está pensado para jóvenes y adultos, y el Aqua-Baby, una piscina con juegos interactivos acuáticos, varios toboganes, chorros de agua y un espectacular coche de bomberos, para los más pequeños.

Como novedad, esta temporada hay una piscina climatizada con la última tecnología acompañada de *jacuzzis*, sauna, baño de vapor, ducha a presión, duchas sensoriales y tumbonas, salas de masajes y zona de spa.

El hotel inaugura esta temporada un nuevo *gym*, un espacio para cuidar el cuerpo equipado con las más modernas máquinas para ponerse en forma.

¡Animación para todos!

El resort ofrece un variado programa de animación diurno y nocturno, tanto para adultos como para los más pequeños. Estos últimos están de enhorabuena por la apertura de un nuevo *kids club*, un espacio de más de 300 metros cuadrados con área de cine, sala de juegos y preparación de espectáculos.∎







CUIDAN DE TI PARA QUE TE SIENTAS SEGURO

En su larga trayectoria, el Mediterráneo Bay Hotel Spa & Resort siempre ha apostado por la innovación, nuevos productos y procesos para seguir con la excelencia vacacional. Hoy su principal prioridad es velar por la salud de sus clientes, por lo que han implementado el programa *Cuidamos de ti*, que incluye un plan de medidas para garantizar que el huésped pueda disfrutar de tu estancia en su hotel con total tranquilidad.

HIGIENIZACIÓN Y DESINFECCIÓN

Se llevarán a cabo protocolos de limpieza y desinfección completa del hotel mediante ozono para la eliminación rápida de virus, bacterias y hongos. Además, se realizará la desinfección diaria de textiles a más de 60 °C; la adecuación del servicio de *amenities para el huésped*; el uso de nuevos materiales homologados, más seguros e higiénicos, y habrá dispensadores de gel hidroalcohólico en todo el resort.

SEGURIDAD Y CONTROL EN ZONAS COMUNES

En zonas comunes como piscinas, bufé y otros espacios de mayor concurrencia se realizará una nueva disposición de elementos para garantizar las medidas de seguridad. También llevarán a cabo: control de temperatura corporal, medidas de protección para clientes y empleados, y nuevos protocolos en la recepción de mercancías de proveedores.

ZONAS DE AGUA

El resort cuenta con 3.000 metros cuadrados de zona acuática, lo que facilitará que los usuarios puedan cumplir con la normativa de distanciamiento social. Las zonas de agua, así como sus complementos, por ejemplo, las hamacas, serán desinfectadas tras su uso.

ADAPTACIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURACIÓN Y BARES

El hotel cuenta con cinco restaurantes, lo que garantiza que los clientes puedan disfrutar del servicio sin aglomeraciones, dejando la distancia de seguridad correspondiente entre cada comensal en cada uno de ellos. El bufé con *show cookings* constará de un mayor refuerzo servido por un profesional en porciones individuales, además de las medidas de seguridad necesarias (guantes, mascarillas…). A ello cabe añadir nuevos formatos de producto, desinfección de menaje, material y mantelerías, y reorganización operativa de los puntos de venta.

FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Programas de formación y sensibilización para la autoprotección de los empleados sobre los nuevos protocolos por expertos higiénico-sanitarios.

COMUNICACIÓN

Se maximizará la comunicación de las normas y medidas con el fin de mantener informados a sus clientes.

TECNOLOGÍA

Se llevará a cabo la digitalización de procesos permitiendo: reducción de contactos y riesgos y reducción en el tiempo de espera del *check in*.

OCIO

Gracias a los grandes espacios de los que dispone el resort, las actividades de ocio y entretenimiento podrán hacerse al aire libre, preferentemente, priorizando grupos reducidos. Para los más pequeños, el nuevo *kids club,* además de disponer de un espacio de 300 metros cuadrados, ideal para evitar contactos, está adaptado a las normas actuales de desinfección tras cada uso.



MEDITERRÁNEO BAY HOTEL SPA & RESORT ✷✷✷✷
Pez Espada, s/n.
04710 Roquetas de Mar (Almería).
Tel.: 950 333 250.
E-mail: reservas2@mediterraneobay.com
www.mediterraneobay.com

VACACIONES
FAMILIARES



DIVERSIÓN Y DESCONEXIÓN **CON LAS MÁXIMAS GARANTÍAS**



Todo ha cambiado en los últimos meses. El Covid-19 ha repercutido drásticamente en el turismo, siendo el sector económico más afectado en España. La manera de viajar se va a transformar y las familias que viajen con niños desearán desconectar de todo lo que ha pasado durante la pandemia con ocio y diversión pero lo querrán hacer con garantías de seguridad.

POR ISABEL FERNÁNDEZ

Best Pueblo Índalo

Este año todo parece indicar que las vacaciones van a ser más familiares que nunca debido a la situación provocada por el Covid-19. ¿Cómo esta pandemia está afectando al turismo familiar? Juan Alcubilla, director general corporativo de Best Hotels, responde que, "obviamente, estamos delante de una temporada totalmente atípica. Hay muchas incertidumbres, pero seguro que habrá mucha familias nacionales que este año se desplazarán a la costa para pasar sus vacaciones familiares. Creo que todo el mundo necesita recuperar mínimamente su vida, poder disfrutar de un poco de aire fresco, disponer de espacio, ver salir el sol por el horizonte…". Por su parte, Patricio Feier, director comercial del Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden, de Puerto de la Cruz (Tenerife), cree que "las familias estarán muy pendientes de las medidas que tomarán los destinos, empresa de transportes y hoteles, así como restaurantes, para decidir a donde viajarán". Además, Laure Fenech, responsable de Marketing & Comunicación de Pierre & Vacances, sostiene que "han sido meses complicados en los que, en general, todo el mundo ha pasado mucho más tiempo en familia del que el día a día o la cotidianidad nos permiten. Por eso, creo que el turismo familiar tendrá un papel fundamental este verano ya que, de alguna forma, es una recompensa a estos últimos meses que han sido duros para todo el mundo. Ante la nueva normalidad a la que tendremos que adaptarnos, las familias tienen ganas de seguir disfrutando de tiempo juntos, pero tiempo de calidad, en entornos al aire libre, en la montaña o la playa. Por eso, es importante que las cade-



SIAM PARK
HOTEL BOTÁNICO



nas hoteleras proporcionemos todas las garantías y seguridad para dar a todas las familias esas merecidas vacaciones, así como la oportunidad de desconectar y vivir momentos inolvidables". Según Juan Manuel Sánchez Velarde, director comercial de Q Hotels, "si tomamos como base el modelo clásico familiar de padres con uno o más niños pequeños (hasta 14 años), hay una serie de patrones comunes y generales a la gran mayoría. El confinamiento forzado y 'escolarizado' ha puesto a prueba muchas unidades familiares. Por tanto, a la mínima que se puedan realizar desplazamientos, lo haremos todos. Los que puedan y tengan segunda residencia en la playa o el campo darán prioridad en primera instancia a este tipo de escapada. Pero, por otro lado, muchos optarán por un descanso y relax rompiendo con las tareas cotidianas y la convivencia forzada a la que hemos estado sometidos para ir a hoteles o apartamentos. Y otros combinarán ambos. Otra tema importante es la situación económica que hará más o menos factible lo comentado. Pero un descanso o unas vacaciones, por muy cortas que sean, se antojan un factor de primera necesidad por salud mental y psicológica. Sin poder hablar de guarismos ni porcentajes, está claro que todas las cifras irán a la baja. El factor supervivencia como establecimiento hotelero va a depender mucho del tipo de alojamiento y el destino. Y a nivel de turismo familiar hay factores determinantes. Por ejemplo, en Q Hotels, con destinos como Zahara de los Atunes y Tarifa (a nivel vacacional), partimos con cierta ventaja por las características geográficas (muchos espacios abiertos y zonas protegidas, parques naturales con una extensión del 60% de su territorio) y demográficas (no hay tanta oferta hotelera a pesar de que años atrás toda la costa de Cádiz siempre está *full*). Todo junto proyecta una imagen de tranquilidad, naturaleza y no masificación, que lo hace un destino preferente; unido a experiencias y actividades complementarias para poder vivir más el exterior lo hacen factor determinante. Estas son características adicionales a las normativas de seguridad e higiene a las que nos veremos obligados a cumplir por el bien de todos".

Instalaciones, servicios, actividades…

La consigna a la hora de reservar un establecimiento para pasar las vacaciones con la familia es que facilite mucha diversión, pero ahora más que nunca también se va a buscar que sea seguro y que ofrezca una máxima higiene en todas sus instalaciones.

Para Francisco Javier Ribera, director del Gran Hotel Peñíscola y presidente de la Agrupación de Empresarios Turísticos de Peñíscola, "las actuales circunstancias nos obligan a facilitar nuestros servicios (dentro y fuera de los edificios) con las garantías suficientes como para que se mantengan, en la medida de lo posible, las distancias de seguridad exigibles. Inevitablemente, estas medidas afectan directamente al aforo de nuestros espacios y al volumen de participantes en las actividades de ocio y animación, que principalmente se van a desarrollar en un entorno al aire libre, antes que en un espacio reducido como podría ser un miniclub. Adicionalmente y puesto que el uso de mascarillas va a ser obligatorio, se minimizarán las actividades que supongan un esfuerzo físico importante para los participantes, y en cuanto a *shows* y espectáculos, estos serán meramente visuales, de entretenimiento, dejando este año de lado los directamente participativos con el público". Asimismo, Pablo Calvente Plaza,



PIERRE & VACANCES



Hotel Tarifa Lances (Q Hotels)

director del Hotel Elba Costa Ballena, de Rota (Cádiz), indica que, "en relación a las instalaciones y servicios esenciales para el disfrute de los niños, están las de piscina, una programación completa y variada de animación, la realización de actividades deportivas tanto en las instalaciones como en la playa y, por supuesto, una gastronomía de calidad y variada". Por su parte, Juan Alcubilla, de Best Hotels, también incide en que en "la nueva normalidad" van a tener protagonismo "piscinas, zonas recreativas, clubs infantiles y juveniles con actividades... Los adaptaremos intentando hacer el mayor número de actividades al aire libre, promoviendo juegos que faciliten la distancia física entre los niños, minimizando al máximo posible compartir enseres...". Juan Manuel Sánchez Velarde, de Q Hotels, sostiene que "se buscará un contacto menos masivo, con actividades para la unidad familiar personalizadas o que se contraten o alquilen servicios o material para practicar o disfrutar de ciertas actividades: rutas de *mountain bike*, actividades relacionadas con el mar (*kite surf* y *surf*), visitas culturales por la zona, observación de fauna y aves de la zona y, en la medida de lo posible, la ruta gastronómica si el destino lo tiene como valor turístico de cierto nivel, junto con escapadas a otros lugares de interés turístico que estén a menos de una hora de su lugar de descanso". Según Francisco Javier Ribera, del Gran Hotel Peñíscola, "debido a las limitaciones de aforos que vamos a tener que imponer en torno a las piscinas, entendemos que cualquier actividad acuática será especialmente demandada. También la participación en juegos tranquilos, aunque competitivos, y en los que se puedan mantener las distancias de seguridad, serán prevalentes frente a juegos de carácter colectivo o deportivo. Así, juegos como el *sjoelen*, las bochas, los bolos, los dardos, el tiro, la jenga o *spin ladder* han sido los mejores candidatos para haber sido implantados en nuestro programa de animación de este verano".

Estancia y gasto medio

Las consecuencias económicas que ha comportado la pandemia del coronavirus, evidentemente, van a provocar que muchas familias dediquen un menor presupuesto y, por tanto, menos días a sus vacaciones.

Sobre ello opina Francisco Javier Ribera, del Gran Hotel Peñíscola, al señalar que, "hasta la fecha, la estancia media rondaba las 5,4 noches en verano, en base a una ocupación de 3,7 personas por habitación. Por desgracia, estos índices se van a ver mermados muy a la baja, por diversos aspectos: la clara previsión bajista de quienes viajarán este verano; la situación económica de las familias también se ha visto 'tocada', por lo que se reducirán el numero de noches de estancia, en el mejor de los casos y, por consiguiente, los gastos extra durante la estancia, y también pronosticamos una bajada en las salidas que efectúen las familias numerosas, lo que afectará también al ratio de ocupación de las habitaciones". Para Juan Manuel Sánchez Velarde, de Q Hotels, "en términos generales, la estancia media se podrá ver recortada a tres cuartas noches cuando el año anterior estaba en torno a seis/siete noches según qué establecimiento. Siempre ha dependido del factor económico, pero este año será aún más determinante. El gasto medio podría estar alrededor de los 1.400 euros por semana en agosto para una pareja sin niños, y algo más dependiendo del número de niños, ofertas y políticas de descuento que se aplicarán". Por su parte, Juan Alcubilla, de Best Hotels, cree que "la estancia media estará en torno a las seis noches, y el gasto medio, alrededor de 50 euros por persona y día". Asimismo, Patricio Feier considera que "el tiempo de la estancia no cambiará. La persona que elija Tenerife y el Hotel Botánico para pasar sus vacaciones no las recortará ahora; otra cosa es el precio o más bien los servicios adicionales que les pueda ofrecer el hotel". Interesante son también son las cifras que aporta Laura Fenech, de Pierre & Vacances: "Según datos del estudio elaborado por la Federación



Gran Hotel Peñíscola

Española de Familias Numerosas (FEFN) junto con DNA Expertos en Turismo y Ocio, el impacto económico de los viajes familiares ascendió a 18.552 millones en 2019, lo que supuso un 1,3% más respecto a 2018. Este incremento en el gasto que realizaron las familias fue atribuido a varios factores como el aumento en la estancia media (+5,84%), el número de miembros de la familia que viajan (+13,35%) y el porcentaje de familias viajeras (+2,05%). El turismo aporta un 12,3% del PIB y ha sido el primer sector en sufrir el zarpazo del Covid-19 y todo apunta que será el último en remontar ya que la recuperación, tanto del turismo como de las líneas aéreas, será muy lenta y gradual".

Retos y promoción

El turismo siempre está innovando para hacer frente a la competencia y para ofrecer alternativas que cautiven a los clientes y ahora más que nunca necesita un trabajo extra para poder salir de la crisis que ha generado el Covid-19. Por esto necesita enfrentarse a constantes desafíos.

