

ANUARIO TURISMO
2024

Andalucía

todo lo que buscas

Andalucía



NOS VEMOS EN FITUR



.es

ENERGÍA FINANCIERA
PARA CRECER JUNTOS



Un año más estamos en FITUR, en el Foro Innovación y Tecnología Turística (FITURTECHY) en colaboración con CEHAT, aportando productos y soluciones para abordar los retos de digitalización, sostenibilidad, mejora de la experiencia del viajero y rentabilidad del sector turístico de nuestro país.



cajamar
CAJA RURAL

Anuario Turismo Andaluz 2024

Dirección

Antonio Lao Alonso

Coordinación

Pablo Laynez Rodríguez

Redacción

Víctor Visiedo Piñero

David García Fernández

Macarena González Gallego

Carlos Lillo Peñalver

Gerente de ocio y turismo

Rosa M^a Sabiote Pastor

Equipo de ventas Diario de Almería

Emilio Osorio Quintana - Gerente

Remedios Pastor Guevara

Diego Ramos Sandé

Equipo de ventas Europa Sur

Juan Fernández de Mesa - Gerente

M^a Ángeles Luis Quesada

Equipo de ventas Diario de Cádiz

David Suarez Manzanero

Equipo de ventas Granada Hoy

Francisco Donaire Pérez - Gerente

Equipo de ventas Málaga Hoy

Antonio Ortiz Morales

Equipo de ventas Huelva Información

Adelaida Mellado García - Gerente

Nieves Misteli Ruiz

Rocío González Rodríguez

Equipo de ventas El Día de Córdoba

José Manuel Santiago López - Gerente

Lola Notario López

Maquetación

David Cuesta Rincón

Diseño de portada

David Cuesta Rincón

Imágenes: Wirestock y WangXina (Freepik)

y Barry Winiker (Getty Images)

Fotografías

Archivo Grupo Joly



Depósito Legal: AL 60-2024

Impresión: Escobar Impresores

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN

6-25

- Antonio Lao6-7
- Jordi Hereu8-9
- Juanma Moreno10-11
- Arturo Bernal12-13
- Balances del año turístico .14-22
- Presentación de Fitur24-25

OPINIÓN

27-80

- Pablo Laynez28-29
- Javier Aureliano García30
- Javier Fernández32
- Francisco Rodríguez34
- Almudena Martínez38
- Francisco Salado40
- Salvador Fuentes42
- David Toscano44
- Francisco Reyes46
- Juan Carlos Pérez47
- Alberto Santana49
- Marina Contreras50
- Manuel Rivera52
- Manuel Arcila y Gema
Ramírez54-57
- Humberto Gosálbez58
- Rafael Carmona60
- Ignacio Tejero62
- Mari C. Puche-Ruiz64
- Francisco Aguado66
- Antonio de María Ceballos70
- Juan Ignacio Pulido71
- Rosario Soto72
- Pedro Valades74
- José Ruiz76
- Pedro Sánchez-Fortún77
- José Luis Sánchez78
- Antonio Montero79
- Jerónimo de Burgos80

TURISMO COSTERO

81-110

- Playas de ensueño82
- Níjar83
- Diputación de Almería86-87
- Puerto de Huelva88
- Chiclana92-93
- Grupo Valnest94-95
- Huelva96
- Roquetas de Mar98-99
- Torremolinos102
- Mojácar104
- Hoteles MC San José106
- Adra108
- Vera110

TURISMO DE INTERIOR

111-126

- Tesoros ocultos112
- Patrimonio milenario113
- La cinegética114-115
- Níjar116
- Diputación de Jaén118
- Vícar120
- Iryo124-125
- El Ejido126

TURISMO CULTURAL Y DE OCIO

127-166

- Flamenco128-129
- Semana Santa130
- Tauromaquia132
- Gastronomía134-135
- Restaurantes Michelin .136-137
- Carnaval138
- Deportes140
- Turismo de aventuras .144-145
- Diputación de Huelva146
- Campo de Gibraltar ...148-149
- Castellar150
- Sotogrande152-153
- San Roque154
- Tarifa158
- Junta de Andalucía160-161
- Pulpí162
- Almería166

Andalucía, todo lo que buscas



Antonio

Lao

Director de Diario de Almería

ANDALUCÍA es una de las comunidades autónomas de España líderes en turismo. Puede parecer una obviedad, pero lo cierto es que la tierra que pisamos se ha convertido, por derecho propio, en uno de los destinos favoritos de aquellos que buscan unas vacaciones, unos días de sol y playa cuando en sus países de origen el astro rey no se ve en meses o de aquellos que buscan una rica gastronomía, diferente y variada como pocas o quienes, ¿porqué no?, tienen en la cultura y la historia su

Aunque los datos definitivos se conocerán estos días, el año 2023 va a suponer un récord histórico en las cifras de turismo de nuestra tierra

pasatiempo favorito y aquí encuentran monumentos tan singulares como La Alhambra de Granada, La Mezquita de Córdoba, la Giralda de Sevilla o la Alcazaba de Almería.

Como cada año nuestra comunidad ocupa todo un pabellón en una de las ferias más importante del sector que se celebran en Europa. FITUR (Feria Internacional del Turismo), que IFEMA acoge desde mañana y hasta el domingo, es el mejor escaparate para “vender”, y nunca mejor dicho, lo que nuestra tierra ofrece, que es mucho.

El Grupo Joly, con diez cabeceras en toda la comunidad autónoma, ha reali-

zado desde siempre suplementos informativos, en los que se han puesto de manifiesto las excelencias de cada una de las provincias y de sus pueblos. En ocasiones a nivel individual y en los últimos años, de forma colectiva. Información en papel, web y redes sociales que se ha sumado, como un plus, a lo que las distintas administraciones, lideradas por la Junta de Andalucía, han puesto en los pabellones de IFEMA en Madrid.

Con ser importante, que lo es, y dada la relevancia que el sector tiene para nuestra tierra, -cada vez más-, este año hemos decidido dar un paso adelante y presentar en Madrid, el día antes del inicio de FITUR el primer “Anuario del Turismo” del Grupo Joly. Una obra en la que hemos puesto trabajo, cariño y dedicación, pero a la que hemos tratado de sumar el alma de Andalucía, el duende de esta tierra, recogido en un volumen que, pensamos, puede ser un Vademecum de consulta para aquellos que pretendan, piensen o valoren visitarnos en breve, en los próximos meses o dentro de unos años.

Pero no lo encontrarán sólo en papel. ¡Claro que no! En tiempos digitales como el que vivimos, lo pueden bichear y consultar en las diez cabeceras que el grupo de comunicación referente en Andalucía tiene en cada una de las provincias de la comunidad.

“Andalucía, todo lo que buscas” es el título que hemos dado a este primer volumen. Ustedes, entiendo, que se preguntarán el por qué de este sugerente mensaje. Tenemos nuestras razones, que les paso a esbozar, aunque sea de forma so-

mera.