De esta manera, Pablo Calvente Plaza, del Elba Costa Ballena, indica que "el principal reto al que se enfrenta el sector hotelero a corto plazo es el de tener la capacidad de adaptarse de manera rápida a las nuevas medidas, normativas y protocolos que son necesarios a causa del Covid-19 para garantizar la máxima seguridad hacia nuestros clientes y empleados. Una vez superemos esta situación y exista vacuna y/o tratamiento contra el virus, todo irá de forma natural normalizándose". Por otro lado, Laura Fenech, de Pierre & Vacances, señala que "España, según datos publicados por World Travel Monitor, es un destino líder para el turismo familiar europeo. El reto principal reside en la capacidad que tengamos, tanto los hoteleros y otros actores como las administraciones públicas, de saber mantener este liderazgo entre los países europeos. Ofrecer garantías de transporte o programas de promoción para el turismo extranjero, entre otras opciones, serán claves para mantener ese liderazgo. Creo que además el turismo por carretera va a coger especial importancia los próximos años y, en algunos casos, resulta más cómodo para las familias que tener que coger un avión o un barco. En este sentido, creo que el turismo de los países colindantes, como Portugal, Andorra, Francia o Alemania, será clave en esta recuperación, además del turismo nacional, que será el gran protagonista este verano". Además, esta profesional añade que "en el contexto actual es vital transmitir confianza y reforzar los mensajes de seguridad. La gente querrá ir de vacaciones a sitios donde sepa que no tienen que preocuparse por nada y como responsables de ofrecer alojamientos es nuestra responsabilidad que así sea. Generar seguridad real en nuestros huéspedes, pero sin olvidar que vendemos vacaciones, y experiencias de diversión y desconexión, es el gran reto al que nos enfrentamos". Asimismo, Francisco Javier Ribera, del Gran Hotel Peñíscola, sostiene que, "desde nuestra localidad costera y familiar de Peñíscola, estimamos que esta situación de anormalidad se convivirá con nosotros hasta casi finales del año 2021. Esperamos una importante recuperación y reactivación del turismo para la temporada 2022, fecha para la que ya deberían estar asumidas total-



POR TIEMPO LIMITADO

Con motivo de la progresiva vuelta a la normalidad en nuestras vidas tras la pandemia del Covid-19, numerosas familias se encuentran con grandes problemas de conciliación laboral y familiar, tanto aquellas en las que los padres teletrabajan como en las que deben volver a sus puestos de trabajo fuera de casa. A ello se une la cercanía de las vacaciones de verano para los niños, lo que genera numerosas dudas sobre las posibilidades que tendrán las familias para que sus hijos puedan pasar un tiempo de ocio y aprendizaje a través de opciones como los campamentos de verano. Yoopies, la plataforma internacional de oferta y demanda de servicios a la persona, ha preguntado a su comunidad de padres cómo afrontan la situación para conocer las necesidades reales de las familias y las dudas existentes. Entre otros datos, ante la posibilidad de poder viajar y moverse a otras provincias en los próximos meses, se consultó a los padres si pensaban irse de vacaciones con sus hijos. Un amplio 47% señaló que lo harán por un tiempo limitado, por ejemplo, unos días o pocas semanas a una segunda residencia en la playa o sierra. En ningún caso creen que viajarán durante un largo periodo de tiempo y numerosas familias se muestran preocupadas, indicando que se quedarán en casa para evitar riesgos de contagio (35%) o, en menor medida, por motivos de trabajo (17%).



Ofrecer garantías de transporte o programas de promoción para extranjeros es clave para mantener el liderazgo en turismo familiar

Elba Costa Ballena

mente las nuevas medidas sanitarias, se hayan eliminado las restricciones de desplazamiento, y lo más importante de todo, seguramente ya esté muy avanzada la implantación de la vacuna contra el Covid19. Cabe recordar que Peñíscola es un destino enfocado y certificado *family friendly* por diversas entidades, lo mismo que nuestro establecimiento que lleva muchos años trabajando por y para este tipo de turismo. Por ello también contamos con una importante fidelización del mercado familiar nacional, que no sólo seguirá viéndose reflejado en las vacaciones de verano, sino en cualquier otro periodo no lectivo a lo largo del año/temporada: fines de semana, puentes, Semana Santa, etc. Estos próximos meses serán, no obstante, muy complicados, pero nuestra especialización hacia el turismo familiar y contar con un 85% de clientela de origen nacional nos hacen ser optimistas en cuanto a superar este gran bache que nos hemos encontrado en el camino". Asimismo, Juan Alcubilla, de Best Hotels, apunta que estamos en "la situación más compleja por la que se ha pasado en la historia reciente. El turismo tendrá que recuperar la confianza de la seguridad de viajar a destinos consolidados, que disponen de grandes infraestructuras, buenos servicios, protocolos higiénicos y sanitarios de primer nivel. Es decir, que disponga de la misma confianza que su zona habitual de residencia". A la hora de promocionarlo, Alcubilla agrega hay que buscar "la complicidad y colaboración entre el sector público y privado. Para salir de esta situación, lo debemos hacer más unidos que nunca. Este año debemos promocionar e incentivar que en los desplazamientos uno no adquiere más riesgos que en su domicilio habitual". ▮

www.equipamientohostelero.com

Herramienta indispensable para informarse y promocionar lo necesario para equipar un hotel.



TODA LA ACTUALIDAD A UN CLICK



Y ADEMÁS, TU REVISTA DE SIEMPRE GRATIS ON LINE

CURT EDICIONES SA

Consell de Cent, 398 · 08009 Barcelona · Tel. 933 180 101
comercialgranhotel@curtediciones.com
www.curtediciones.com

PIERRE & VACANCES

Sus apartamentos vacacionales, la solución perfecta para este verano





Comodidad y tranquilidad en espacios privados y acogedores. Esta es la propuesta de Pierre & Vacances para este verano. El grupo, que está presente en más de 279 destinos en Francia, España y Andorra, tiene una amplia experiencia en el sector de los apartamentos vacacionales y cuenta con una extensa gama de establecimientos tanto en España como en Andorra. Para este verano ha desarrollado el concepto a la carta Seguridad+, un protocolo de higiene y seguridad reforzado que cumple con las medidas recomendadas por Sanidad y ha flexibilizado sus condiciones de cancelación. Todo ello con el objetivo de ofrecer a sus huéspedes una estancia agradable asegurando su bienestar.

Con servicios a la carta

Los apartamentos vacacionales que el grupo tiene en la península ofrecen la posibilidad de disfrutar de unas maravillosas vacaciones cerca de casa y fácilmente accesibles en coche desde cualquier punta del país. Alojamientos amplios y bonitos, completamente equipados, con terrazas o balcones con vistas al mar. Según los establecimientos, se puede disfrutar de bonitas piscinas, amplias zonas verdes y de servicios de restauración adaptados. Estos son solo algunos de los placeres a los que no hace falta renunciar este verano gracias a los apartamentos de Pierre & Vacances.

El Resort terrazas Costa del Sol es acogedor y familiar, con bonitos apartamentos construidos en atalaya hacia el mar, con preciosas vistas al peñón de Gibraltar; sin lugar a duda, el punto de partida ideal para descubrir la auténtica esencia andaluza.

En la provincia de Tarragona, Pierre & Vacances Bonavista de Bonmont brinda la oportunidad de experimentar las maravillas de la Costa Dorada. El resort se sitúa al lado del prestigioso campo de golf de Bonmont, y está formado por apartamentos, luminosos y climatizados, recién reformados. La arquitectura mediterránea se funde a la perfección con el entorno, formado por palmeras y verdes jardines.

Al otro extremo de la costa catalana, se encuentra L'Estartit, uno de los mejores destinos turísticos de la Costa Brava. El clima atemperado de esta zona lo convierte en un lugar privilegiado. Con piscinas al aire libre, y a 250 m de la playa de arena fina se sitúan los Apartamentos Estartit Playa.

Para los amantes de la montaña, Pierre & Vacances también cuenta con varios complejos en Andorra. Los apartamentos Andorra El Tarter, ubicados en plena naturaleza, a 1.700 metros de altura en el pueblo del Tarter, son ideales para una estancia activa o relajante. El confort y el descanso total harán que grandes y pequeños disfruten al máximo. Además, disponen de balcón con unas maravillosas vistas a la montaña.



PIERRE & VACANCES
Tel.: 900 901 355
www.pierreetvacances.es

TURISMO DE SALUD Y WELLNESS

BIENESTAR *de confianza*



Balneario de Panticosa

Los viajeros cada vez se cuidan más, tiene más sensibilidad por su imagen y quieren vivir experiencias que muchas veces tienen que ver con recuperar hábitos saludables en sus vacaciones. Las medidas propuestas a raíz del Covid-19 están dirigidas a que el cliente pueda vivir una experiencia gratificante en los balnearios, centros de talasoterapia, spa. etc. con la seguridad de que se dan una serie de requisitos encaminados a cumplir cuestiones básicas como el distanciamiento social, una desinfección adecuada de los espacios, y el uso de mascarillas y otros métodos de protección personal.

POR ISABEL FERNÁNDEZ

La seguridad e higiene es una de las máximas preocupaciones de los clientes a raíz de la pandemia generada por el Covid-19. Uno de los sectores en los que se mira con más lupa las medidas adoptadas es el relacionado con el turismo de salud y *wellness*. Cabe recordar que la infección por el virus SARS-CoV-2, causante de la enfermedad Covid-19, "es muy poco probable" en playas, piscinas o balnearios, según recoge un informe redactado por investigadores del Consejo Superior de Inves-



Balneario Oca Palacio de la Llorea

tigaciones Científicas (CSIC). No obstante, señala que las aglomeraciones que pueden darse en estos espacios acuáticos así como los objetos de uso común "pueden continuar sirviendo de mecanismo de contagio". El actual contexto provocado por el Covid-19 obliga a establecer protocolos para que la reapertura de las instalaciones no aumente el riesgo de contagio comunitario, así como establecer las medidas de protección necesarias para las personas trabajadoras en este sector. Por este motivo, la Secretaría de Estado de Turismo acordó con las comunidades autónomas coordinar un protocolo sanitario único frente al Covid-19 para preparar la reapertura del sector turístico. Para la elaboración de este protocolo homogéneo que recoge los requisitos que cada subsector o actividad turística, se ha contado con el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), que ha desarrollado esta herramienta para ayudar a los balnearios a identificar y analizar los riesgos en sus organizaciones, así como a implementar las mejores prácticas en el servicio, en sus instalaciones y con su personal para hacer frente al virus. Este documento reúne requisitos y recomendaciones a aplicar por los balnearios para minimizar los riesgos de contagio del virus SARS-CoV-2. Sin perjuicio de la legislación vigente, este documento contempla, por una parte, directrices y recomendaciones para el personal del balneario, para la prestación del servicio y para las instalaciones y equipamientos. Este documento es de aplicación a establecimientos balnearios y a otro tipo de establecimientos turísticos que, no siendo centros sanitarios ni teniendo aguas mineromedicinales, utilicen agua con fines de bienestar.

Instalaciones y servicios adaptados a la "nueva normalidad"

Roberto García, presidente de Castilla Termal Hoteles, considera que el turismo de salud y *wellness* "en el corto y medio plazo se verá afectado como todo el sector por la terrible caída del turismo internacional y la bajada de la demanda producida por la crisis de consumo. Pero ante esa situación resulta fundamental transmitir seguridad al cliente con unos protocolos serios y exhaustivos para conseguir la confianza del mercado. Además, el confinamiento provocado por el Covid-19 nos ha mostrado que para vivir mejor es necesario llevar una vida más sana, realizando ejercicio, con una alimentación sana y equilibrada para prevenir lesiones y enfermedades. La salud, el "*wellness* y el deporte serán más demandados, pero será fundamental transmitir seguridad y confianza". Asimismo, Ramón Braña, director general de Oca Hotels, recuerda que "el turismo *wellness* se verá afectado de manera negativa. Como el turismo en general, sufrirá una ralentización de la demanda y, en particular, por falta de información, un rechazo por parte del cliente al uso de este tipo de instalaciones. Una parte importante del turismo *wellness* es el programa de termalismo social, que actualmente está suspendido y de su recuperación dependen un alto número de balnearios en España". Para Patricio Feier, director comercial del Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden, de Puerto de la Cruz (Tenerife), "el cliente necesita garantías no solo de las instalaciones y productos, sino también de los profesionales que trabajan en los spas que deben cumplir, por encima de lo esperado, con todas las normativas y comportamientos preventivos e higiénicos".



Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden

Estos espacios son idóneos para recuperar la energía perdida en el confinamiento



Dependiendo del establecimiento escogido, el cliente puede decantarse por instalaciones, servicios y tratamientos distintos. No serán las mismas instalaciones ni se podrán ofrecen los mismos tratamientos en un balneario (con aguas con propiedades mineromedicinales), centro de talasoterapia (agua de mar), un spa, etc.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que este tipo de instalaciones se han debido adaptar la "nueva normalidad". Así, Roberto García, de Castilla Termal Hoteles, apunta que "las instalaciones de los balnearios siempre han estado muy cuidadas, aplicando unos protocolos higiénico-sanitarios muy estrictos. Debido a la pandemia, todavía, hemos ido más allá implementado un nuevo protocolo de seguridad específico que modifica nuestros sistemas de trabajo para adaptarnos a las exigencias fijadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y a la normativa desarrollada por el Instituto para la Calidad Turística Española, junto con la Secretaría de Estado de Turismo, en coordinación con el Ministerio de Sanidad. También hemos desplegado nuestro propio protocolo interno, aún más exigente, y respaldado por el sello BSafe con la garantía de KPMG para que el servicio y atención a nuestros clientes sea 100% se-

guro. Este protocolo cuenta con 52 puntos divididos en seis apartados: equipo y colaboradores; recepción de clientes; habitaciones; instalaciones y espacios comunes; restaurantes y balnearios. Hemos modificado múltiples procesos adoptando nuevas soluciones tecnológicas y protocolos para asegurar la seguridad y comodidad de nuestros clientes. Hemos reducido el aforo de nuestras piscinas termales y adaptado cuatro turnos diarios de 3 horas, con 15 minutos entre ellos, para realizar el tratamiento y desinfección de toda la superficie de playa de la piscina, accesorios metálicos, baños, etc. Hemos marcado el distanciamiento obligatorio en todos nuestros espacios para la tranquilidad del cliente, eliminado el papel, limitado y controlado el uso del gimnasio, reducido el número de personas que usan nues-



Castilla Termal Balneario de Olmedo



Balneario Oca Vila de Allariz



Castilla Termal Burgo de Osma

tra zona de contraste, etcétera. Un número importante de medidas que permitirán al cliente disfrutar con tranquilidad y seguridad y con mucha más amplitud y personalización todos los servicios de los hoteles".

En cuanto a los servicios y tratamientos que se van a demandar más, Jesús María González, director del Balneario de Panticosa, sostiene que "todos aquellos que ayuden a la recuperación física y mental serán especialmente demandados. Después de tantos días de confinamiento y de soportar una situación absolutamente anormal, necesitamos respirar aire puro, relajarnos y recuperar la energía positiva. Los balnearios son un lugar idóneo para ello". Asimismo, Ramón Braña, de Oca Hotels, comenta que lo más solicitado continuarán siendo "las zonas lúdicas, club o circuito termal, y a nivel de tratamientos, los masajes".

En cambio, Patricio Feier, del Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden, apuesta por "los servicios con poca intervención de profesionales (masajistas, esteticistas, etc.) y por los programas muy personalizados; después de estos últimos meses el cliente de este perfil buscará relax y tranquilidad".

Estancia y gasto medio

La repercusión económica que está comportando el coronavirus están afectando a la estancia media y gasto de las personas que realizan cualquier tipo de viaje. Por ejemplo, Roberto García, de Castilla Termal Hoteles, indica que "la estancia de nuestros clientes varía mucho de unas épocas del año a otras y de un hotel a otro, al igual que el gasto. La estancia media anual de nuestros clientes en 2019 fue de 2,4 días y el gasto medio de 150 euros. El *pick up* de reservas de este verano es incipiente, todavía, pero con una clara evolución positiva nos indica que las estancias serán más largas; los clientes buscan pasar las vacaciones en un mismo sitio donde puedan realizar múltiples actividades dentro y fuera de nuestros hoteles, en entornos naturales y rurales donde el paso de la pandemia ha sido poco relevante y puedan sentirse seguros y cuidados. El gasto medio creemos que puede mantenerse en cifras similares a años anteriores". En ello también coincide Patricio Feier, del Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden: "La estancia media de ocho días; el gato medio no sufrirá". Asimismo, Ramón Braña, de Oca Hotels, comenta que "los datos que tenemos de nuestros establecimientos varían considerablemente, en función de la tipología de establecimiento.