Imaginen una familia, pongamos que hablamos de Madrid, como diría el gran Joaquín Sabina en su famosa canción dedicada a la capital del reino. Los padres, dos niños jóvenes, los abuelos, que tienen vacaciones y buscan un destino para olvidar el tráfico diario de la capital, la contaminación, las prisas y el permanente ruido mediático de la política, las manifestaciones y las huelgas. Piensen en que se van seis personas y cada una tiene sus gustos. Los abuelos, por ejemplo, estarían encantados de recorrer la Mezquita; los padres, estamos en invierno y hay nieve en Sierra Nevada quieren probar a esquiar y los niños, piensan en la playa, si no para bañarse vamos a ver como están las temperaturas, si pasear por cualquiera de los paseos marítimos de Málaga, Cádiz, Huelva o Almería. Pues todo ello lo encuen-

Andalucía ofrece nuevas alternativas impensables hace unos años, en las que el sol, la playa y los monumentos eran nuestro principal atractivo

tran a tiro y de piedra. ¿Y dónde lo pueden encontrar todo? Sólo en Andalucía.

Aunque los datos definitivos se conocerán estos días, ya inmersos en Fitur, el año 2023 va a suponer un récord histórico en las cifras de turismo de nuestra tierra y las previsiones para este año que acaba de comenzar son que ese crecimiento va a continuar con el aumento de visitantes del extranjero, si no hay ningún cambio importante en la situación actual. Ese es el análisis



que adelanta la Junta de Andalucía, en voz de la secretaria general del Turismo, Yolanda de Aguilar. La tendencia al alza de los turistas con mayor capacidad de gasto y de procedencias como Italia y Estados Unidos se confirma.

El balance oficial del año 2023 está aún por cerrar pero también el comportamiento del sector estas navidades ha sido muy bueno, según la administración regional. La previsión inicial es que Andalucía cierre el ejercicio turístico en torno a los 33 millones de visitantes.

Los datos definitivos del pasado año, como les decía, se harán públicos en la próxima edición de Fitur que comienza en Madrid el 24 de enero. Andalucía va a participar en esta importante cita del sector turístico con un aumento del espacio expositivo, con un pabellón más diáfano y en el que se distinguirá la zona institucional de la estrictamente empresarial.

Datos, como ven, que confirman la alta capacidad de esta tierra para ofrecer a quienes nos visitan todo lo que buscan. Pero no sólo eso, sino que aún tenemos capacidad para seguir creciendo, ofreciendo nuevas alternativas y posibilidades, en un mercado muy competitivo, en el que partimos siempre en los primeros lugares de la parrilla de salida. Y es que el sector busca siempre ofrecer al cliente lo que espera, lo último adaptado a sus necesidades, sabiendo que la oferta debe buscar satisfacer a los más exigentes, que cada día son legión.

La tierra en la que habitamos ofrece, como les decía, todas las posibilidades, con nuevas alternativas impensables hace unos años, en las que el sol, la playa y los monumentos era nuestro principal atractivo. Y no es que

hayan dejado de serlo.

Al contrario, hemos sido capaces de potenciar aquello de lo que disponemos, a la vez que, y de forma paralela, ofrecemos alternativas sólidas que abarcan nuevos caminos y sectores hasta ahora olvidados, pero que están ahí por descubrir y potenciar. Me refiero, por ejemplo, a la gastronomía.

Playas y sol lo pueden tener muchos y casi todas, no lo duden, muy buenas. Pero los sabores de esta tierra son los que a muchos les hacen volver, sumado al trato exquisito y la calidad de los productos que se cocinan en nuestros fogones.

Los tiempos en el que una familia se pasaba un mes en un hotel de playa tostándose al sol, si no han pasado a mejor vida si se complementan con alternativas variadas. Las rutas del desierto de Tabernas en Almería, con el cine del oeste de telón de



fondo o los paseos a caballo por el Parque de Doñana son ejemplos a tener en cuenta, sin olvidar los viajes a las bodegas de Jerez o a la ruta de las almazaras de Jaén.

Un todo diferenciado en cada provincia como ven, pero siempre con la imagen paradisiaca de las playas vírgenes de Cabo de Gata, las de Huelva, Cádiz o las archiconocidas de la Costa del Sol malagueña. Siempre aderezadas, todas, de cultura, tradiciones y folklore, para satisfacer los paladares más exquisitos de cuantos nos visitan. Que sí, que los turistas buscan sol y buen clima y lo encuentran, pero que deben llenar los días con actividades que satisfagan las expectativas que les hemos creado en sus países de origen con nuestras campañas publicitarias y que luego deben ver cubiertas.

Y la administración debe ser consciente de ello. Si importante es que un turista llegue a Andalucía, lo es más que logremos que repita destino. Y esto sólo es posible si tenemos la capacidad de llenar con lo mejor de lo nuestro las alforjas que traen vacías y que quieren regresar a sus destinos de origen con ellas llenas y prietas de recuerdos y buenos momentos.



2024: Hacia un turismo social y sostenible



Jordi Hereu
Ministro de Industria y Turismo

DEL turismo de masas al turismo social; de los contratos precarios y la economía sumergida al empleo cualificado e indefinido; de los flujos fuertemente estacionalizados a los destinos inteligentes. La industria turística está experimentando una revolución sin precedentes. Es un axioma incuestionable que turismo es sinónimo de riqueza y de progreso. Es riqueza simbólica, germen de experiencias intangibles y cosmopolitas, y también fuente de prosperidad para los países. Todos somos turistas en algún momento de nuestras vidas. Esta es la energía inagotable del turismo, y el Gobierno es consciente de ello: nuestra labor como Ejecutivo es garantizar que los beneficios del turismo se extiendan a todos por igual, favoreciendo el diálogo y el entendimiento entre el sector privado, las instituciones y los intereses de los ciudadanos.

Este 2023 ha estado repleto de logros. Todo indica que, al cierre de las estadísticas anuales, este pasado año habremos superado las cifras de llegada de turistas internacionales y de gasto en destino previos a la pandemia (entre enero y noviembre, último mes con datos oficiales, visitaron nuestro país casi 80 millones de turistas, con un gasto en destino que superó por primera vez los 100.000 millones de euros). Un éxito, sin duda, al que ha contribuido la recuperación de los mercados lejanos como el estadounidense y el asiático y el cambio de para-

digma hacia experiencias de mayor valor añadido, ámbito en el que nuestro país también es líder indiscutible. Pero el éxito no sería completo sin otro aspecto crucial: la transformación del mercado de trabajo que sustenta la industria del turismo. Este 2023 ha acabado también

ta hace poco parecía una meta inalcanzable. Todos estos datos juntos –aumento de visitantes, de gasto y de crecimiento del empleo de calidad– tiene su reflejo estadístico positivo en la contabilidad nacional: el turismo es responsable de generar por sí solo más del 13% del PIB del país. Con otras palabras, el turismo es esencial para la buena marcha de la economía, e incentivarlo, protegerlo, modernizarlo y hacerlo sostenible medioambiental, económica y socialmente, es una tarea prioritaria para esta legislatura que acaba de comenzar.

Por otra parte, en el ámbito institucional comunitario y como Presidencia de turno del Consejo de la UE durante la segunda mitad del pasado año, España ha



con récord de afiliados en el sector turístico, más de 2,7 millones que representan el 13,4% del total de afiliados de la economía nacional, y con un porcentaje de trabajadores asalariados –más de un 82%, por un 18% de autónomos– que has-

sido la encargada de liderar el debate sobre el futuro del turismo. Un futuro que debe tener como pilares fundamentales la sostenibilidad medioambiental y la conciencia social. La Declaración de Palma, alumbrada en octubre en la Reunión

Informal de Ministros de Turismo de la UE, ha constituido un doble hito: por un lado, ha logrado situar al turismo en el núcleo de las políticas europeas; por otro, ha garantizado el camino hacia un modelo sostenible de turismo, más ecológico, digital, inclusivo, resiliente y con mejores

brecha que ha provocado sobresaturación de algunos destinos y el desarrollo de unos territorios en detrimento de otros. Una industria turística moderna y solidaria entre regiones, debe incluir planes que permitan poner en valor la riqueza de destinos menos conocidos y explotados

que destaquen su patrimonio histórico, cultural, artístico, natural, o enogastronómico y que, además, contribuyan a los objetivos de diversificación y desestacionalización.

En este sentido, recientemente hemos acordado, en el marco de la primera Conferencia Sectorial de la legislatura, el reparto de 183 millones de euros de fondos europeos para sostenibilidad social, eficiencia energética y economía circular de las empresas turísticas, y digitalización del sector. Unas ayudas que llegarán a todas las comunidades y ciudades autónomas, y que en el caso de Andalucía –que antes de acabar el año ya había recibido más de 11 millones de turistas internacionales, un crecimiento del 22% interanual, situándose como la segunda comunidad con mayor incremento– supondrá contar

con más de 31 millones de euros para reforzar su oferta turística, aumentar la capacitación de sus profesionales y la competitividad de sus empresas. Además, en la última semana del año pasado, el BOE publicó dos convocatorias con fondos para contribuir a la digitalización del sector por un total 200 millones de euros. Todas estas ayudas son un complemento indispensable a las políticas que viene desarrollando desde hace años el Ministerio de Industria y Turismo, en el marco de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030, y que se han traducido en inversiones por más de 3.400 millones de euros del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para hacer realidad la profunda reestructuración del ecosistema de la industria del turismo en España.

A comienzos de 2020 una pandemia que frenó en seco la economía mundial y que redujo al mínimo indispensable la interacción social impactó de lleno en la línea de flotación del turismo. Casi cuatro años después, el sector en España no solo ha recuperado con creces el vigor perdido, sino que todos los actores implicados –empresas, asociaciones, sindicatos y administraciones– hemos aprendido una valiosa lección: la industria del turismo hay que cuidarla desde lo público. Solo desde la amplitud de miras que proporciona la colaboración público-privada podremos culminar con éxito la aventura de diseñar el turismo del futuro.

Uno de los objetivos del Ministerio para los cuatro próximos años es seguir cohesionando y vertebrando el país gracias al turismo



herramientas para hacer frente a los retos venideros.

Uno de los objetivos del Ministerio de Industria y Turismo para los cuatro próximos años es seguir cohesionando y vertebrando el país gracias al turismo. Históricamente ha existido una asimetría entre regiones turísticas y no turísticas; una

brecha que ha provocado sobresaturación de algunos destinos y el desarrollo de unos territorios en detrimento de otros. Una industria turística moderna y solidaria entre regiones, debe incluir planes que permitan poner en valor la riqueza de destinos menos conocidos y explotados

Andalucía lo tiene todo



Juanma
Moreno

Presidente de la Junta
de Andalucía

ANDALUCÍA está hoy en boca de todos. Se habla bien y en serio de ella, de lo que hace, de lo que propone y de las muchas cosas que está consiguiendo. Se habla de lo que Andalucía es capaz de avanzar. Y no hay nada que me llene más, como presidente de todos los andaluces, que constatar que a nuestra tierra y a su gente se les admira por parte de quienes nos ven desde fuera.

En los últimos años, Andalucía ha despertado como potencia. Hoy es tercer motor económico de España y se ha ido ganando por méritos propios tener el peso y la voz propia que le corresponden por la población, la historia y la extensión que representa. Pero estar ahí arriba, entre los mejores, no consiste únicamente en meter la cabeza entre las primeras posiciones de los diferentes índices socioeconómicos. El liderazgo también consiste en encabezar debates y propuestas.

Andalucía lo viene haciendo en multitud de ámbitos. Podríamos hablar de exportaciones, de autónomos o de atracción empresarial, por ejemplo. Y por supuesto, cómo no íbamos a hacerlo también del ámbito turístico.

El turismo siempre ha sido una poderosa razón para sacar pecho de Andalucía. Durante décadas, de hecho fue casi la única. Y queríamos cambiar eso, ampliando el atractivo de esta tierra más allá de su irresistible poder de seducción como destino. O lo que es lo mismo, nos propusimos ser atractivos también para emprender, para trabajar o directamente para vivir, además de para viajar.

Querer potenciar las cualidades de Andalucía hacía necesario impulsar medidas como mejorar su fiscalidad o reducir sus trámites administrativos, por citar dos aspectos que han necesitado de mucha dedicación y mucho esfuerzo. Teníamos claro que si queríamos que Andalucía fuese atractiva, antes debíamos lograr que fuese competitiva.

Volcarse en impulsar esas medidas de ese tipo en ningún caso significaba que un filón tan básico para ella como su industria turística se debiera descuidar. De hecho, todo lo contrario. Más allá de que ambas cuestiones guarden una estrecha y evidente relación, desde que llegamos al Gobierno andaluz en 2019 hemos inten-



tado dar una vuelta de tuerca a nuestra estrategia para proyectarnos como destino y multiplicar exponencialmente nuestra visibilidad.

Cinco años después, los resultados nos dicen que todas las ideas e iniciativas puestas en marcha hasta ahora van en la buena dirección, con un turismo desvinculado de las temporadas altas, logrando mantener a Andalucía como destino para cualquier época del año, y una imagen proyectada en los grandes escaparates del mundo, como Londres o Nueva York, a través de ambiciosas e ingeniosas cam-

No hay nada que me llene más, como presidente de todos los andaluces, que constatar que a nuestra tierra y a su gente se les admira desde fuera

pañías.

Una estrategia donde la celebración de grandes eventos de primer nivel mundial está teniendo un papel esencial, y en la que el recién acabado 2023 ha supuesto un punto de inflexión con un hito más del que podemos presumir los andaluces: hemos sido la primera sede de los 'Latin GRAMMY' fuera de los Estados Unidos. Y lo hemos hecho con un absoluto éxito de organización, algo que no era nada fácil.

Fue como una gran prueba de fuego de esa Andalucía moderna que concebimos. Un acontecimiento que vino a constatar que los andaluces estamos capacitados

para todo aquello que nos propongamos. Entre otras razones, porque Andalucía está sabiendo entender y adaptarse a los nuevos tiempos, a los nuevos mercados y a los distintos perfiles de visitantes que los hábitos de vida actuales van generando.