Un hotel con spa tiene una estancia media baja, de 1,8 noches, mientras que un hotel balneario y que, además cuenta con el programa de termalismo social, pues tiene una estancia media de 7,5 noches. Igualmente, el gasto medio varía en función de lo comentado y también de si recibe o no clientes no alojados, por lo que no puedo ofrecer un dato analizable". Por su parte, Jesús María González, del Balneario de Panticosa, agrega que "no prevemos cambios sustanciales en cuanto a estancia media y gasto por cliente. Las reservas que están entrando confirman este punto. El mayor condicionante económico vendrá por las restricciones de aforos, para garantizar distancias de seguridad entre los clientes en las zonas comunes, que nos limitarán, al menos durante estos próximos meses, a operar aproximadamente al 50% de nuestra capacidad máxima".

Lo más demandado son los circuitos termales y los masajes

Retos para el futuro

El turismo de salud y *wellness* tiende a extenderse a todas las disciplinas médicas y de bienestar, por lo que la oferta en el futuro será mayor a la que se presenta en la actualidad. Las carencias en los sistemas de salud en países europeos e inexistentes en otros países del mundo y, por tanto, la privatización de este sector supone una oportunidad de absorber esa demanda, además de reforzar y consolidar este tipo de turismo en nuestro país.

Para Roberto García, de Castilla Termal Hoteles, "el sector deberá adaptarse a la nueva situación del mercado en el que el cliente exigirá contar con un lugar especialmente seguro y confortable. El entorno será muy competitivo debido a la necesidad de otros sectores turísticos con una dependencia muy importante del turismo internacional de captar la demanda interna y, desgraciadamente, sólo podrán sobrevivir los más preparados con servicios de más calidad y atractivos, con excelentes instalaciones cuidadas y seguras. Vemos un futuro prometedor dentro de la situación global de menos actividad con una paulatina vuelta a la normalidad a partir de mediados de 2021 con tendencia a viajar a zonas tranquilas, no masificadas, tendencia a la vuelta al entorno rural, natural donde hay que apostar por la sostenibilidad y la solidaridad con el entorno. Todo esto va a aumentar la concienciación ecológica. Ahora más que nunca todos debemos centrarnos en seguir el sendero de la sostenibilidad y apostar por cuidar nuestro planeta". Por otro lado, Ramón Braña, de Oca Hotels, asegura que "nadie de los que estamos en el sector turístico habíamos vivido con anterioridad una situación como la actual, con el cierre total de los establecimientos y con una crisis sanitaria mundial. En base a este escenario, se me hace complejo poder predecir la evolución del turismo en los próximos años, pero confío plenamente en la profesionalidad del tu-



Balneario de Panticosa

El gasto medio puede mantenerse en cifras similares al año pasado

rismo español en general y en concreto en lo que respecta al turismo *wellness*, y por ello estoy convencido de una recuperación lenta, pero progresiva, para en el plazo de dos años recuperar los indicadores de 2019". Asimismo, Patricio Feier, del Hotel Botánico & The Oriental Spa Garden, afirma que se enfrenta "a diferentes normativas en diferentes países, a un distanciamiento entre el cliente y la persona que realiza el tratamiento o similar. Más maquinaria y 'autotratamientos'. Mucha más previsión y análisis de estado de salud. Subidas de precios en destinos europeos, a medio plazo el gasto por la prevención y organización de la misma será complicado de incluir en la actual estructura de precios".

En cuanto a cómo debe promocionarse, Jesús María González, del Balneario de Panticosa, comenta que "más allá de que cada complejo o establecimiento haga sus propias campañas, especialmente aquellas relacionadas con su web y con las redes sociales, deberemos profundizar en las promociones colectivas a través de las asociaciones con la complicidad de los entes públicos. Sin lugar a duda, la colaboración público-privada será fundamental para conseguir posicionar nuestra oferta, tanto en el mercado nacional como en los mercados internacionales". Según Ramón Braña, de Oca Hotels, se debe promocionar, "primero de todo, ofreciendo una garantía de cumplimiento de las nuevas normativas sanitarias, después en función de cada tipología de establecimiento, tendría que plantearse un plan de promoción. No es lo mismo promocionar un balneario que dispone de aguas mineromedicinales que un spa o un *talasso*. Como principio común, se debe de promocionar en base a las ventajas que ofrece a la salud, al bienestar personal, ofreciendo actividades en línea a salud y bienestar, contacto con la naturaleza, alimentación equilibrada, ejercicio físico, etc.". Asimismo, Roberto García, de Castilla Termal Hoteles, cree que "hay que realizar una apuesta muy importante por promocionar el turismo nacional, transmitiendo el valor añadido del sector como motor de riqueza para otros entornos productivos, en especial, de los directos de las zonas donde están enclavados los establecimientos hoteleros. En el entorno rural, son los grandes generadores de empleo y riqueza. Promocionar el turismo de calidad y valor añadido, turismo de costa o interior, pero con más atractivos como el consumo de la gastronomía local, el enoturismo, la cultural, los bienes patrimoniales, el disfrute de la naturaleza, la salud y los tratamientos de belleza. Además, hay que mostrar las aguas mineromedicinales con sus múltiples beneficios y su uso tan extendido en otras zonas de Europa como destinos claros de desarrollo".



Balneario Oca Augas Santas

Posicionamiento

El turismo de salud, sanitario o médico, que la Organización de Cooperación al Desarrollo (OCDE) define como la práctica de viajar a un destino diferente al lugar de residencia para obtener tratamiento médico, supone un impacto económico de 1.000 millones de euros en España, que se sitúa en el sexto puesto en el *ranking* de Europa y el octavo a nivel mundial. Según datos proporcionados por el Instituto para Desarrollo e Integración de la Sanidad (IDIS), se estima que en 2019 un total de 140.000 visitantes se sometieron a tratamientos de salud o a intervenciones médi-



cas 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 preveía 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, lo que ha impedido el Covid-19.

Para Jesús María González, del Balneario de Panticosa, "España es referente turístico internacional, con una oferta consolidada y una infraestructura impresionante. Pero no podemos bajar la guardia y, a la vez que se continúa invirtiendo en la mejora del producto, deberemos insistir con campañas intensivas en aquellos mercados emisores clave". Por su parte, Roberto García, de Castilla Termal Hoteles, sostiene que, "en otros países europeos, el turismo termal está totalmente arraigado y apoyado institucionalmente. Es un sector consolidado y con muy buena imagen. Tiene un posicionamiento internacional más relevante que el español en el que gran parte del sector se ha centrado en el termalismo social como principal o única fuente de ingresos. Necesitamos ofrecer una imagen de balnearios modernos, actuales, en enclaves inolvidables y únicos que permiten el ocio, además del bienestar y la salud. Hay que defender, además de la salud, el bienestar, la belleza, la gastronomía y nuestros extraordinarios entornos naturales". Por último, Ramón Braña, de Oca Hotels, añade que "el turismo *wellness* español es un referente a nivel mundial, por lo que estamos bien posicionados con respecto a competidores, pero se debe de mantener la apuesta por la innovación y adaptación a las necesidades del cliente actual".

FREEPIK





VIAJAR EN LA 'NUEVA NORMALIDAD'

El turismo nacional es clave para la recuperación de la crisis generada por el Covid-19. Los españoles buscan destinos alejados de grandes aglomeraciones y a los que puedan acceder con su vehículo propio.

Vacaciones en ESPAÑA

A pesar del descenso del volumen de viajes registrado a inicios de 2020 debido a la Covid-19, el mercado doméstico mostró su resiliencia. De acuerdo con los datos de demanda del Grupo Expedia, la disminución de la demanda doméstica durante el primer trimestre es un 40% menor que la demanda internacional durante este mismo período. Esta resistencia se refleja en las tendencias de búsqueda para la temporada de verano, especialmente después de que el gobierno español anunciara el plan de apoyo al turismo español por valor de 4.250 millones de euros. Otras tendencias destacadas para este año son, por una parte, que los viajeros nacionales ten-

derán a planificar estancias más largas, y por otra parte, que su proceso de planificación parece ser más espontáneo o tomar más tiempo de lo habitual. Los datos del Grupo Expedia indican que alrededor del 90% de las búsquedas de alojamiento se hicieron sin fechas específicas de viaje, mientras que casi el 10% de las búsquedas fueron para estancias para el mismo día de la reserva. En el caso de los alquileres vacacionales, cerca del 95% de las búsquedas hechas por los viajeros españoles se hicieron, también, sin especificar una fecha de viaje, lo que indica que, para los viajes en familia, el proceso de toma de decisiones es más complejo como consecuencia de la pandemia.

"El Covid-19 ha cambiado definitivamente la forma en que la gente busca y planifica las vacaciones de verano este año. Factores como los precios y la disponibilidad, además del impacto psicológico causado por la pandemia, han jugado un papel determinante y han dado lugar a estos patrones extremos de comportamiento en las búsquedas", señala Fernando Ramiro, director de Gestión de Mercado de España y Portugal de Expedia Group. "Los socios hoteleros que tengan como objetivo captar la demanda doméstica durante la temporada de verano deben tener en cuenta estas tendencias y ampliar el alcance de sus acciones promocionales, ofreciendo descuentos de última hora, lanzando promociones que con valor añadido para los viajeros y actualizando su inventario con al menos 90 días de antelación, lo que puede contribuir a convertir las búsquedas en reservas", apunta Fernando Ramiro.

Los viajes por carretera superan a los vuelos

Según el *Barómetro del Centro Superior de Investigaciones Sociológicas*, cerca del 83% de los españoles que tienen intención de viajar usarán su propio vehículo y sólo en torno al 13% viajarán en avión. Los españoles buscarán lugares cercanos, especialmente si eligen alquileres vacacionales, en consonancia con el tipo de desplazamientos que harán. Los datos de búsquedas de alquileres vacacionales revelan que Asturias y la costa de Galicia son los destinos estivales más populares entre los viajeros nacionales que optan por este tipo de alojamiento. Castilla y León sube desde la posición 14 en 2019 al 12 en 2020, Cantabria asciende del puesto 22 en 2019 al 15 este año, y el resto



de Galicia experimenta un salto significativo, subiendo desde el puesto 32 en 2019 al 20 en 2020.

En cuanto a los hoteles y alojamientos convencionales, este efecto del turismo de proximidad también es evidente: en comparación con las búsquedas del año pasado, destinos como Castilla y León (que ocupa el tercer lugar tras ascender nueve posiciones respecto a 2019), Castilla-La Mancha (que sube 19 posiciones y alcanza el sexto puesto), la costa gallega (que sube diez posiciones al undécimo puesto) y la provincia de Madrid (que sube 13 posiciones y hasta el puesto 14) están ahora entre los destinos más buscados por los viajeros españoles para la próxima temporada de verano.

Al comparar con las cifras del año pasado, los datos de búsqueda del Expedia Group confirman el creciente interés por destinos alternativos de interior. Los viajeros españoles están buscando destinos no convencionales para las vacaciones de verano, a los que se pueda llegar fácilmente en coche y que ofrezcan una experiencia combinada con naturaleza y espacios abiertos. Aun así, las costas y las playas estarán muy solicitadas este verano, pero las opciones abarcarán diferentes alternativas y destinos.





En cuanto a los destinos más buscados por los españoles que prefieren alojamientos convencionales, encabezan la lista Mallorca, Madrid, Castilla y León, Cádiz, Barcelona, Castilla-La Mancha, Gran Canaria, Tenerife, Costa del Sol y Asturias. Los destinos más buscados para alquileres vacacionales son una mezcla entre destinos familiares y alternativos, en una lista que encabezan Costa del Sol, Gran Canaria y Cádiz, seguidos de Madrid, Costa Blanca, Mallorca y Tenerife. Los destinos que cierran esta lista han experimentado un drástico aumento de las búsquedas en comparación con 2019: la Costa de Galicia (en 2019, 21; pero en 2020 en octavo lugar), Sevilla (que también ha pasado del puesto 19 al noveno) y Asturias (que ha subido 14 puestos, hasta el décimo lugar).

El canal móvil, más importante que nunca

Las reservas a través de teléfonos móviles han crecido de forma constante antes de que los viajes se paralizaran por la pandemia. De hecho, los viajeros españoles hacen cada vez más reservas de última hora a través de dispositivos móviles, como muestran los datos de demanda de inicios de 2020. Como indican las cifras de Grupo Expedia de la demanda hotelera al comienzo del brote de Covid-19, una de cada dos reservas de viajeros españoles se hizo a través de dispositivos móviles, con una antelación de entre cero y seis días. Las búsquedas en dispositivos móviles siguieron creciendo: a mediados de mayo, casi el 55% de las búsquedas de hoteles y cerca del 60% de las búsquedas de alquileres vacacionales se realizaron desde teléfonos móviles o tabletas. "La búsqueda a través de dispositivos móviles se reforzó en la medida que el consumo *on line* ha pasado a formar parte de la 'nueva normalidad' de los españoles durante la cuarentena. Por lo tanto, es de vital importancia ajustar y reforzar las estrategias en el canal móvil para la temporada de verano", destaca Fernando Ramiro. "Para los hoteleros independientes o pequeños, con recursos más limitados para construir su propio canal móvil, aprovechar la experiencia y la plataforma mó-



vil de Expedia Group puede ser una forma eficaz de captar esta demanda".

Por otro lado, en una nueva oleada de su *Barómetro Turístico*, Braintrust desvela cómo serán las tendencias de viaje por tipo de viajero y cuáles podrían ser los primeros pasos a dar, tanto para ayuntamientos y comunidades autónomas como para compañías turísticas como líneas aéreas, hoteles, empresas de *rent a car*, turoperadores o agencias de viajes, para adecuarse a ellas. En un análisis exhaustivo de los datos sociodemográficos por sexo y edad, realizado por Braintrust, se observan importantes diferencias entre los perfiles de viajeros que tendrán más tendencia a elegir uno u otro tipo de destino, adaptando además sus preferencias a la nueva situación provocada por la crisis del Covid-19. Por un lado, son más los hombres los que elegirán sus viajes motivados por la gastronomía y en especial por los productos de kilómetro 0 que ayuden a la reactivación económica local (57,8%), mientras que las mujeres serán algo más propensas a elegir un destino buscando cultura y patrimonio lejos de aglomeraciones (51,6%), naturaleza y en concreto destinos más solitarios (51,9%), y compras sobre todo de productos artesanos y de proximidad como muestra de solidaridad (52,3%). Aunque la mayor diferencia entre sexos la encontramos en el turismo termal y de bienestar el cual será mucho más demandado por las mujeres en búsqueda de este tipo de placeres que no se han podido realizar durante el confinamiento (61,5%).

Haciendo foco en la edad de los viajeros, observamos cómo los pertenecientes a la generación X (entre los 40 y los 55 años) concentrarán el 38,4% de los viajes culturales y patrimoniales dentro del territorio español, el 48,2% escogerá el turismo de naturaleza, el 42,5% los viajes gastronómicos y el 46,7% el de compras. El turismo termal y de bienestar será elegido preferentemente por los BB (de más de 55 años) (41,6%), al igual que los viajes con motivos religiosos que agruparán el 32,4% de viajeros de esta generación, con mayor prudencia y respeto al posible contagio, una vez avanzada la desescalada. Cuando analizamos a los más jóvenes, es decir, los pertenecientes a las generaciones Z y Early M (los menores de 30 años), los destinos más elegidos pasarán a ser los de sol y playa, con un 20,7% así como el turismo deportivo que representará el 27,3% de sus viajes.

El estudio de la evolución de los datos de los tres últimos años llevado a cabo en el *Barómetro Turístico* de Braintrust indica que estas nuevas tendencias coinciden con dos de los tipos de viaje que más han aumentado en número de desplazamientos, el turismo de naturaleza (con un crecimiento del 38,5% desde 2017) y el cultural (29,1%).

Todas estas tendencias se están acentuando, y muestran que serán distintos tipos de turismo al de sol y playa los que se busquen estos próximos meses. Nos referimos, en línea con el crecimiento experimentado estos tres últimos años, a tipos de turismo como, por ejemplo, las experiencias gastronómicas (con un crecimiento respecto al 2017 del 44,8%), tras tantas recetas caseras consumidas desde marzo, a las experiencias de salud y bienestar después de un largo periodo de vivencias rutinarias (43,2% de aumento), y al turismo de compras que ayudará a la actividad después de la hibernación de la economía (subiendo un 53,1%).

CEDIDA POR PROMOTUR-TURISMO DE CANARIAS.



Playa El Camisón (Tenerife)

La reactivación del sector

En el marco actual que vivimos debido a la crisis del Covid-19, podemos predecir qué tipo de turismo se podrá ver reforzado frente a los que verán como su incremento de los últimos años se frenará tras esta pandemia.

Todo indica que el turismo de naturaleza va a cobrar más protagonismo al ofrecer espacios abiertos y pocas aglomeraciones de turistas. De hecho, los alquileres de casas rurales se han visto incrementados en las últimas semanas de cara al verano ya que, entre otros motivos, posiblemente sean vistas algo más seguras por algunos viajeros, frente a otros



que verán en los hoteles un sitio de protocolos más estrictos una vez aprobados por el ICTE e implantados progresivamente.

Para el impulso del turismo de cultura en España, de gran valor ya que es uno de los que más gasto ha generado en el último año (3.014,7 millones de euros en 2019), ya se han puesto en marcha diferentes iniciativas desde ayuntamientos y oficinas de turismo, algunas de ellas con la ayuda de Braintrust, para su reactivación, con partidas de presupuesto destinadas a la ayuda del sector además del diseño de "hojas de ruta" que ayuden a ofrecer turismo de calidad y con las medidas de salud requeridas en todo el ecosistema.

El turismo de sol y playa, tan importante para los destinos de costa, mantendrá sin embargo su atractivo en función de las medidas de desescalada que dicten las diferentes comunidades autónomas como el aforo y el distanciamiento social necesario, pero atraerá a la gente más joven y familias con niños y menos a las personas mayores por miedo al contagio, y la incomodidad de algunas medidas sanitarias impuestas en tiempos de máximo calor estival.

En el extremo contrario encontramos el turismo religioso, con un pronóstico algo peor al llevar asociado grandes reuniones en lugares de culto. Además, y como indicaban los datos, son los más mayores los más interesados en este tipo de viajes y ellos representan a la población más vulnerable frente al Covid-19. En la misma línea, encontramos al turismo termal y de bienestar, muy elegido entre las personas más mayores.

Para José Manuel Brell, codirector del *Barómetro Turístico* de Braintrust y socio responsable de estudios y modelos cuantitativos, "es momento de apostar por el turismo nacional, y la línea de recuperación del sector la va a marcar la capacidad de los diferentes actores de adaptación a la 'nueva normalidad'".



Impacto por comunidades autónomas

Braintrust también ha querido analizar la repercusión que los distintos tipos de viaje pueden tener por comunidades autónomas y, de esta manera, poder trazar un plan de actuación que beneficie a la reactivación del turismo en función de la oferta de qué tipo de viaje pueden proporcionar.

Como se ha comentado, dos de los tipos de turismo con mayor crecimiento en los últimos años han sido tanto el de naturaleza como cultural. Por la parte cultural, se observa cómo este tipo de destino se reparte principalmente entre las comunidades autónomas de Andalucía (22,6%), Madrid (12,8%) y Castilla y León (12,7%), seguidas de Cataluña (7,6%), Castilla-La Mancha (6,1%), Galicia (5,7%), Aragón y Comunidad Valenciana (5,2%) y País Vasco (5%).

El turismo de naturaleza en cambio predomina en Cataluña (19,4%), Castilla y León y Andalucía (13,5%) y Aragón (11,5%), seguidas por Asturias y Castilla-La Mancha (5,8%), Galicia y la Comunidad Valenciana (4,9%) y Cantabria (4,1%).

El turismo gastronómico, que también cuenta con un importante crecimiento en los últimos años, se concentra en Andalucía (15,1%), Castilla y León (13,0%), Galicia (10,4%) y País Vasco (9,5%), seguidos de Cataluña (7,8%) y La Rioja (7,5%).

Para el turismo de termal y de bienestar los viajeros españoles elegimos Cataluña y Galicia (14,4%) y Andalucía (13,1%); para las compras sobre todo visitamos Madrid (22,4%), Cataluña (15,6%) y Andalucía (13,3%); y para los viajes con motivos religiosos Andalucía (39,2%) y Galicia (11,7%).



Calella







Hábitos familiares

Por otro lado, ante la incertidumbre sobre la evolución de la actividad turística en los próximos meses, tanto para las empresas del sector como para los propios viajeros, desde la iniciativa sin ánimo de lucro #EnFamiliaPorEspaña se ha llevado a cabo el *Estudio sobre hábitos turísticos de las familias viajeras para la temporada 2020, en el contexto de la 'nueva normalidad'*, con el objetivo de conocer el comportamiento de las familias españolas a la hora de viajar durante la temporada de 2020.

"Más allá de ello, nuestra idea con la realización de este estudio es poder ayudar a todas aquellas empresas, instituciones y destinos para que puedan conocer con mayor detalle las opiniones, necesidades y demandas de las familias viajeras en el contexto de la 'nueva normalidad', y así poder adaptar su oferta turística. Uno de los principales datos extraídos del estudio revela que un 91% de familias españolas tiene pensado pasar sus vacaciones en un destino nacional, ya sea dentro de su comunidad autónoma, en la península o en las islas. Y sobre todo optarán por un destino por conocer (64%), combinarán turismo rural y de playa, y elegirán el coche (90% de los casos, en al menos un viaje) como medio de transporte de preferencia, sobre todo por la flexibilidad que ofrece (61%).

Este año la mayor parte de las familias prefieren hacer varias escapadas a lo largo de la temporada estival (46%), en lugar de los tradicionales viajes largos. "Se opta por este formato de viajes cortos porque permiten una mayor flexibilidad, decidir sobre la marcha y no tener cierto miedo al hecho de no po-

der viajar si ocurre un imprevisto personal o ajeno, por ejemplo, si se obliga a hacer cuarentena en el destino", explican los responsables del estudio.

Un 80% de familias viajeras piensa que la pandemia va a cambiar su forma de organizar un viaje. Estas coinciden en que la planificación cambia en dos aspectos principales: por un lado, en que necesitan invertir más tiempo en revisar todo a fondo y, por otro, en que si hubiera alguna actividad que deseasen contratar lo harían antes de ir, en lugar de improvisar cuando ya se encontraran en el destino.

Para un 75% de las familias encuestadas el principal requisito para la elección del destino es que esté poco masificado. "En este sentido, existe cierta preocupación por si este año aquellos destinos que tradicionalmente estaban más vacíos serán los más masificados y viceversa, por lo que las familias tienen sus reservas a la hora de elegir", comentan desde la organización.





SEVILLA

ENOTURISMO, UNA EXCELENTE ALTERNATIVA PARA RECORRER EL PAÍS

Según una encuesta de CursoCataDelVino.com, portal de formación que ofrece cursos a amantes del vino y a profesionales del sector, el enoturismo puede contribuir a paliar el hundimiento del sector turístico al compensar estas caídas con un turismo de proximidad y nacional que contribuya a la recuperación económica y social. Asimismo, enfatiza en el factor multiplicador del dinero en el enoturismo, ya que no solamente impacta a las bodegas, sino en otras actividades complementarias como alojamiento, restauración, patrimonio, deporte de aventura, etc. Un 47,8% de los encuestados tiene muchas ganas de viajar pero quiere ver qué alternativas hay. Un 22,8% pide prudencia y quiere viajar, pero preferiblemente cuando se estabilice la situación. Por último, un 23,9% tiene muchas ganas de realizar turismo, independientemente de las condiciones. El enoturismo es una gran alternativa que contribuye a ser una tabla de salvación con un tipo de turismo en un entorno de naturaleza y al aire libre, que realiza sus desplazamientos en coche particular y visitas en pequeños grupos. Por tanto, el enoturismo presenta las condiciones de seguridad que el Covid-19 nos depara. La pregunta clave para CursoCataDelVino.com es si los encuestados consideran que el enoturismo es el tipo de turismo más seguro y saludable tras el confinamiento. Un 59,8% cree que "podría ser" frente a un 12,8% que opina que no es el más seguro y un 29,1% que sí. Consideran desde la plataforma que estos datos "resultan muy reveladores y de gran ayuda para el sector, puesto que ponen de manifiesto la necesidad de comunicar al público la seguridad e higiene del enoturismo en medidas a realizar por parte del sector del vino y de las bodegas".


Bodegas Torres




Best Sabina

También las familias ven muy importante el uso de protección individual en todos los casos, tanto si viajan en un medio de transporte colectivo, como durante la estancia en el alojamiento, donde también consideran indispensable la desinfección continua de los espacios comunes y la disposición de geles desinfectantes en diversos puntos. En este sentido, más de la mitad de las familias declaran que si se incrementaran los precios en medios de transporte y alojamientos para tomar más medidas de seguridad, sumadas a las recomendadas por el Ministerio de Sanidad, estarían dispuestas a pagar un incremento, en la mayoría de los casos de hasta un 5% adicional.

A siete de cada diez familias les frenaría, sobre todo, el hecho de no poder disfrutar en condiciones de su viaje, y a menos de la mitad les frenaría la preocupación por un posible riesgo de contagio. "Este punto se debe matizar pues la mayor parte de los encuestados tienen edades comprendidas entre 31 y 50 años y la sensación de miedo aumenta a medida que se incrementa la edad, sobre todo a partir de los 60 años", aclaran desde la iniciativa.

El tipo de alojamiento de elección en el 31% de los casos será el hotel, seguido del alojamiento rural (24%) y el apartamento (22%).

En relación a las medidas de prevención que podrían llegar a condicionar la estancia de las familias viajeras, estas consideran muy relevante el hecho de no poder disfrutar de la piscina y otras zonas comunes cómodamente (80%). Para un 23% de familias lo es también el hecho de que los espacios específicos para los niños estén cerrados.

Cerca del 80% de las familias cree que influiría positivamente en su experiencia si el alojamiento les ofreciera un parte diario sobre las condiciones de higiene, aforos y desinfección.

Por último, alrededor de la mitad de las familias creen que el mejor sistema para gestionar el uso y aforo de los espacios comunes (piscina, hamacas, gimnasio, zona infantil…) es hacerlo mediante reserva.

HOTELES **COVID FREE**

Espacios seguros y saludables

AEDH



Los hoteles abren sus puertas después de meses en los que la incertidumbre y la preparación postCovid-19 ha sido un tema crucial. Tras el estado de alarma, el sector precisa desarrollar estrategias que aúnen la seguridad y salud, junto con una oferta atractiva y la reutilización de sus zonas colectivas.

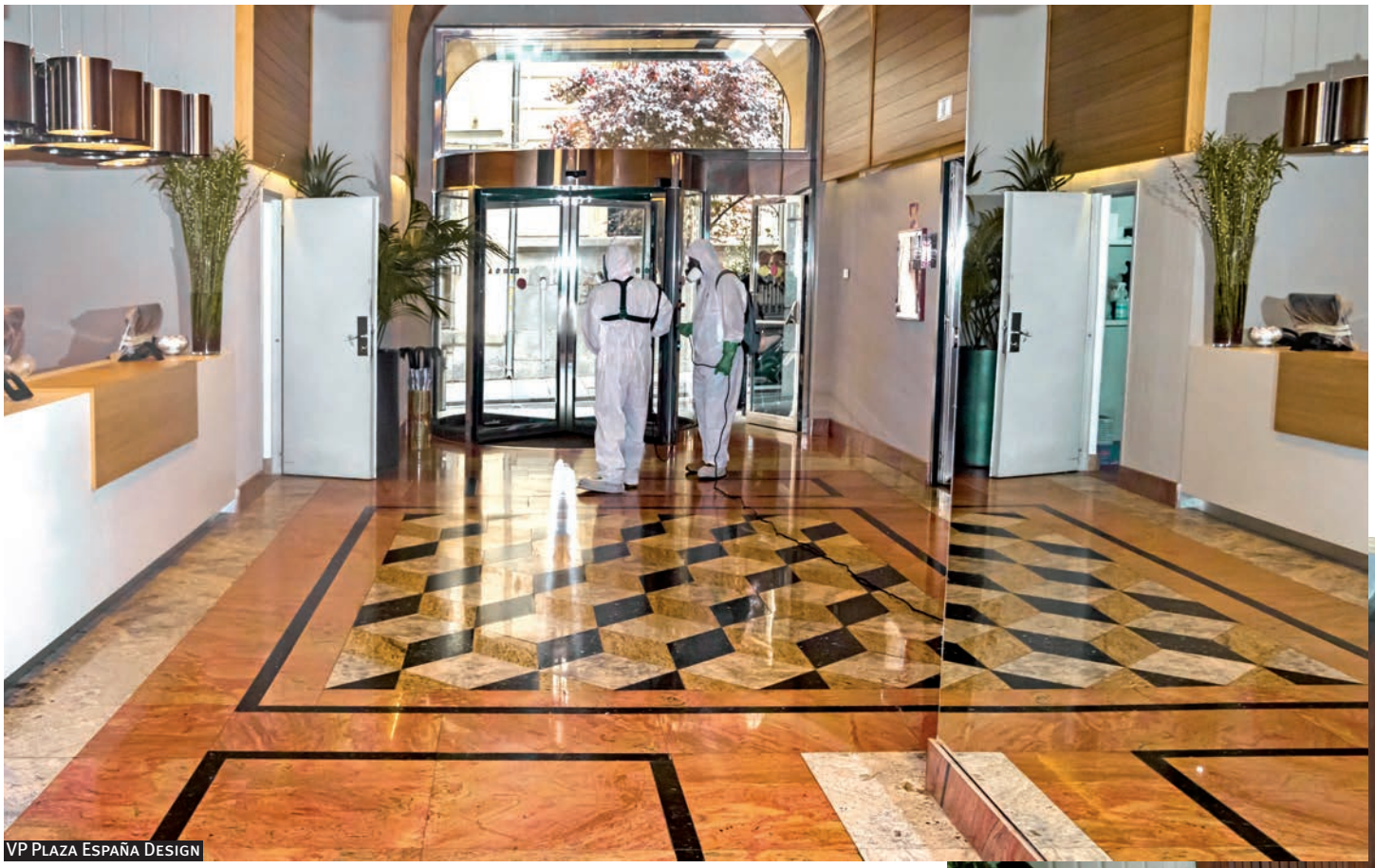


Sercotel Sorolla Palace

Las pautas que deben seguir principalmente hoteles, restaurantes y otros establecimientos de hostelería son medidas sanitarias que evitan el contagio entre clientes y personal, lo que implica tener el menor contacto posible.

La Asociación Española de Directores de Hotel (AEDH) ha presentado un decálogo de actuación de cara a la reapertura de los hoteles. Con el título *Guía de limpieza e higienización de hoteles tras el Covid-19*, este documento aporta una serie de medidas complementarias a las que Sanidad y el ICTED ya publicaron en su manual *Safe Tourism Certified*. Esta guía, de 29 páginas, divide el hotel por


Deyban



VP Plaza España Design



zonas y analiza cómo actuar en cada una de ellas.