Uno de ellos es el de los eSports. Resulta increíble la enorme oportunidad que el mundo de los videojuegos supone. Por eso, entendimos que Andalucía tenía que posicionarse en un mercado emergente como el de esta nueva modalidad de ocio, que tanta incidencia tiene en una parte de la población, la de los jóvenes, a la que es clave seducir por una razón tan sencilla como aplastante: ellos serán, además, los turistas que viajarán por el mundo durante las próximas décadas. Y debemos tratar de que tengan a Andalucía metida en la cabeza.

Hoy podemos decir que Andalucía se ha situado como primer destino turístico en promocionar competiciones de eSports tras la alianza sellada con 'Riot Games', uno de los gigantes del sector. Hablamos de una marca que sostiene múltiples competiciones de gran relevancia a nivel global, atrayendo a millones de espectadores y jugadores profesionales de todo el mundo. El impacto que ello puede tener para la marca Andalucía, por tanto, resulta innegable.

En cualquier caso, jóvenes o mayores, extranjeros o españoles, es una realidad que Andalucía se está convirtiendo en un polo de atracción de talento, de tecnología y de cultura admirado dentro y fuera de España. Cada vez más gente quiere venir a Andalucía.

Prueba de ello son los registros históricos de turistas que estamos alcanzando. Acabamos de cerrar el mejor año de la historia del Turismo en Andalucía: sólo de enero a septiembre nos visitaron 27 millones de personas. Definitivamente, le estamos ganando la batalla a la estacionalidad, y ahora nuestro destino es atractivo durante todo el año.

Un crecimiento de enorme relevancia y no exento de mérito, fundamentalmente por las circunstancias que nos rodean. No podemos olvidar el contexto de incertidumbre internacional que vivimos con dos conflictos bélicos cuyas consecuencias también se palpan a nivel turístico, ya que condicionan los flujos de viajeros y las zonas preferentes.

Precisamente con la intención de que Andalucía gane peso en las mesas donde se deciden, fijan y abren esos flujos, hace escasas semanas pudimos alcanzar sendos acuerdos de enorme trascendencia.

Nuestra comunidad acogerá dos de los congresos de conectividad aérea más importantes del mundo: El 'Capa Airlines Leader Summit' y el 'Routes Europa'. Se celebrarán en Granada y Sevilla, respectivamente.

El primero de ellos es un evento anual que congrega a más de 250 aerolíneas, ejecutivos de aviación e industria turística, y acoge encuentros de máximo nivel entre todos ellos donde se debaten las estrategias globales de aviación. La edición

Andalucía tiene una hoja de ruta muy bien trazada en el ámbito del turismo, un plan de viaje que hasta ahora se ha traducido en muy buenas noticias

de este año 2024 será en Granada.

En cuanto al 'Routes Europe', se trata de un encuentro que se desarrolla durante tres jornadas, también con la presencia de compañías aéreas, aeropuertos y destinos, proporcionando una plataforma de encuentro que luego se traduce en acuerdos y en nuevas vías de desarrollo turístico.

No en vano, durante los tres días que dura el evento, se llevan a cabo más de 4.000 reuniones, lo que da buena medida de las oportunidades que el mismo ofrece. En 2023 se celebró en Lodz (Polonia), este año será en Aarhus (Dinamarca), y en 2025 será el turno de Sevilla.

Hablamos de dos acontecimientos que supondrán un salto para la conectividad aérea de Andalucía, reforzando y posicionando nuestros aeropuertos como referencias internacionales. Todo un espaldarazo para ese liderazgo al que aspiramos también en el ámbito turístico.

Porque además de las reuniones de trabajo y los encuentros entre agentes del sector, no olvidemos que este tipo de acontecimientos conllevan además una agenda paralela de actos y visitas a lugares emblemáticos



de la ciudad anfitriona, lo que supone una ocasión perfecta para mostrar a todo el sector lo que podemos ofrecer a quienes nos visitan.

En definitiva, dos eventos que suponen dos impulsos de enorme valor para que la marca Andalucía siga creciendo y dándose a conocer por todos los rincones del mundo.

Todo ese esfuerzo en ganar peso en el mercado internacional no nos está restando capacidad para seguir siendo una de las primeras elecciones para los viajeros españoles. Al revés. Los datos lo avalan: Andalucía es líder en turismo nacional. Hemos pasado de captar el 19% del turismo de nuestro país (2018), a concentrar el 21% (2022).

No será sencillo teniendo en cuenta la envergadura de los objetivos alcanzados hasta ahora, pero me gustaría que en 2024 sigamos avanzando, sumando nuevas metas y mejorando nuestra capacidad como destino preferente, como venimos haciendo en los últimos meses.

Por ejemplo, aprobando más declaraciones de 'municipio turístico' que en los

15 años anteriores que llevaba vigente dicha figura. En total, Andalucía cuenta con 40 municipios declarados, de los que 23 han obtenido su declaración a lo largo de estos últimos cinco años. O firmando seis 'Planes Turísticos de Grandes Ciudades', que han supuesto una inversión de más de 33 millones de euros.

En su conjunto, sumando las diferentes subvenciones y programas convocados en la que benefician al Turismo,

desde el 2019, y que cuentan con gestión en la Junta de Andalucía (incluyendo fondos europeos y programas estatales), se han dispuesto más de 790 millones de euros para Turismo.

A nivel legislativo, hay otros avances recientes que merecen especial mención. Por un lado, hemos iniciado la tramitación de una nueva Ley de Turismo de Andalucía, ante la necesidad de contar con un marco legal que ofrezca respuestas a las necesidades que se plantean por parte de los diferentes actores del sector para que la industria del turismo siga siendo un puntal clave en el impulso de nuestra economía.

Por otro, la tramitación de una nueva regulación de viviendas de uso turístico, necesaria para dar respuesta a las necesidades de acceso a la vivienda y la protección de los derechos de las personas residentes ante una posible situación de saturación de sus espacios vecinales.

En definitiva, creo que Andalucía tiene una hoja de ruta muy bien trazada en el ámbito del turismo, un plan de viaje que hasta ahora se ha traducido en muy buenas noticias para esta tierra. Y estoy convencido de que son muchas más las que están por llegar.

No es un optimismo forzado. Por dos razones. Una la componen todos esos pasos que venimos dando y que hemos desgranado en estas líneas. Y la otra la resume a la perfección el título de este primer anuario de Turismo del Grupo Joly: 'Andalucía tiene todo lo que buscas'.

La semilla del nuevo modelo turístico



Arturo Bernal

Consejero de Turismo,
Cultura y Deporte

FINALIZA un gran año para el turismo en Andalucía. Todo apunta a que se superarán las expectativas con las que iniciamos un período que se ha confirmado como el de la recuperación definitiva tras la pandemia. Y en la industria debemos felicitarnos por las cifras de turistas registradas, pero sobre todo porque Andalucía continúa avanzando con paso firme en la consecución de los objetivos marcados a corto y medio plazo.