Por ejemplo, detalla medidas en exteriores, gerencia y personal. En zonas exteriores, hay que desinfectar frecuentemente barandillas y rampas de acceso al hotel, lo mismo que en el *parking*. Se deben controlar aforos en terrazas para que se dé el distanciamiento social necesario. La higienización de las mesas y las sillas se debe hacer frecuentemente. La gerencia cobra un papel fundamental en este proceso. Debe crear un comité de crisis si detecta un brote. Se encargará de realizar auditorías y de especificar el aforo del hotel y de cada departamento. El personal de Recursos Humanos debe a su vez ofrecer soporte moral y psicológico. Asimismo, debe controlar que toda persona que entre al hotel fiche en recepción para que siga las medidas protocolarias establecidas. El personal debe limpiar e higienizar todas las zonas que compartan los empleados, así como los vestuarios y el comedor. El uniforme solo se podrá usar dentro del hotel, incluido los zapatos. Se recomienda además controlar la temperatura del personal dos veces al día. Asimismo, el huésped debe firmar una declaración responsable según la cual avisará si se encuentra mal, si está contagiado o si ha estado en contacto con alguien contagiado.

Los hoteles preparan todo a conciencia para evitar contagios en sus instalaciones

En recepción y conserjería, el mostrador deberá limpiarse y desinfectarse de forma frecuente. Hay que disponer de gel o solución desinfectante, pañuelos desechables y cubos de basura con tapa accionada con pedal. En la gestión del cobro, se debe producir la higienización del TPV, y favorecer el pago *on line* o con tarjeta *contactless*. Debe haber una limpieza de llaves y documentos antes de entregarlos al cliente y tras recibirlos. Hay que evitar compartir material de oficina y equipos. De hacerlo, se tiene que desinfectar antes. La cartelería debe indicar la distancia de seguridad en recepción y *lobby*. También hay que evitar aglomeraciones, dar información al cliente de los protocolos e indicar aforo en entrada. Es mejor que el empleado atienda con guantes (aunque sean los blancos) y mascarilla si no hay pantalla pro-

tectora. No debe haber folletos libres de uso por los clientes. Deben estar guardados y entregarse bajo petición. Si se devuelven, se deben desinfectar antes de volver a ponerlos en su sitio.

Para el personal de mantenimiento, hay que hacer una limpieza más regular de los filtros de ventilación. La temperatura ambiente debe estar entre 23 y 26 ºC. Hay que comprobar el buen funcionamiento de lavavajillas con temperatura superior a 80 ºC y el suministro de detergente correcto; control de aguas limpias; residuos de material de higiene personal, en bolsas cerradas al contenedor genérico; si hay que entrar en habi-



VP Plaza España Design

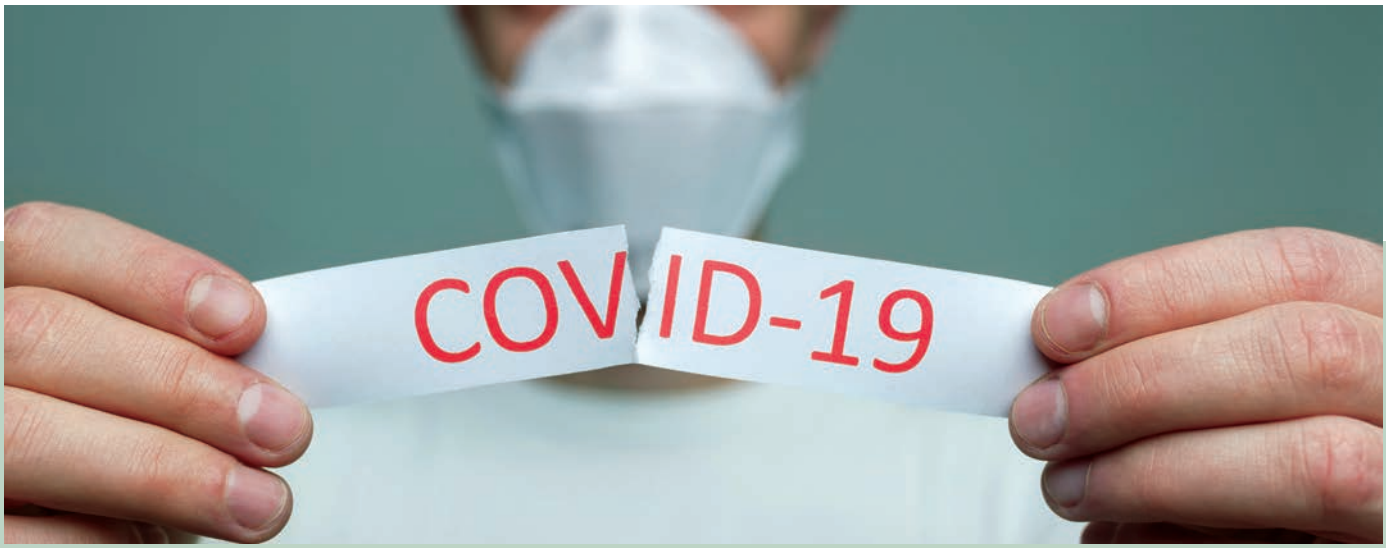


Claris Hotel & Spa

tación contagiada, usar protección específica y desecharla al salir, y el personal externo debe seguir las mismas medidas, pasando por recepción para su registro.

En cuanto al Departamento de Food & Beverage, hay que realizar reservas para evitar colas y escalonar las comidas en varios turnos para garantizar el espacio mínimo entre personas. Se recomienda que el restaurante esté abierto todo el día; eliminar de la carta los platos u opciones para compartir (si se mantienen, deben ser servidas en raciones individuales); limpieza del TPV tras cada uso; quitar todos los cartones y plásticos, para evitar contaminación cruzada; disponer de desinfectante diluido para limpiar conservas y latas; las frutas y verduras deben estar en *boxes* propios de plástico y desinfectados… Debe haber una trazabilidad de la limpieza hasta la entrega. En la cocina, el uso del gorro es obligatorio, así como lavarse las manos con frecuencia. En la sala, se debe separar las mesas y colocar señales en el suelo para que el huésped lo tenga claro. La higienización debe ser constante: zonas de peligro, sillas, mesas, servilleteros, cartas, suelo… En cada turno, se debe lavar toda la vajilla, incluso la que no se ha usado (temperatura mínima de 82 ºC). Si se mantiene el bufé, se debe cambiar frecuentemente las pinzas y otros elementos de servir o cortar. Se deben clocar mamparas y campanas. Asimismo, se debe disponer de un espacio habilitado para la entrega del pedido para llevar.

En las habitaciones, hay que entrar con guantes de vinilo/acrilonitrilo y mascarillas y ventilar (mínimo 5 minutos). Se tiene que hacer un repaso a todas las zonas donde más se toca: interruptores, teléfonos, mando de la



CONFIANZA EN LOS HOTELES

La gestora hotelera Panoram Hotel Management ha presentado un análisis digital realizado durante los meses de confinamiento, sobre el estado de la confianza, necesidades y expectativas en lo que respecta a la relación entre hotel y huésped, para afrontar la denominada nueva normalidad. Los resultados de la encuesta muestran, como primera conclusión, que la población española confía en la figura del hotel, considerándolo un "espacio seguro". Además, los resultados también destacan la voluntad de continuar viajando por parte de los españoles.

El análisis realizado por Panoram Hotel Management plantea que el consumidor sigue esperando los mismos servicios de un hotel, pero sí necesita sentir que están adaptados al actual contexto. Para los clientes, la experiencia y ahora también sensación de seguridad tiene que comenzar desde la entrada al hotel. Así lo afirma el 75,5% de los encuestados, que se decanta por la opción de pantallas transparentes y así poder ver la cara a los recepcionistas, teniendo la sensación de seguridad necesaria, pero sin renunciar a la cercanía y atención personalizada como de costumbre.

En este sentido, son las zonas comunes las que menos confianza despiertan entre los consumidores. El 41% de los encuestados opina que el bar, restaurante o gimnasio son los sitios más críticos del hotel por encima de la habitación (29,4%), el comedor (18,7%) o la recepción (11%). El reto, pues, es conseguir que el usuario disfrute de los servicios habituales, potenciando una mayor percepción de seguridad.

Por su parte, el desayuno sigue siendo una parte importante de la estancia para la mayoría, aunque coinciden en que el bufé tiene que adaptarse. De media general, sólo el 5,7% de los encuestados dice que no bajaría a desayunar. El 62,2% comenta que dependería de las medidas higiénicas del hotel, y un 32% tiene claro que sí. Por edades, los resultados de la encuesta señalan que son los mayores de 50 años quienes más predisposición tienen por bajar a desayunar, con un 38,4%. Respecto al tipo de desayuno, igual que antes, son los mayores de 50 años los que con un 53,6% prefieren bufé, siempre que existan las medidas higiénicas y sanitarias adecuadas.

La encuesta también destaca que esta situación no influye en otras tendencias sobre el consumo en hoteles, como es la de reducción de envases, algo que se aprecia en que, dentro de las posibilidades para disfrutar de la primera comida en un hotel, la opción, con menos popularidad, es la utilización del envase monouso para disfrutar del desayuno, elegida solamente por el 5,9% de los encuestados. Por último, la encuesta, realizada a 2.000 personas, muestra que ahora los huéspedes valoran un concepto más *smart* de los espacios, especialmente de las habitaciones, señalando que la sencillez y la conectividad serán dos aspectos clave en los intereses de la sociedad.



Madrid Marriott Auditorium



Sercotel Sorolla Palace

televisión, mando de climatización, grifería de los baños, secador, pomos y manetas, tiradores de armarios y cajoneras, así como repasar la nevera y los productos del minibar. Si hay vajilla (tazas y platos para el café), lavar en lavavajillas. Se debe repasar todos los productos de uso común (secador de pelo, calentador de agua, plancha…). Hay que emplear productos desinfectantes no dañinos que se puedan pulverizar en la tapicería de los sofás o sillones.

En las zonas comunes, se deben desinfectar zonas de alto riesgo a menudo: botones de los ascensores, barandillas, pomos de puertas, *displays*, mobiliario… En baños, deben enfocarse en grifos, puerta, cisterna, manijas, asientos y solapas, lavabos, pomos, botones e interruptores. Las basuras deben tener tapa de pedal, y se tienen que limpiar y vaciar regularmente. Hay que hacer un refuerzo del plan de limpieza del hotel en cuanto a regularidad y efectividad de los productos a emplear. Se debe desinfectar también todo el equipo de limpieza (carros, bandejas, mangos…). A su vez, los textiles (toallas, paños…) deben lavarse en un ciclo completo a temperatura 60-90 ºC y su manipulación previa al lavado debe ser con guantes.

Esencia mediterránea

Islas Baleares

EL VERANO ES EL MOMENTO DE DISFRUTAR AL MÁXIMO DEL MEDITERRÁNEO. EN ISLAS BALEARES NOS ESPERAN SOL, PLAYAS Y CALAS PARADISÍACAS, UNA GASTRONOMÍA EXQUISITA Y SALUDABLE, Y MULTITUD DE ACTIVIDADES PARA REALIZAR.



Barbaria

MATEU BENNASSAR © ARXIU AETIB

Baleares es uno de los destinos más elegidos del Mediterráneo porque en cada una de sus islas cada viajero puede disfrutar según desee: con tranquilidad o viviendo las noches más locas que pueda imaginar. Sus islas son lugares en los que perderse en sus pueblos marineros, descubrir sus paisajes de película o practicar deportes náuticos. Especialmente tranquilas son Menorca y Formentera, dos pequeños paraísos en el Mediterráneo. Las dos islas mayores son Mallorca e Ibiza. En la primera, destaca la capital, Palma, el Parque Nacional de Cabrera y la Serra de Tramuntana. Ibiza, por su parte, está declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco debido a su biodiversidad y cultura.

Mallorca

Mallorca tiene mucho que ofrecer al visitante, desde un patrimonio monumental de gran riqueza a una naturaleza exuberante, pasando por una gastronomía única, que combina con acierto productos de la tierra y el mar. Y es que la isla satisface a quienes buscan sosiego, a los amantes del deporte y a aquellos que se dejan seducir por las citas culturales y festivas.

MATEU BENNASSAR © ARXIU AETIB



Valldemossa (Mallorca)

Con 3.600 km de superficie, la isla de Mallorca es un lugar ideal para disfrutar durante todo el año, que aúna la belleza del interior, plagado de pueblos con encanto, y la del mar, con sus playas interminables y sus recónditas calas.

Uno de los puntos de mayor interés de la isla es Palma, cuyo legado tiene mucho que decir sobre las diversas culturas que dejaron su impronta en ella. Desde sus orígenes, la ciudad ha sabido vivir de cara al mar, y esta característica la distingue y le otorga su particular personalidad. Entre sus edificios emblemáticos, destacan la Almudaina y la Catedral –de estilo gótico y considerada como el mejor mirador sobre la bahía de Palma–, aún protegidas por murallas medievales.

La Almudaina, por su parte, es un antiguo palacio árabe, posteriormente cristianizado, a los pies de la cual se extienden los jardines del Hort del Rei, donde pueden encontrarse esculturas de Subirachs y Joan Miró.

Vale la pena perderse por la Plaça Major, amplia plaza porticada en la que convergen calles comerciales como Sant Miquel, Sindicat y Colón. En sus alrededores se ubican la iglesia de Sant Francesc, los Baños Árabes, el Museo de Mallorca, el Parlamento de las Islas Baleares, el Palacio March. Y otro de los grandes imprescindibles de la isla es el Castillo de Bellver, situado en lo alto de un promontorio, con inmejorables vistas panorámicas sobre Palma y que, en su interior, acoge el Museo de Historia de la Ciudad.

Los amantes del senderismo y las rutas de montaña verán sus expectativas gratamente satisfechas en la Serra de Tramuntana, situada al noroeste de la isla, y que se extiende desde Calvià hasta Pollença. La Serra está salpicada por pueblos como Orient, Biniaraix, Andratx, Pollença, Banyalbufar, Estellencs, entre otros. Merecen especial atención Valldemossa y Sóller. El primero se sitúa en mitad de un valle, y está marcado por la presencia de la cartuja, donde se pueden visitar varias estancias y las celdas que ocuparon Chopin y George Sands. Sóller, por su parte, está caracterizado por su noble arquitectura mallorquina y su barrio de pescadores dominado por un castillo medieval.

Mallorca ofrece playas y calas para todos los gustos. En primer lugar, destacan las urbanas, situadas en la gran bahía de Palma, dotadas de todo tipo de servicios y rodeadas de restaurantes, bares y *beach clubs*. Entre estas resaltan Can Pere Antoni, delimitada por el paseo marítimo, Cala Estància y S'Arenal. Al oeste de la bahía se encuentra Cala Major, una tranquila zona residencial con varios accesos al mar, Portals Nous, de ambiente glamuroso y con un exclusivo puerto deportivo, y Portals Vells.

Por su parte, la Serra de Tramuntana se asoma al mar a través de tranquilas calas, pequeños arenales y acantilados, como Sa Calobra, Cala de Deià, Cala Banyalbufar o Cala d'Estellencs. Desde el Port de Sóller parten embarcaciones que realizan el trayecto hasta playa de Sa Calobra y permiten contemplar un tramo excepcional de la costa.

El norte de la isla se caracteriza por la presencia de dos grandes bahías, la de Pollença y la



Sóller (Mallorca)

MATEU BENNASSAR © ARXIU AETIB



Palau de l'Almudaina (Palma de Mallorca)

EDUARDO MIRALLES © ARXIU AETIB



Formentor (Mallorca)

JAUME CAPELLÀ © ARXIU AETIB

JAUME CAPELLA © ARXIU AETIB



Sant Jordi (Palma de Mallorca)

de Alcudia. A ellas se asoman largos arenales, muy accesibles y con todos los servicios, y también pequeñas calas a las que se llega por caminos casi secretos. Aquí se encuentra una valiosa área natural protegida, S'Albufera de Mallorca, paraíso de las aves.