Andalucía ya es un destino preferente todos los meses, extendiendo la temporada alta a prácticamente todo el año. Este verano se ha pulverizado otro récord, más de 12 millones de turistas, pero el atractivo de un territorio tan heterogéneo se mantiene durante toda la temporada.

Afrontamos retos muy exigentes, con una estrategia integral para lograr un ecosistema turístico sostenible, adaptarnos como destino a las nuevas tendencias de los viajeros y al avance imparable de la digitalización. El Plan META 2021-27 del turismo en Andalucía contempla 25 planes de sostenibilidad turística en destino, encaminados a ponerlos en la vanguardia en este ámbito. La apuesta decidida para que toda la industria avance a la misma velocidad se materializa con un apoyo económico a través de diferentes líneas de incentivos de 300 millones de euros en toda la región.

Así estamos consiguiendo que Andalucía sea el destino preferido por los viajeros españoles año tras año y afianzando nuestra posición con los turistas que vienen de fuera. Con el viajero internacional hay un amplio margen de crecimiento: de Europa procede prácticamente el 28% y del resto del mundo en torno al 9%. En ese mercado, Andalucía está creciendo a un ritmo muy alto, con un 22,7% más de turistas internacionales que en 2022. El ascenso es continuo, con crecimientos muy importantes en mercados como Estados Unidos (+60%), Italia (41%), Portugal (32%), Irlanda (32%) y los Países Nórdicos (31%).

Nuestros objetivos para el próximo año se centran en tres frentes: mejorar la conectividad por aeropuertos como prioridad número uno; trabajar directamente con los operadores de nichos concretos; y continuar avanzando en la destacionalización, sabiendo que esto



El Plan META 2021-27 contempla 25 planes de sostenibilidad turística en destino, encaminados a ponerlos en la vanguardia en este ámbito

revertirá en una mayor sostenibilidad.

La conectividad es vital, tenemos que ponérselo fácil para que puedan venir a Andalucía y para eso es determinante que las compañías aéreas establezcan vuelos directos y periódicos. También este año hemos lanzado la mayor campaña de publicidad institucional de la



historia, llevando la imagen de nuestra comunidad a los puntos más conocidos del planeta, de Europa a Asia y Estados Unidos. Andalucía se promociona como un todo mientras ahondamos en la estrategia de interconexión de los destinos. Para captar nuevos viajeros, la atención se centra en la Generación Z y en los turistas de alto poder adquisitivo, porque queremos un turismo de calidad, con estancias más largas y en las que se invierta más. Estas iniciativas nos están explorando mercados con un enorme potencial de crecimiento, especialmente centrados en Estados Unidos y la zona de Asia y el Pacífico.

La adaptación al nuevo modelo turístico que demanda la sociedad debe ser la principal prioridad. Desde el Gobierno andaluz estamos convencidos de que la



cogobernanza es la mejor fórmula para conseguirlo y ello nos permitirá extender el impulso generador de riqueza de la industria a todo el territorio. Por eso estamos estableciendo un nuevo modo de trabajo en el que el sector público y el privado trabajen conjuntamente, en torno a estrategias comunes y planes compartidos, generando sinergias, proponiendo y siendo destinatarios de incentivos, con una oferta especializada que permita dar respuesta al viajero de hoy.

En esa línea, hemos comenzado los trámites para la futura ley de Turismo de Andalucía, una ley que responda a la realidad actual del fenómeno turístico y que establezca un marco legal adecuado. Debemos avanzar hacia un turismo que aporte mayor valor añadido tanto en términos económicos como sociales, centrado en la calidad de experiencias y en el impacto cultural para mantener su posicionamiento competitivo.

El mayor reto como consejero en este 2023 era aunar tres competencias con tanto peso como el turismo, la cultura y el deporte, que juntas han demostrado complementarse. Millones de personas se han enamorado este año de nuestra tierra, de su cultura, de su historia, de sus paisajes, y volverán, porque desde el Gobierno andaluz se está impulsando una amplia agenda de eventos internacionales, más de 150 este año, con el deporte y la cultura como protagonistas para atraer su atención.

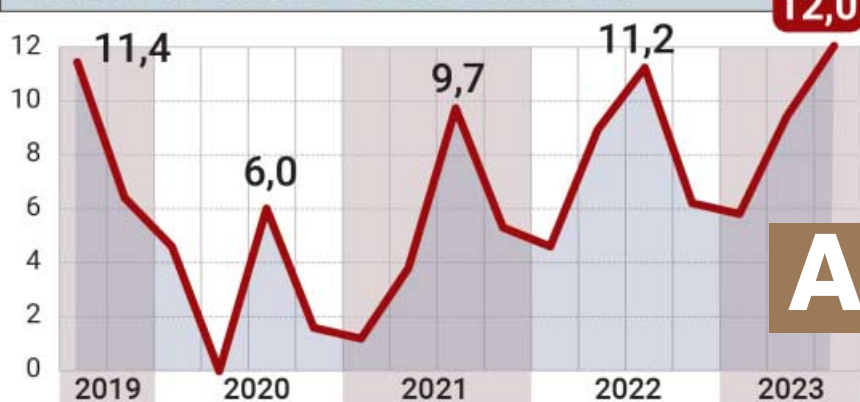
Se cierran doce meses intensos, doce meses en los que Andalucía ha arriesgado con éxito en su apuesta por un cambio de modelo turístico que está en marcha y continuará en 2024, un año que nos depara retos mayúsculos que afrontamos con la mayor ilusión.

Balance que apunta a cifras históricas



Playa de La Malagueta, totalmente abarrotada este verano.

Balance de turismo en toda Andalucía



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

Andalucía

vincia. La previsión inicial es que Andalucía cierre el ejercicio turístico en torno a los 33 millones de visitantes, una cifra histórica que se dará a conocer en la presente edición de FITUR en el Pabellón de la Junta de Andalucía.

Los datos son muy buenos, gracias sobre todo al “mejor verano de la serie his-

Pablo Laynez

EL 2023 va a suponer un récord histórico en las cifras del turismo en Andalucía y las previsiones para este año que acaba de comenzar son que ese crecimiento va a continuar con el aumento de visitantes del extranjero. Ese es el análisis que adelantaba a comienzos del presente mes de enero la Junta de Andalucía, a través de su secretaria general del Turismo, Yolanda de Aguilar, quién también destaca la tendencia al alza de los turistas con mayor capacidad de gasto y de procedencias como Italia y Estados Unidos, uno de los grandes retos que se ponía Juanma Moreno a comienzos de 2023, precisamente en la Feria Internacional de Turismo en Madrid.