En la Serra de Llevant, formación que transcurre paralela a la costa, encontramos entornos de gran belleza, como Cala Rajada y cala Figuera de Santanyi.

Mallorca posee un gran número de cuevas para visitar. Cada una de ellas tiene su particularidad y su belleza. Entre las más conocidas destacan las de Artà (cavidades situadas sobre el mar, con estalactitas de proporciones extraordinarias. De entre estas resaltan la Reina de las Columnas –22 m de altura– o El infierno –con espectáculo de luz y sonido); del Drach (ubicadas en Porto Cristo, en su interior se encuentra el lago subterráneo más grande de Europa y se celebra un concierto con músicos que tocan a bordo de barcas con luces), y las dels Hams (también en Porto Cristo, toman su nombre de unas formaciones que parecen anzuelos –*hams*, en catalán–. Entre estas formaciones se encuentran el Cementerio de las hadas y el El paraíso perdido de Milton).



Dalt Vila (Ibiza)

PEDRO COLL COPYRIGHT © ARXIU AETIB

Ibiza

Ibiza es sinónimo de pueblos blancos y playas de aguas turquesas y cristalinas, de noches de fiesta pero también es una isla para disfrutar de la calma. Si a ello le sumamos una deliciosa gastronomía y un clima cálido y agradable, prácticamente durante todo el año, hacen que la mayor de las Pitiusas –nombre con el que las bautizaron los griegos y que significa isla de los pinos– se convierta en un auténtico edén.

La isla más cosmopolita de las Baleares tiene algo que enamora, algo que hechiza y atrapa a todos aquellos que deciden visitarla. Sin duda, es el lugar perfecto para disfrutar de unas va-

JAUME CAPELLÀ COPYRIGHT © ARXIU AETIB



Es Vedrà, Sant Josep de Sa Talaia (Ibiza)

caciones en las que el sol, la playa y la diversión son los máximos protagonistas. Pero, en realidad, este oasis mediterráneo tiene mucho más que ofrecer a sus variopintos visitantes.

Visitar las hermosas playas ibicencas, comprar algún tesoro artesanal, conocer su cultura, sus museos, realizar alguna de sus agradables rutas en bicicleta, como la de la reserva de Es Amunts, degustar su gastronomía mediterránea, vivir la famosa "noche ibicenca" en las discotecas más espectaculares del mundo, surcar sus mares o subir a Dalt Vila para pasear por sus murallas centenarias… Todo es posible en esta isla mágica que combina con acierto la calma y el relax con un ambiente de libertad único.

Este edén mediterráneo se encuentra integrado por cinco municipios: Eivissa, que es la capital, conocida como la "Vila", una luminosa Babel que fusiona armónicamente historia y vanguardia; Santa Eulària des Riu, que se ha ido modernizando con el paso del tiempo sin perder su esencia original; y Sant Antoni de Portmany, muy conocido por sus impresionantes puestas de sol y su sofisticada oferta de ocio nocturno. Por su parte, Sant Josep de sa Talaia ha despertado siempre el interés de los más aventureros por su belleza natural; y el imperturbable y encantador Sant Joan de Labritja es toda una verdadera invitación al descanso. Cada uno de sus municipios despliega sus diversos encantos ante el visitante.

Ibiza, que puede presumir de una naturaleza extraordinaria, dispone de más de 50 km de playas que ofrecen sus aguas cristalinas y su arena blanca y suave a todos aquellos que deseen disfrutarlas. Platges de Comte, Cala d'Hort, Aigües Blanques, Cala Salada y Saladeta, Cala Gració y Gracioneta, Cala Xarraca, Benirrás o Ses Salines son solo algunos de los enclaves naturales para visitar y sentirse como en el mismísimo paraíso.

Crisol de gentes y culturas, Ibiza acumula siglos de historia y costumbres que se han ido preservando a lo largo del tiempo. Las murallas renacentistas de Dalt Vila, en la capital, declaradas Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1999, son uno de los monumentos más importantes, pero la isla Pitiusa cuenta con un amplio patrimonio arquitectónico y cultural que fascina a todos aquellos que desean impregnarse de su largo pulso histórico. Además de sus museos, también se conservan bienes patrimoniales de gran interés como las iglesias encaladas, el poblado arquitectónico de Balàfia, el santuario púnico de Es Culleram, las torres de defensa, fuentes y pozos, así como yacimientos arqueológicos de gran valor entre los que destacan la Necrópolis de Puig des Molins, Ses Païsses de Cala d'Hort y el asentamiento fenicio de Sa Caleta.

En este fabuloso oasis mediterráneo es prácticamente imposible aburrirse. Para ello, en todo el territorio, se organizan infinidad de eventos, fiestas ferias, proyectos musicales (de toda índole), gastronómicos y de otras artes escénicas. Las opciones para disfrutar de Ibiza con los cinco sentidos son realmente infinitas. Recomendamos, entre otras cosas, visitar, como ya hemos dicho, el Dalt Vila, el casco antiguo de Eivissa, y pasear entre sus impresionantes murallas, sus plazas empedradas y sus callejuelas empinadas y contemplar sus espectaculares vistas; pasear por el barrio de Sa Marina, una de las zonas más animadas para del ocio nocturno de Ibiza; acercarse a la bahía de Sant Antoni de Portmany, en la costa oeste de la isla, para deleitarse con sus impresionantes puestas de sol, o contemplar la belleza de Es Vedrà, localizado hacia el suroeste, el mágico islote es una de las imágenes más características de la isla

Ibiza es, también, muy conocida por sus tiendas y mercadillos *hippies*, auténticos laboratorios de tendencias. El mercado de Las Dalias, por ejemplo, es un lugar ideal para adquirir algo *hippy* y genuino.

MANUELA MUÑOZ © ARXIU AETIB



CIUTADELLA (MENORCA)

MANUELA MUÑOZ © ARXIU AETIB



CALA MITJANA (MENORCA)

Menorca

Esta pequeña isla de apenas 700 m² de extensión es sinónimo de calma, luz y naturaleza. Distinguida como Reserva de la Biosfera, atesora un litoral de playas y calas de gran belleza, así como un paisaje interior que enamora a los amantes del ciclismo y el senderismo. Completan los encantos de este destino apacible un destacado patrimonio histórico y monumental, tradiciones, cultura y una sabrosa gastronomía.
Al llegar a esta isla balear, el visitante se sumergirá en una atmósfera de tranquilidad, en un mundo sin prisas, donde los sentidos se abren a una tierra de contrastes y color, bañada por unas aguas transparentes y un cielo azul intenso.
La principal característica de Menorca es la diversidad ambiental existente en sus apenas 700 km² de extensión. Así, la isla ofrece una representación de casi todos los hábitats propios del Mediterráneo.
Menorca, a pesar de sus reducidas dimensiones, ofrece al visitante la oportunidad de adentrarse en un microcosmos con unas condiciones medioambientales excepcionales, con un patrimonio cultural de gran valor y desarrollo socioeconómico armónico. Estas singularidades características han sido reconocidas por la Unesco al otorgar a la isla, en 1993, la declaración de Reserva de la Biosfera.
Menorca posee increíbles playas de aguas turquesas y calas paradisíacas. En el sur de la isla, y a tan solo 15 kilómetros de Ciutadella, encontramos las bellísimas Cala Macarella, formada por un arenal en forma de "U", y Macarelleta, un poco más escondida. En el norte, se localiza Cala Pregonda, caracterizada por sus arenas rojizas, rocas escarpadas y aguas transparentes y profundas.
Cala Mitjana y Mitjaneta, a 25 kilómetros de Ciutadella, son otras calas clásicas de Menorca, de arena blanca y aguas transparentes. En la costa salvaje del norte, cerca del Parque Natural de s'Albufera des Grau, encontramos Cala Tortuga, de aguas tranquilas y poco profundas. Cala Turqueta, ubicada en el sur, es famosa por su intenso color azul turquesa. Otras playas y calas igualmente hermosas son las playas de Algairens, Cala Morell, Cala Galdana, Playa de Punta Fina o la salvaje Cala Rafalet, entre otras.
La isla se divide en ocho municipios: Maó, capital administrativa de la isla, Ciutadella, la antigua capital, Alaior, Ferreries, Es Mercadal, Es Castell, Sant Lluís y Es Migjorn Gran.
Menorca es la isla más oriental de las Baleares. Su privilegiada posición en el centro del Mediterráneo occidental la ha convertido en punto obligado de refugio y pieza codiciada por su valor estratégico para las civilizaciones que han surcado este legendario mar. Fenicios, griegos, cartagineses, romanos, árabes, británicos, franceses… arribaron hasta estas costas, enriqueciendo a su paso la cultura insular y cuyos rastros podremos ir adivinando en su folklore, gastronomía, toponimia o arquitectura.
Los pueblos conquistadores construyeron en la isla impresionantes edificaciones militares para evitar la entrada a los enemigos. Es interesante conocer la historia de sus conquistas a través de galerías subterráneas, fosos, polvorines, salas excavadas en la roca, torres, castillos y aljibes. Además, es un deleite para los senti-



EDUARDO MIRALLES © ARXIU AETIB



BINIBECA (MENORCA)

dos disfrutar de las magníficas vistas que nos brindan estas majestuosas construcciones. Se recomienda, por ejemplo, visitar el emblemático Fuerte Marlborough, situado en la cala de Sant Esteve, el Castillo de San Felipe en la bocana del puerto de Mahón, el inacabado Fuerte de Santa Ana y la Fortaleza de Isabel II de La Mola, una de las mayores fortificaciones europeas de la época.

También desde la conquista cristiana, la isla han acumulado un valioso patrimonio religioso, catedrales, iglesias, santuarios, conventos y ermitas. Por ejemplo, el convento de Sant Agustí (siglo XVII), se localiza en el corazón de Ciutadella, y alberga el Museo Diocesano. En lugares geográficos elevados, podemos hallar santuarios como el de Lluc rodeado de bosques en la Serra de Tramuntana, o el de Toro, en la cima más alta de Menorca. También nos esperan ermitas situadas en pequeñas elevaciones cerca de los pueblos.

Por otra parte, en el término municipal de Ciutadella encontramos vestigios prehistóricos como el yacimiento arqueológico de Torre Trencada.

Menorca ofrece inmejorables oportunidades de combinar el deporte con el disfrute de la naturaleza. Los aficionados al mar encontrarán un abanico de posibilidades, desde el baño en cualquier cala de la isla, a actividades específicas como el *windsurf*, la vela, el esquí náutico, la pesca deportiva, la navegación a vela latina o el submarinismo. También se pueden realizar excursiones en barca alrededor de la



CAMPO (MENORCA)

MATEU BENNASSAR © ARXIU AETIB



Ses Illetes (Formentera)

JAUME CAPELLÀ © ARXIU AETIB

naturaleza y del paisaje de la isla, o de la observación de pájaros y hábitats naturales. A esta oferta hay que añadir el senderismo, que cada día tiene más adeptos que encuentran en Menorca el lugar ideal para su desarrollo. Actualmente se tramita la ley del Camí de Cavalls, un camino que recorre todo el litoral de la isla.

Formentera

Formentera es perfecta para una escapada idílica. Poco podemos decir de esta preciosa isla que no se haya dicho ya: cautivan su luz, sus caminos, sus calas de aguas turquesas, los faros…

Formentera forma, junto a Ibiza, las Islas Pitiusas, separadas tan solo por 3 kilómetros. Esta pequeña isla, de 83,2 km², posee 69 km de costa salpicada de playas y calas, además de curiosos rincones costeros.

La pequeña Pitiusa es una isla accesible y cómoda de transitar. Se puede recorrer en su mayor parte en bicicleta a través de sus rutas verdes, además de por su interior rural donde nos encontraremos con pueblos de auténtica esencia mediterránea. Su punto más alto es Sa Talaïassa, en el altiplano de la Mola, a 192 metros sobre el niel del mar. También se pueden usar vehículos a motor para movernos por su pequeña red de carreteras. Su arteria principal (PM-820) atraviesa la isla de este a oeste entre el puerto de La Savina y el faro de la Mola, separados por poco menos de 20 km.

Para acceder a la isla únicamente podemos hacerlo en barco y, por regla general, Ibiza sirve de conexión con Formentera y el resto del mundo, en un trayecto en barco de unos 35 minutos. Solo desembarcar en Formentera nos dejaremos cautivar por ese halo de calma tan característico y nos sentiremos cautiva-

isla y visitas a los principales puntos de interés de la costa. En Fornells se puede practicar buceo y *windsurf*, entre otras actividades náuticas. Otras opciones son alguno de los puertos deportivos que rodean la costa: Maó, Addaia, Fornells, Ciutadella o Cala'n Bosch, aparte de otras instalaciones náuticas menores.

Por otro lado, las excursiones a caballo por caminos y rutas rurales son una forma interesante de descubrir la belleza de la naturaleza local. De hecho, el caballo es también el protagonista de todas las fiestas populares que se celebran a lo largo del verano menorquín. El ciclismo puede practicarse en buen número de carreteras secundarias y caminos rurales, con excursiones programadas y guiadas o por libre. También el excursionismo y el senderismo disponen de rutas específicas para disfrutar de la



Salines(Formentera)

© ARXIU AETIB

dos por sus gentes, su atmósfera inigualable y sus aguas, únicas por su transparencia y color turquesa que nos evocan latitudes tropicales.

El clima suave de la isla da lugar a una vegetación mediterránea que combina zonas dunares con bosques de pinos y sabinas, coníferas que dan personalidad a la isla.

Los pueblos de la Pitiusa conservan, asimismo, el sabor mediterráneo más genuino. No hay que dejar de visitar Sant Frascesc, La Savina, Sant Ferran, Es Pujols, Es Caló y El Pilar de la Mola.

Formentera dispone de playas y calas de ensueño. Es Pujols y Sa Roqueta, por ejemplo, son dos de las magníficas playas de la isla. La primera es un playa urbana que mantiene la misma belleza que el resto de playas de la isla, donde el predominio de las nítidas aguas turquesas y la arena blanca son sus principales atractivos. Además, cerca cuenta con toda clase de servicios: restaurantes, cafeterías, tiendas, etc. Sa Roqueta es una playa contigua, más aislada y menos frecuentada.

De aguas turquesa intenso, Cala Saona es la joya de la costa occidental de Formentera. Se trata de una pequeña ensenada flanqueada por acantilados. A esto se le suman bellos atardeceres y la posibilidad de practicar de deportes náuticos. Declarada en más de una ocasión como una de las playas más bellas del mundo, la playa de Ses Illetes, de aguas tranquilas y poco profundas y localizada dentro del Parque Natural de Ses Salines, es probablemente el paisaje más representativo de la espectacular costa de Formentera. Orientada hacia el este y ocupando toda la costa opuesta de Illetes, en la península des Trucadors, hallamos la también idílica playa de Llevant.

Cavall d'en Borràs, también dentro de Ses Salines y orientada al noroeste, lo que permite disfrutar de maravillosas puestas de sol, guarda una belleza salvaje de aguas cristalinas y fina arena blanca y un bosque de sabinas de fondo. Por su parte, Migjorn, en el sur de la isla, abarca cinco kilómetros de playas totalmente paradisíacas y calas que combinan zonas rocosas y arena fina.

Formentera cuenta con tres conjuntos históricos: Sant Francesc Xavier, Sant Ferran de ses Roques y el Pilar de la Mola. En todos ellos, el edificio más relevante es la iglesia parroquial. A su alrededor se configura toda una trama de plazas y vías, la mayor parte de las cuales coinciden con los antiguos caminos que unían las zonas de población dispersa con los templos religiosos.