El balance oficial 2023 está aún por cerrar pero el comportamiento del sector estas navidades ha sido realmente espectacular, como se ha podido ver en todas y cada una de las capitales de pro-

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3. **8,3**
2023 T2. **5,1**
2023 T1. **6**

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3. **78,7**
2023 T2. **78,9**
2023 T1. **74,3**

Calificación de los turistas

Alojamiento. **8,6**
Entornos urbanos. **8,6**
Playas. **8,5**
Paisajes, parques naturales. **8,9**
Patrimonio cultural. **8,9**
Restauración. **8,7**
Limpieza. **8,5**
Información turística. **8,6**
Nivel del tráfico. **8,3**
Ocio. **8,7**

*Fuente: IECA

tórica con 12,04 millones de turistas, una cifra que supuso 850.000 visitantes más que el verano pasado y, además, 600.00 más que en el 2019. En noviembre, en el marco del World Travel Market de Londres, Juanma Moreno mostraba su satisfacción por ser “la primera vez” que se superaban los 12 millones de turistas en época estival. “Volvemos a crecer una vez más en el mercado nacional, superando los cuatro millones de turistas españoles”, decía el presidente de la Junta de Andalucía que resaltaba que 2023 iba a ser también “el año de la recuperación definitiva del turismo internacional”, y el registro de cifras históricas en cuanto al gasto medio diario, que sube hasta los 78,72 euros frente a los 74,19 del verano pasado. Además, también agregó que la nota que los turistas le daban al turismo andaluz después de su viaje, ha pasado de un 8,3 a un 8,8, con lo cual “estamos rozando el sobresaliente”.

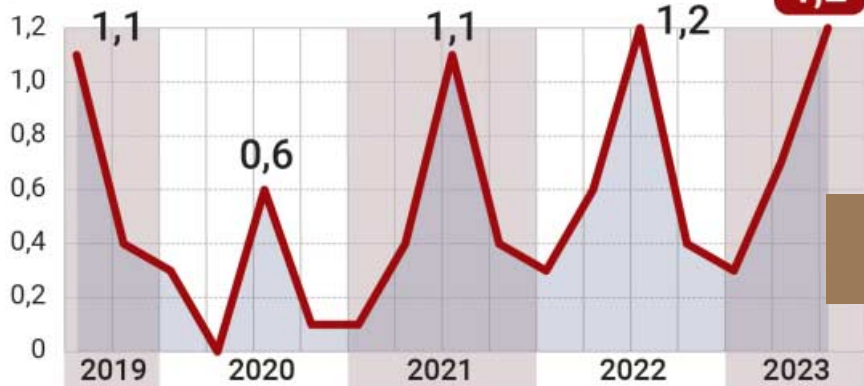
A falta de que sean oficiales estas previsiones, el sector turístico andaluz está de enhorabuena y ya enfila un 2024 que será igual de apasionante y que se presenta con objetivos ambiciosos.

Conquista del mercado francés



Ciudadanos almerienses y turistas participan en la Ruta de la Tapa de Garrucha, el pasado verano.

Balance de turismo en Almería



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

de 8.500 pasajeros y ha permitido a miles de almerienses viajar a la capital de Francia”.

En la última sesión plenaria del pasado año del Consejo Provincial de Turismo la amplia repercusión que ha tenido la provincia de Almería a través de las acciones promocionales impulsadas en

Almería

El turista francés ha conocido Almería. Ha llegado para repetir, con la intención de volver a disfrutar del maravilloso turismo costero que ofrece la provincia sureste andaluza. La Diputación de Almería trabajó de la mano de otras administraciones, como es el caso del Ayuntamiento de la capital, para conseguir un vuelo director con el país vecino y facilitar la llegada de turistas franceses, un segmento que hasta ahora no llegaba a Almería y que ha quedado prendado de esta tierra.

El vicepresidente y diputado de Turismo, Fernando Giménez, destacaba como uno de los hitos más importantes de 2023 “la conexión por vez primera en la historia de Almería con París a través del vuelo de Transavia. Después de muchos años de constante trabajo con decenas de acciones emprendidas en Francia, hemos conseguido abrirnos a este importante mercado de un enorme potencial. En apenas siete meses esta conexión ha traído hasta Almería a más

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3. **6,2**
2023 T2. **6,2**
2023 T1. **5,2**

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3. **63,5**
2023 T2. **60,6**
2023 T1. **65,0**

Calificación de los turistas

Alojamiento. **8,8**
Entornos urbanos. **7,7**
Playas. **8,7**
Paisajes, parques naturales. **9**
Patrimonio cultural. **8,4**
Restauración. **8,4**
Limpieza. **7,3**
Información turística. **7,5**
Nivel del tráfico. **8**
Ocio. **8,1**

*Fuente: IECA

2023. Más de 50 acciones que han abarcado varios ejes estratégicos que se dividen principalmente en presencia en ferias internacionales, misiones comerciales, fam y press trips, campañas de comarketing, acciones directas con aerolíneas, los vuelos del mercado europeo, patrocinios...

Gracias, entre otras iniciativas, a esta conexión con Francia, los datos turísticos de la provincia han sido excelentes durante el pasado curso. El consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, hacía un balance turístico el pasado mes de septiembre en Tabernas y calificaba el pasado verano como “fantástico”, a la par que destacaba el incremento “relevante” en un 12% de las estancias medias y del gasto por visitante en la provincia.

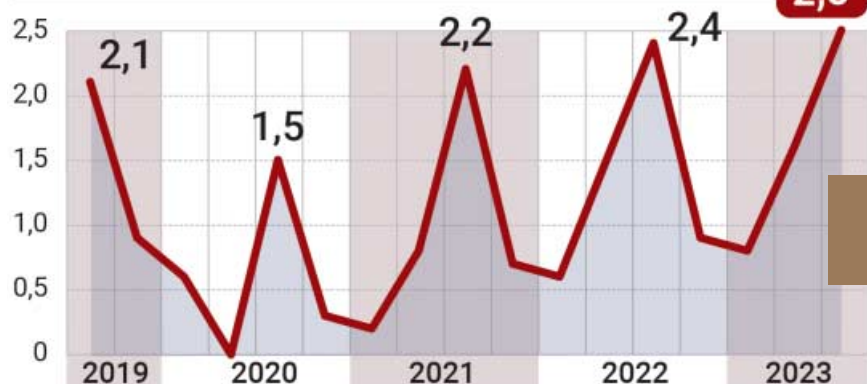
Bernal señaló que “julio ha sido un mes de referencia importante” con casi 235.000 personas que han visitado la provincia, generando “más de 919.000 pernотaciones. Esto significa que hemos tenido estancias de más de cuatro días, con llenos del 95% en todo el litoral prácticamente”, afirmó el consejero en una pasada visita a la provincia.

Cruceros y cruceristas siguen al alza



El crucero 'World Navigator' amarrado en el Puerto de Cádiz.

Balance de turismo en Cádiz



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

El sector turístico sigue al alza en la provincia de Cádiz. El año 2023 ha servido para batir nuevas marcas históricas, para ganar músculo en algunos de los aspectos en los que presentaba mayor déficit y para continuar ganando pequeñas batallas en la lucha contra la estacionalidad, aunque continúa dejando importantes picos en los meses de invierno. Por tanto, termina el año en el que han llegado más viajeros que nunca, el que ha contado con el mayor número de plazas turísticas disponibles en su historia, y con el gasto medio por encima de los datos de años anteriores. Teniendo en cuenta que hablamos de un sector que, según los últimos datos, supone el 16,7% del PIB gaditano, que puede alcanzar hasta el 32% en efectos indirectos y que genera un número importante de los empleos de la provincia, su crecimiento a día de hoy es una noticia vital.