Pertenecen también al patrimonio cultural de Formentera elementos de defensa y señalización costera (torres de defensa y faros), lugares históricos (Ses Salines, Colonia penitenciaria de Formentera), caminos y división territorial (Camí de Sa Pujada, Mojones, paredes de piedra seca), así como casas, molinos harineros, cisternas y aljibes, pozos, norias, árboles singulares, o *escars* (varadores), entre otros bienes.

MATEU BENNASSAR © ARXIU AETIB



Faro de la Mola (Formentera)

PEDRO COLL © ARXIU AETIB



Higuera (Formentera)



Sant Francesc (Formentera)

MATEU BENNASSAR © ARXIU AETIB

EL VIAJERO EUROPEO SE APUNTA A LAS ESCAPADAS EN SOLITARIO EN LA 'NUEVA NORMALIDAD'



eDreams ha encuestado a viajeros de toda Europa para analizar sus preferencias en cuanto a la compañía en sus próximos viajes, enmarcados en la llamada "nueva normalidad". Según reflejan los resultados del estudio, viajar solo ha dejado de ser un tabú para convertirse en una opción cada vez más valorada por los viajeros europeos: hasta el 41% dice plantearse ahora hacer una escapada en solitario, a la par que el 41% que optará por viajar en pareja. Le siguen a buena distancia quienes prefieren viajar con sus hijos (17%), en grupos de amigos (10%) o con sus padres (3%). Estos datos se ven apoyados en el hecho de que hasta el 31% de los viajeros habría replanteado sus compañías de viaje más inmediatas debido a la situación provocada por el coronavirus. De no haberse dado el contexto actual, viajar con la pareja continuaría siendo la opción más popular. Los viajeros que tienen previsto viajar con su pareja se han reducido en un -5% tras la crisis. En cambio, la elección de viajar en solitario habría aumentado su popularidad un 10% en solo unas semanas. Sería la única alternativa en crecimiento, frente a otras como viajar con hijos (–3%), con amigos (-7%) o con padres (-3%). En general, las medidas de distanciamiento social y las recomendaciones de reunir pequeños grupos habrían podido influir en la responsabilidad y la percepción de seguridad de los viajeros, que se inclinarían cada vez más por viajar solos con el propósito de respetar al máximo estas medidas y evitar las restricciones aplicables a grupos de varias personas, como el aforo en restaurantes y playas, entre otros espacios.

Aunque los viajeros españoles continúan siendo los europeos menos atraídos por el viaje en solitario, su interés por viajar solos también ha aumentado en las últimas semanas, concretamente un notable 10%, el mismo aumento que se ha producido, de media, en el resto del continente.

Vacaciones solitarias, pero largas

Los turistas nacionales que se han animado a reservar viajes sin compañía para este verano planean escaparse entre 7 y 13 días (27%). Les siguen los que viajarán entre 3 y 4 días (23%), los que se desplazarán durante más de 21 días o entre 5 y 6 días (15%), los que invertirán entre 14 y 20 días (11%) y los que solo dispondrán de 2 días (9%). La media europea para los viajes en solitario en el periodo analizado se sitúa entre los 7 y los 13 días. Los destinos más demandados por parte del viajero solitario autóctono para este verano son Palma de Mallorca, Ibiza, Tenerife, Barcelona, Gran Canaria, Menorca, Madrid, Sevilla, París y Málaga. Se observa el predominio claro de las islas españolas en convivencia con grandes ciudades europeas. Los destinos nacionales también triunfan entre los viajeros de otros países, de forma que Alicante y Málaga se cuelan en el *top* 5 de Reino Unido y países nórdicos y Palma de Mallorca en el *top* 3 de Alemania y Austria, siendo el destino favorito en este último.

El viajero solitario que se desplaza desde España cuenta este verano con un presupuesto medio de 221 euros para sus reservas, frente a los 336 euros de los ingleses, los 308 de los viajeros procedentes de países nórdicos, los 322 euros de los suizos, los 320 euros de los franceses, los 270 euros de los alemanes, los 257 euros de los portugueses o los 235 de los austríacos. Solo los italianos invertirán menos que los españoles: 220 euros. De media, los turistas europeos que se desplacen sin compañía se gastarán 283 euros en sus billetes.



Orac Decor®

Potencia el estilo colonial del Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel

Este año el Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel de Las Palmas de Gran Canaria cumple 130 años y lo ha hecho con una profunda renovación que le ha devuelto todo su esplendor, de la mano de la cadena hotelera Barceló Hotels & Resorts y con la participación de Orac Decor®.

FOTOGRAFÍAS: JOSÉ LORENTE ARANCIBIA



El Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel está situado en una espléndida finca de estilo colonial inglés, construida en 1890 y catalogada como monumento histórico. El *glamour*, la autenticidad y la exquisitez son parte de la esencia del hotel, que ha atraído a grandes personalidades nacionales e internacionales desde sus comienzos para alojarse en sus elegantes 204 habitaciones, ya sea con vistas al mar o al jardín.

En las habitaciones *deluxe* el estilo neoclásico y colonial inglés ofrecen confortables estancias donde cada detalle está estudiado. La firma referente en molduras Orac Decor ha equipado con rosetones y zócalos estas estancias.

En el techo de las habitaciones de este histórico hotel, un rosetón (R77) de la firma Orac Decor® enmarca un ventilador de tres aspas de madera, lo que consigue un elegante y fresco estilo colonial.

La ventaja de este tipo de ornamento es que consigue de manera sencilla devolver el esplendor de los clásicos de siempre a la arquitectura interior. Se trata de una pieza de 62 cm de diámetro que se coloca fácilmente, solo mediante la utilización de colas. Estéticamente, realza la elegancia de la habitación, rompiendo la monotonía del techo y consiguiendo un acabado acorde con la elegancia del establecimiento hotelero.

Además, Orac Decor® también ha suministrado en el Santa Catalina, a Royal Hideaway Hotel el zócalo de diseño sobrio con canaladuras SX 105. El diseño sobrio de este rodapié proporciona un elegante paso del suelo a la pared y, además de conferir un acabado estético a los espacios, destaca su funcionalidad para esconder el cableado. Gracias a su resistencia al agua y a los golpes, es ideal para establecimientos hoteleros.▮

ORAC DECOR® Tel.: 900 993 289. E-mail: spain@oracdecor.com www.oracdecor.com

FYCMA AVANZA EN SU ESTRATEGIA DIGITAL



Fycma (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) se prepara para la reactivación de la actividad con la puesta en marcha, entre otros, de un nuevo proyecto que permitirá la hibridación presencial y digital de sus eventos. Así nace Fycma On. Virtual Events, la marca bajo la que el recinto dinamizará todo el contenido virtual de sus ferias y encuentros de organización propia, impulsando un formato que dará cabida a espacios *on line* en las convocatorias físicas, seminarios web especializados, herramientas de *networking* y celebración de reuniones previas.

ACCOR RECONVIERTE SUS TERRAZAS Y JARDINES EN SALAS DE REUNIÓN

Accor potencia el uso de los espacios exteriores de sus hoteles en España y Portugal con la creación del concepto Open Air Meetings, reuniones en las terrazas y jardines con la finalidad de garantizar mayores niveles de seguridad entre los participantes. Actualmente, cerca de una veintena de hoteles de las marcas Pullman, Novotel, Mercure e ibis brindan este servicio a partir de este verano, adaptado a las necesidades individuales de cada cliente. Los Open Air Meetings incluirán distintas variedades en la oferta gastronómica. Además, a la oferta habitual de almuerzos y cenas se añadirá una oferta *mobile* de *picnic lunch* para comer de una forma sana, desenfadada y *casual* al aire libre. La capacidad para albergar cada encuentro oscila entre las 15 y 100 personas, en función del espacio al aire libre de cada hotel. Los clientes tendrán a su disposición medios audiovisuales, como proyectores, pantallas y *flipcharts*.



NH rediseña el área de eventos con servicios digitales avanzados y seguridad

Con el fin de garantizar la seguridad y la salud de sus clientes y empleados, NH Hotel Group ha rediseñado la propuesta de experiencia en el área de reuniones y eventos de sus hoteles. En los últimos meses, la compañía puso en marcha una encuesta con sus clientes corporativos para conocer de primera mano las necesidades del segmento MICE a incorporar durante el proceso de reactivación de la actividad. En los resultados obtenidos en la encuesta realizada por el grupo, uno de los aspectos más demandados fue la digitalización e innovación de los servicios. En ese sentido, NH Hotel Group ha implementado diferentes innovaciones tecnológicas encaminadas a facilitar la planificación virtual de los eventos. Además de la puesta en marcha del concepto Hospitalidad híbrida, que aúna los encuentros presenciales y *on line* con tecnología aplicada a los mismos, se han revisado otros aspectos como el ajuste del ancho de banda Wi Fi con el fin de cubrir la demanda en grandes reuniones *on line*, conferencias y *webinars*. Por otro lado, con el fin de extremar la sanitización en los hoteles, NH Hotel Group y SGS anunciaron su colaboración en un proyecto que redefine y extrema los protocolos sanitarios aplicables en la operativa de las propiedades del grupo, permitiendo a los mismos certificarse como entornos limpios y seguros de cara a su reapertura. También habrá nuevos protocolos de seguridad para los clientes. También se ha reorganizado el área de Food & Beverage.

LOS VIAJES CORPORATIVOS EN LA NUEVA NORMALIDAD: TENDENCIAS TRAS LA APERTURA DE FRONTERAS



A medida que avanza la desescalada en territorio europeo, la apertura de fronteras se convierte en un tema crucial para recuperar la normalidad y reactivar la economía. De forma gradual, Europa se prepara para reabrir sus fronteras: así, mientras Italia permite a los países de la UE y la zona Schengen la entrada en su territorio desde el pasado 3 de junio, España ha abierto sus fronteras el 1 de julio.

Esta reapertura no solo tiene consecuencias para el turismo sino también para los viajeros de negocios. En este sentido, Luca Carlucci, CEO de BizAway, afirma que "hemos constatado que las empresas ya comienzan a retomar de forma progresiva su actividad: durante la primera semana de junio, nuestra plataforma ha alcanzado un nivel de reservas diarias del 50% respecto a la situación anterior al Covid-19". Según Carlucci, "todas las reservas corresponden a viajes corporativos y reflejan la paulatina reactivación del sector". Un sector que la empresa estima que resurgirá a lo largo de los próximos meses, con septiembre como punto álgido, y que culminará a inicios de 2021, donde esperan resultados más notables y normalizados.

El cofundador de BizAway ha mantenido durante estos meses una actitud profundamente optimista sobre el resurgir del sector de los viajes de negocios una vez pasada la crisis. "Con la apertura de las fronteras hemos empezado a notar ya este resurgir: las reservas se han animado y podemos empezar a apuntar algunas tendencias de estos primeros pasos hacia la nueva normalidad". Algunas de las más destacadas son: el mayor número de reservas se ha producido en la opción de hoteles –donde han sido muy significativas–, seguidas de las reservas de aviones, coches y trenes. Los países destino de estas reservas han sido, por este orden, Italia, España, Suecia y Alemania. En el caso específico de los hoteles, las ciudades en las que se han producido un mayor número de reservas para pernoctar han sido Valencia y Bilbao en el caso de España; Roma, Perugia, Berlín y Copenhague, a nivel internacional. En este sentido, resulta significativo que Barcelona y Madrid, ciudades que ocupaban un lugar privilegiado en cuanto a reservas antes de la crisis sanitaria, se están recuperando muy poco a poco y todavía no han alcanzado su nivel anterior, lo que refleja su gran afectación durante la pandemia. Los sectores empresariales que han reservado en mayor medida son, por este orden: sector tecnológico, fiscal, legal y manufactura.

Viajar con seguridad

Además de estas tendencias, Luca Carlucci destaca que, antes de realizar las reservas, los clientes han aumentado sus consultas sobre las políticas de viaje, las posibles restricciones de servicios y, en general, sobre las nuevas medidas y los nuevos protocolos que se aplicarán en esta etapa. Para dar respuesta a esta nueva demanda, el departamento de *customer service* de BizAway ha revisado una a una todas las reservas, de forma personalizada, para contrastar al detalle todos los protocolos y las políticas de seguridad de cada hotel y de cada país. Y esto se ha producido sobre todo en el caso de hoteles y aviones, que supone la mayor preocupación para los viajeros en estos momentos. En este sentido, el CEO de la plataforma concluye que "reinventarse resulta esencial para adaptarse a la nueva situación y, sin lugar a dudas, la seguridad y la protección del viajero van a ser la prioridad de BizAway en esta nueva normalidad".

Pierre & Vacances inaugura dos bares en Fuengirola y Benidorm

Pierre & Vacances refuerza su oferta de restauración con la inauguración de dos nuevos bares en la costa peninsular. El primero, el Lounge Bar Albatros, ubicado en el Hotel El Puerto, un emblema del sector en Fuengirola, se encuentra a pie de calle, en el mismo paseo marítimo y a escasos metros del mar. Su privilegiada ubicación lo convierten en la opción perfecta para gozar de un ambiente agradable y distendido donde tomar algo en familia o amigos. El bar cuenta con una extensa carta que va desde una amplia oferta de bebidas espirituosas, con licores de todas las categorías, hasta cócteles con alcohol y sin, vinos y zumos. El segundo, The First One Bar, está ubicado en el complejo de apartamentos Benidorm Levante. Se trata de un concepto de bar pensado tanto para el público local como para los turistas internacionales, sobre todo británicos, que pasan sus vacaciones en la famosa localidad de la Costa Blanca. The First One Bar ofrece un ambiente cosmopolita e internacional con una carta con una amplia variedad de cócteles, vinos, licores y aperitivos.





REABREN BEAT Y KOMFORT, LOS RESTAURANTES DE THE COOKBOK EN CALPE

La Costa Blanca empieza a recuperar su poderío gastronómico con la reapertura paulatina de sus grandes restaurantes. Entre ellos se encuentran los dos restaurantes que alberga del hotel *boutique* The Cookbook, de la cadena hotelera líder en Calpe AR Hotels & Resorts: Beat, premiado con una estrella Michelin y dos Soles Repsol y situado en el quinto puesto del *ranking* de los 55 Mejores Restaurantes de la Comunidad Valenciana, y Komfort, reconocido con el sello Bib Gourmand. Ambos cuentan con terraza de verano y están dirigidos por el chef Jose Manuel Miguel, primer español que, a lo largo de su trayectoria, ha conseguido una estrella Michelin tanto en Francia como en España.

LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS GASTRONÓMICAS LLEGAN A ANDORRA DE LA MANO DE DAGUISA HOTELS

El Hotel Golden Tulip Andorra Fénix, de cuatro estrella y situado en Escaldes-Engordany (Andorra), ha vuelto a abrir sus puertas con una clara apuesta por la restauración. Por un lado, su terraza-solárium cuenta con el espacio The RoofTop Van, una *food truck*, donde los clientes pueden disfrutar de diferentes espacios para tomar una cerveza, una copa de vino o de champán en el córner que tendrá Taittinger, y probar el nuevo concepto de cócteles de la marca Nio. Todo esto acompañado de algo para picar tipo vermut, con productos Espinaler, así como de diferentes tipos de hamburguesas, bocadillos, ensaladas y mesas de embutidos. El establecimiento, además, tiene un nuevo restaurante de tapas, The Mezzanine, un espacio con acceso directo desde la calle que ofrece tapas inspiradas en la cocina mediterránea y que cuenta con el asesoramiento gastronómico del chef del Grupo, Narcís Allué, quien forma parte del prestigioso Club des chefs del Golden Tulip de Louvre Hoteles.