Cádiz es la segunda provincia andaluza más visitada, por detrás de Málaga.

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3. 9,7
2023 T2. 4,1
2023 T1. 4,1

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3. 78,7
2023 T2. 78,9
2023 T1. 74,3

Calificación de los turistas

Alojamiento. 8,8
Entornos urbanos. 8,8
Playas. 8,9
Paisajes, parques naturales. 9
Patrimonio cultural. 8,5
Restauración. 8,8
Limpieza. 8,4
Información turística. 8,5
Nivel del tráfico. 8,3
Ocio. 8,7

*Fuente: IECA

En este 2023 la cifra de viajeros va a estar cercana a los seis millones. La aplastante cifra de verano lo consolida en ese puesto por encima de otras provincias que le adelantan en los meses más fríos, como Sevilla y Granada. La constante lucha contra la estacionalidad ha obte-

Cádiz

nido sus frutos y desde 2020 supera los datos de los encantados granadinos desde primavera.

Los turistas no sólo llegan por carretera o en tren hasta la ciudad o hasta la provincia de Cádiz sino que el mar sigue siendo una de las vías de acceso a través de la cual muchas personas procedentes del mundo entero mantienen por primera vez en sus vidas un primer contacto con la ciudad y con sus gentes. No es nada complicado porque todas las navieras destacan como uno de los grandes atractivos del puerto de Cádiz su gran cercanía con el casco histórico al que pueden acceder andando y en cuestión de minutos, así como la cercanía a ciudades como Sevilla, de la que se encuentra a poco más de hora y cuarto de distancia.

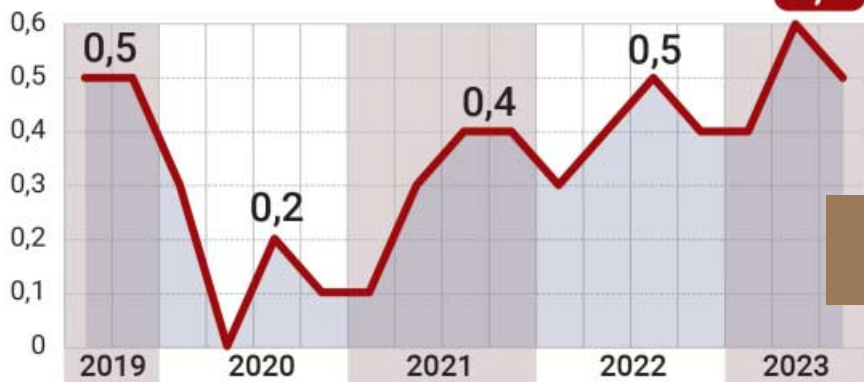
De hecho son muchas las navieras, ya menos que hace unos años gracias a la labor del área comercial de la Autoridad Potuaria de la Bahía de Cádiz, que aún siguen vendiendo a Cádiz como el puerto de Sevilla. Pero se trata de una cuestión secundaria y de un tema que está trayendo también como resultado que Cádiz esté superando récords de cruceros y cruceristas.

Supera los dos millones de turistas



Turistas pasean por la judería de la capital cordobesa durante el verano.

Balace de turismo en Córdoba



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

Córdoba

Un avance del informe anual de coyuntura turística 2023 del Centro de Análisis y Prospectiva Turística de la Universidad de Córdoba (CAPT) estima que Córdoba y provincia finalizaron este año superando las cifras de afluencia turística del año 2019 con un resultado de récord histórico de algo más de dos millones de turistas, de acuerdo con la explotación específica realizada de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), las encuestas de viajeros en alojamientos turísticos del INE y las estimaciones realizadas de ocupación turística del mes de diciembre de 2023 por Turismo Andaluz, a falta de datos más cerrados y oficiales de este último mes del año, según informó la Universidad de Córdoba (UCO).

Esta es la primera vez en la serie histórica de datos turísticos de la provincia de Córdoba en que se alcanzan e incluso se superan los dos millones de turistas, lo que evidencia que se ha producido la recuperación general tan esperada del sector turístico cordobés tras la crisis de la pandemia

del Covid-19. De hecho, la provincia de Córdoba, ya solo en los tres primeros trimestres del año, ha experimentado un crecimiento de más de 104.000 turistas (un 7,2%) respecto al mismo periodo del 2019, y a falta aún de los datos oficiales del último trimestre del año de la ECTA, lo cierto es que las estimaciones y proyecciones reali-

zadas por el Centro de Análisis y Prospectiva del Turismo de la Universidad de Córdoba apuntan a que con toda seguridad se alcanzará dicha cifra récord.

Los diferentes subsectores de alojamiento turístico se han comportado, no obstante, de manera diferente. En primer lugar, la demanda en los establecimientos hoteleros no ha conseguido alcanzar las cifras de turistas de 2019, experimentado una caída importante de viajeros -sobre todo extranjeros- respecto a dicho año, que se estima a nivel provincial en unos 85.000 viajeros (-7%), si bien significativamente menor en el caso de Córdoba capital (unos 43.000 viajeros menos y un decrecimiento del 4,4% respecto al año 2019). La ciudad de Córdoba sigue acaparando la mayor parte de la afluencia turística hotelera de la provincia de manera abrumadora, ya que representa más del 80% de la misma y con una tendencia creciente en la última década.

En el caso de los apartamentos y las viviendas con fines turísticos, que han visto crecer su oferta más de un 20%, por encima incluso del crecimiento nacional y regional en ambos casos, se experimenta un importante aumento del número de viajeros.

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3. 3
2023 T2. 2,8
2023 T1. 3,7

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3. 70,9
2023 T2. 80,2
2023 T1. 79

Calificación de los turistas

Alojamiento. 8,7
Entornos urbanos. 8,6
Playas. -
Paisajes, parques naturales. 8,9
Patrimonio cultural. 8,8
Restauración. 8,7
Limpieza. 8,5
Información turística. 8,6
Nivel del tráfico. 8,4
Ocio. 8,7

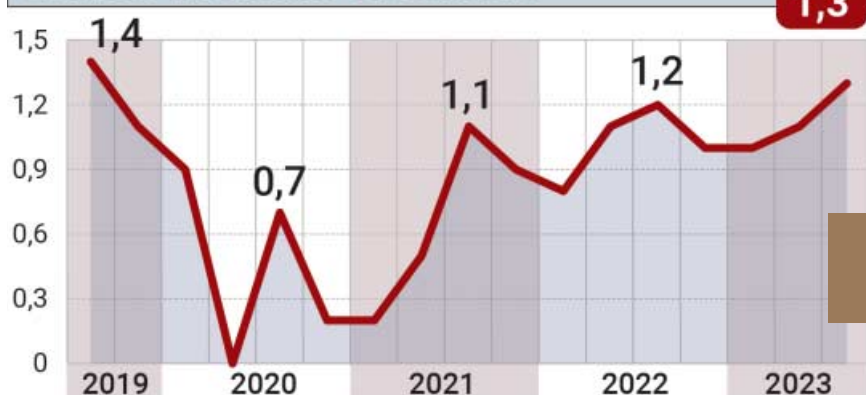
*Fuente: IECA

Potencial del turismo de congresos



Congreso de Inteligencia Artificial celebrado en Granada.