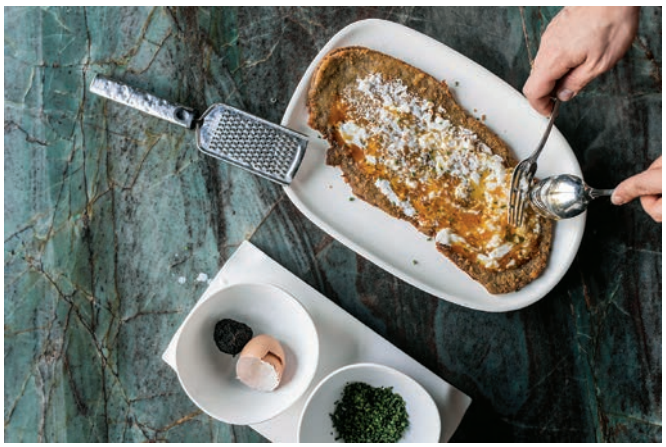
BEBIDAS DE VERANO EN LA TERRAZA DEL NEGRESCO PRINCESS DE BARCELONA



Las tardes y noches de verano tienen un nuevo punto de encuentro: La Terrazza, en la séptima planta del Hotel Negresco Princess de Barcelona, abierta desde el 1 de julio. Yhana Prado, *head bartender* de La Terrazza, presenta cinco creaciones inéditas para este verano tan especial y único. Cinco cócteles frescos y muy apetecibles como Romantic Summer, con horchata fresca; Negresco Mule, con un toque de sirope de ratafía, licor típico catalán; o propuestas frutales como Ginger Girl, con zanahoria, naranja, mandarina y lima; Mediterranean Signature, con zumo de lima, mango y piña, o Red Princess, con un toque de sirope de frambuesa. Cualquiera de ellos ideal para terminar el día en un espacio confortable y fresquito desde el que disfrutar de un atardecer urbano en el que la protagonista es la ciudad de Barcelona.

EL TATEL IBIZA VUELVE A BRILLAR EN EL HARD ROCK HOTEL IBIZA

Tatel Ibiza, uno de los restaurantes más emblemáticos del famoso Hard Rock Hotel Ibiza, ha reabierto coincidiendo con la apertura del hotel y siguiendo todos los protocolos de higiene y seguridad establecidos para esta 'nueva normalidad'. En su tercera temporada, Tatel Ibiza continúa apostando por su cocina mediterránea con toques innovadores y vanguardistas y su amplia oferta de espectáculos en vivo. Entre su oferta gastronómica destacan dos de los platos más aclamados de Tatel Madrid, que ahora adapta en Ibiza su chef, Rubén Parada; La famosa tortilla Tatel® –elaborada con una base de huevo y trufa negra en formato espuma, una adaptación de la clásica tortilla española que supone un guiño a la afamada gastronomía mediterránea, pero con un toque cosmopolita- y la Milanesa de ternera con huevo poché, dos *must* que sorprenderán a todos los comensales y que no pasarán desapercibidos entre sus ya famosas especialidades de entrantes, pescados y carnes.



Andreu Genestra innova con el producto de Mallorca en la 'nueva normalidad'

El chef Andreu Genestra reabre su restaurante gastronómico, ubicado en Predi Son Jaumell Hotel Rural. Andreu Genestra es, junto con Adrià Quetglas y Es Raco des Teix, el tercer restaurante de los ocho que hay en Mallorca con estrella Michelin que decide reabrir esta temporada. El restaurante Andreu Genestra ha tenido que reinventar su servicio de sala, no solo en cuanto a las distancias de seguridad, sino también a la hora de presentar cada uno de los platos. Se disminuyen las presentaciones de los platos sirviendo muchas de las estaciones al mismo tiempo. Las plazas del restaurante se limitan todavía más. Solo 30 comensales podrán disfrutar a la vez de la Cuina de la Terra. Desde hace semanas, el restaurante está completo para los primeros días de estreno. La nueva oferta gastronómica del chef de Inca se ha bautizado con el nombre Mediterrani Extrem 2.0. Se trata de una vuelta de tuerca más en su afán de innovar con el producto de Mallorca y las técnicas y sabores de todos los lugares regados por el mar Mediterráneo.



VUELVE EL TERRAT DEL MANDARIN ORIENTAL BARCELONA

El Terrat, la emblemática y exclusiva terraza del Mandarin Oriental Barcelona, ha vuelto para llenar los días de música, gastronomía, ocio y diversión. Su puesta de largo no podía pasar por alto uno de sus mayores atractivos: su sabrosa propuesta gastronómica. El sello del reconocido chef Gastón Acurio se materializa en una nueva carta de verano repleta de frescura, originalidad y calidad con raíces peruanas, guiños a Japón y productos nacionales. Una propuesta ligera y fácil de comer que recupera platos peruanos y *nikkei* para compartir. Además, los cócteles serán los perfectos acompañantes para estas distendidas veladas en el Terrat.





GRUPO LATERAL REABRE JUNTO A INNSIDE BY MELIÁ SU RESTAURANTE Y 'ROOFTOP' EN ZARAGOZA

Restaurantes Lateral regresa con la reapertura de su restaurante y *rooftop* ubicados en el Innside by Meliá Zaragoza. Lateral continuará ofreciendo su propuesta de pinchos y raciones, aunque limitada a una variada selección con el objetivo de continuar ofreciendo la máxima calidad en el servicio, que tanto caracteriza a Lateral, e incluyendo novedades como una nueva hamburguesa compuesta por una jugosa carne de chuleta de vacuno servida en pan de mollete con cebolla confitada, queso *brie* , hilos de jamón ibérico, tomate y rúcula.

Los hermanos Sánchez Monje inauguran restaurante en el Hotel Don Fadrique

Sentir el calor de una brasa, el frescor de un huerto o simplemente el sabor puro de un huevo de gallina en libertad... En esta búsqueda del producto y su natural transformación nace este nuevo espacio gastronómico, el restaurante Sabor de la Memoria, ubicado en el Hotel Don Fadrique de Alba de Tormes (Salamana). En este espacio de puede disfrutar de toda la oferta y donde los cocineros Sánchez Monje pueden ser observados mientras cocinan los productos más *top*, solamente con la ayuda de la leña y el carbón de encina. Una de las novedades introducidas es la figura del panadero. Así, se hace un pan a diario con una masa madre confeccionada a partir de las levaduras que existen en el propio ambiente a partir de los microorganismos que habitan en la casa.



LA TERRAZA DEL CLARIS REGRESA ENFOCADA A LOS BARCELONESES



Barcelona recupera este mes de julio La Terraza del Claris. Derby Hotels Collection apuesta por su restaurante estrella justo cuando Barcelona se reactiva ante un verano más tranquilo de lo habitual, plagado de planes de proximidad y de noches de verano que ofrecen una perspectiva nueva a los barceloneses. La terraza por excelencia en la ciudad vuelve ofreciendo seguridad ante todo, regida por el protocolo Clean & Safe que ha implementado la cadena. Céntrica, con un toque clásico y altamente reconocida por su veteranía, la Terraza del Claris inicia nueva etapa con una carta de tapas y platos elegidos entre los favoritos de su chef, Aurelio Morales. Arroces, tartares, ensaladas, gazpacho, croquetas, mariscos y algún que otro divertimento del cocinero, como la costilla de Wagyu con *parmentier* de queso Cusié castañas y salsa Perigueux; o el canelón de carabinero. La gastronomía se completa con cócteles creativos que rinden homenaje a los hoteles del grupo.



Francis Paniego se estrena con nuevas propuestas para la temporada de verano en Andorra

Galardonado con tres estrellas Michelin y tres soles de la *Guía Repsol,* el chef Francis Paniego continúa su cargo como asesor gastronómico de Sport Hotels Resort & Spa Andorra y se estrena con nuevas propuestas para la temporada de verano, en tres de los restaurantes de este resort: Sol i Neu Club Hermitage, cocina tradicional riojana y un lujo de terraza; Ibaya, dos menús degustación de alta montaña, y Glassbar 1.850, tapas de autor, platos japoneses y *gin-tonics*.

MIM SITGES, UNA GASTRONOMÍA DE ALTURA



El Hotel MiM Sitges acoge una nueva propuesta gastronómica con recetas tan apetecibles como el *carpaccio* de remolacha, queso, pesto y piñones; y el ceviche al estilo Mim o la sopa de yogur griego, sorbete de mandarina y mango. Además, la carta de bebidas incluye vinos de la D.O. Penedès y cervezas locales, enfatizando, una vez más, la importancia de los productos kilómetro 0. Como novedad, este verano el *sky bar* ofrece un delicioso menú diario consiente en dos platos, postre, bebida y café con recetas tan tentadoras como la burrata con compota de remolacha, tomate osmotizado y pesto; la pechuga de pollo del corral en dos cocciones, hierbas y *wok* de temporada, y el *coulant* de praliné de avellana y chocolate con helado de vainilla.



MÁS PRODUCTIVIDAD Y RENDIMIENTO

Acer amplía su oferta de *chromebooks* con el nuevo y elegante Acer Chromebook Spin 713 (CP713-2W) y Acer Chromebook Enterprise Spin 713, que incorporan los procesadores profesionales de 10ª Generación Intel® Core™ para ofrecer lo último en conectividad, productividad, rendimiento y estabilidad de plataforma: permiten una productividad y rendimiento superiores junto con la seguridad y manejabilidad que las empresas necesitan cuando trabajan en la nube. Combina *hardware* de vanguardia, especificaciones y diseño con la velocidad, seguridad y simplicidad que caracteriza a Chrome OS. Como parte del programa de innovación Proyecto Athena de Intel, el nuevo Acer Chromebook Spin 713 incluye un procesador3 de 10ª Generación Intel® Core™ i7 vPro™ con un rendimiento de primera categoría y una gran autonomía.



CUIDAR LA PIEL DE FORMA SOSTENIBLE

Protege tu piel, protege el océano… La biodiversidad en ellos es clave para el equilibrio del planeta, pero el calentamiento global, la contaminación y los residuos que generan en el agua los filtros solares dañan el ecosistema acuático. Entre 4.000 y 6.000 toneladas de protectores solares se dispersan en el agua cada año, algo que ha hecho que perdamos un tercio de los arrecifes de coral en los últimos 30 años. Filtros como la oxibenzona y el octinoxato causan el blanqueamiento de los corales. Por este motivo, Comfort Zone ha creado Water Soul Eco Sun Cream Spf30, un protector solar no dañino para la vida acuática, cuya fórmula garantiza el mejor cuidado de la piel.

UN GPS TOTALMENTE CONECTADO PARA CARAVANAS



Garmin presenta su nuevo GPS para vehículos camper, caravanas y autocaravanas: Camper 890. Destaca por presentar una gran pantalla táctil de 8 pulgadas, sin bordes y de alta resolución, para visualizar todos los contenidos en vertical u horizontal. Rutas personalizadas y alertas específicas para este tipo de vehículos, además de una gran base de datos con lugares de acampada, notificaciones inteligentes y servicios en directo son solo algunas de las prestaciones que lo convierten en el compañero ideal para explorar cualquier lugar y llegar donde nunca antes se había llegado, gracias a su precisión y funcionalidades. Este imponente dispositivo también combina lo mejor de la navegación con funcionalidades de *tablet*, lo que se traduce en la posibilidad de visualizar películas, ver fotos, navegar por internet y descargar aplicaciones.

EN VERDE



Wiko ha apostado por el verde en acabado mate para su nuevo dispositivo View4 Lite. El hermano pequeño de la última generación de la gama View ofrece una gran experiencia al usuario, gracias a su pantalla superpanorámica ampliada 20:9 HD+ de 6,52 pulgadas, que permite disfrutar de más espacio visual útil y una experiencia inmersiva mejorada. Su memoria interna de 32GB ampliables a 256GB más con una tarjeta microSD, convierte a este modelo en un gran aliado para el día a día y los momentos de ocio, ya que permite almacenar hasta 4.000 imágenes, 55 episodios de series, 340 álbumes de música o 160 juegos.

MADE IN GERMANY SINCE 1912

JUNG

LS 990 EN NEGRO



Elegancia atemporal

Alta calidad y una forma clara: LS 990 ha demostrado su eficacia durante 50 años. El clásico interruptor se adapta a la perfección a cualquier espacio.

JUNGIBERICA.ES

REINVENTANDO LA TRADICIÓN

ORAC® DECOR

Déjate llevar al apasionante mundo de las molduras con Orac Decor®



PARA MÁS INSPIRACIÓN, CONTACTE CON UNO DE NUESTROS DISTRIBUIDORES:

ALBACETE Pinturas Vero - 967238853 **ALICANTE** Servicolor Ondara (Ondara) - 966477022 | Gibeller (San Juan de Alicante) - 965650162 | ABC Parquet – 965247514 **ANDORRA** Ferba - 376872426 **ASTURIAS** Tú Brico-Marian (Gijón) - 985113544 **BADAJOZ** Badacolor - 924277760 **BARCELONA** Debasa Studio - 933007659 | Decoresc - 936309274 | Degalery - 934392084 | Dos 6 Dos - 932663234 | Jodul S.L. (Taradell) - 938800800 | Ma-Co Cubelles - 938954141 | Oller Contract (Granollers) - 938708605 | Picolor (Sabadell) - 937208080 | Pint. Aya (Cabrera de Mar) - 937566060 | Re-Nova - 932010029 | Studio Parquet - 933630494 **BILBAO** Vap Distribución (Erandio) - 944536869 **BURGOS** Gomez Saez - 947484764 **CANARIAS** Distribuciones Unsaga - 928422073 **CIUDAD REAL** Pinturas Ruma - 926252888 **CÓRDOBA** Hijos de Acaiñas Cabrera, S.L. - 957 323832 **GIRONA** Pintures Fontfreda **GRANADA** Abella Decoración - 958503050 **IBIZA** Pinturas Rubio - 971303683 **LA CORUÑA** Rendueles - 981258130 | Tattoo Contract - 981902320 **LEÓN** Maryan Decoración y Obras - 987213711 **LLEIDA** Tarros Pinturas | Decoracio - 973271611 **LOGROÑO** Matias Jadraque - 941209856 **LUGO** Gloria Sanz - 982255656 **MADRID** Aries Interioristas (Rivas-Vaciamadrid) - 918720056 | Julmosa (Fuenlabrada) - 916420676 | La Pinturería - 913013315 | Madrid Forest - 915543144 **MÁLAGA** Martonellas - 952215119 | Matices (Velez) - 952503837 **MALLORCA** Almacenes Femenías (Palma de Mallorca) - 971434910 | Durán (Santa Ponca) - 971699696 | Parquet Balears (Palma de Mallorca) - 971431881 **MURCIA** Gibeller - 968271192 **NAVARRA** Zurlan Decomadera (Noain) - 948312725 **PONTEVEDRA** Decormin (Vigo) - 986243975 **SANTANDER** Dispival - 942339718 **SEVILLA** Ecnara Sevilla-Arance (Camas) - 954390830 | Materiales Reformas Generales SL - 955715606 **TOLEDO** Decoraciones Santander (Torrijos) - 925762654 **VALENCIA** P.P. Galiana - 963523103 | Pretobe (Onteniente) - 962912557 **ZARAGOZA** Pialfer - 976596158 **DISTRIBUIDOR ONLINE www.exxentdecor.com**

CONTÁCTANOS AL **900 99 32 89 (NÚMERO GRATUITO)** O A **SPAIN@ORACDECOR.COM** PARA RECIBIR TU **CATÁLOGO GRATUITO**

WWW.ORACDECOR.COM