Balance de turismo en Granada



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

El turismo de congresos sigue fijándose en Granada. Lejos queda ya el bajón derivado por la pandemia del Covid-19, y la capital nazarí se ha vuelto a convertir en un gran escaparate para este sector. Espoleado por las grandes cumbres europeas de octubre, el denominado como MICE por sus siglas en inglés, que engloba al sector turístico de congresos, eventos e incentivos, ha tenido un impacto directo sobre la economía provincial de 64 millones de euros durante 2023.

La cifra, aún provisional, supone un incremento del 37% respecto al año 2022 y deriva de los 175 congresos, convenciones, jornadas y eventos realizados en Granada, tanto en la capital como en otras áreas de la provincia, que tuvieron una participación de 70.000 personas con una pernoctación media de 3 días. En la práctica, la cuantía será incluso superior, dado que las actividades de los viajes de incentivos son difícilmente cuantificables al no desarrollarse a través de cauces registrables.

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3. **5,1**
2023 T2. **4,5**
2023 T1. **3,6**

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3. **84,9**
2023 T2. **81,2**
2023 T1. **80,4**

Calificación de los turistas

Alojamiento. **8,3**
Entornos urbanos. **8,2**
Playas. **7,8**
Paisajes, parques naturales. **8,8**
Patrimonio cultural. **9**
Restauración. **8,5**
Limpieza. **8,4**
Información turística. **8,4**
Nivel del tráfico. **7,7**
Ocio. **8,3**

*Fuente: IECA

Por otra parte, la Alhambra y el Generalife de Granada se despidieron de 2023 tras marcar un año de récord. El conjunto monumental nazarí superó durante el año pasado los 2,6 millones de visitantes, lo que supone un 9% más de tickets vendidos que en el año anterior, cuando todavía se dejaban sentir los efectos del Co-

Granada

vid-19, y que son muestra de la vuelta a la normalidad del mayor atractivo turístico de la ciudad. Las cifras arrojan un cierre de ejercicio "muy positivo" que ha tenido como colofón la celebración de la Cumbre Europea el pasado mes de octubre, que ha difundido la imagen de la Alhambra por medio mundo y que ya está repercutiendo de manera directa en la venta de entradas para este 2024, en el que si se mantiene la evolución actual se podría alcanzar el lleno técnico en el monumento. Hay que recordar que el monumento nazarí tiene un cupo máximo de visitantes al año para evitar que las visitas perjudiquen negativamente el estado de conservación del palacio.

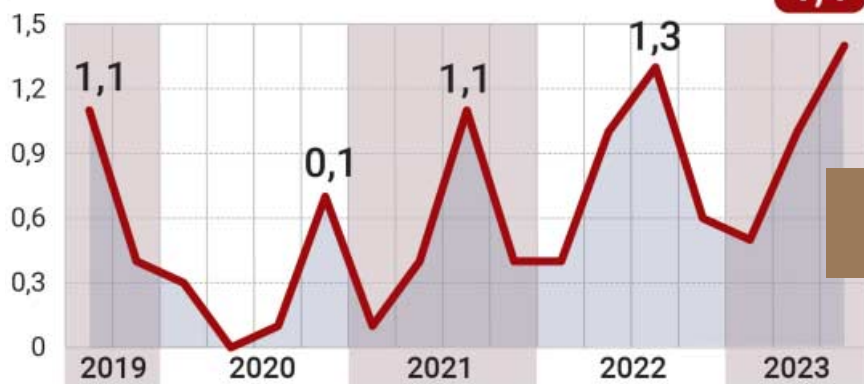
El turista nacional volvió a ser mayoritario en este ejercicio. Todos los puentes del año 2023 han superado los datos de visitantes de 2022 y esta Navidad se espera cerrar con 81.000 visitantes, lo que supone un aumento de más de un 3%. Si se mantiene la evolución actual, se puede pensar que en 2024 la Alhambra se acercará al lleno técnico que, por motivos de conservación, limita a un aforo en 2.763.500 visitantes el Conjunto Monumental.

Los campos de golf vuelven a llenarse



El Circuito de Golf 'Huelva La Luz' contó este pasado año con cinco pruebas.

Balace de turismo en Huelva



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

2021-2022, según explicó en un comunicación la asociación. Así durante esta temporada se han alcanzado los 188.064 green fees vendidos, esto es, partidas de golf distribuidos en un 85 % de turismo internacional y un 15 % de turismo nacional.

Huelva

Por otra parte, el Patronato Provincial de Turismo de Huelva, en colaboración con la Asociación Provincial de Hoteles de Huelva, presentó en Málaga en el pasado mes de diciembre la oferta del Destino Huelva para profesionales del segmento MICE (organizadores de eventos, congresos y convenciones). Alrededor de un centenar de asistentes pudieron conocer la oferta de infraestructuras y servicios que ofrece la provincia para este segmento que representa un perfil de turista de negocios, eminentemente desestacionalizador.

El turismo de eventos y congresos es un segmento estratégico para la provincia de Huelva, ya que el gasto medio del viajero congresual es superior al del turismo vacacional y además, ayuda de manera directa a la desestacionalización del destino, al celebrarse la mayor parte de estos encuentros fuera de la temporada alta.

El acto contó también con la colaboración de la DOP Jabugo, que mostró a los asistentes las posibilidades que la Ruta del Jabugo dispone con más de veinte actuaciones diferentes para conocer la exclusividad y el porqué de un producto tan exclusivo como el Jamón de Jabugo.

LA Asociación de Campos de Golf de Huelva, miembro del Círculo Empresarial de Turismo, realizó el balance de los resultados de la temporada (2022-2023), que va desde septiembre de 2022 a mayo de 2023, con un incremento de turistas vinculados a este segmento del 6,5 %. Asimismo, el sector registró un total de 444.503 pernoctaciones en establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos, lo que supone un 65,34 % de las realizadas en ese periodo y el 11,01 % de las realizadas por la totalidad de los segmentos durante 2022.

Estos datos evidencian que si bien la recuperación tras la pandemia “aún no se ha producido”, al ser una cuestión vinculada a la más lenta recuperación de los mercados internacionales en comparación con el mercado nacional y la dependencia de este segmento del turismo internacional, se mejoran “significativamente” los resultados en valores absolutos respecto de la temporada

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3. **8,7**
 2023 T2. **3,9**
 2023 T1. **3**

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3. **78,7**
 2023 T2. **78,9**
 2023 T1. **74,3**

Calificación de los turistas

Alojamiento. **9,4**
 Entornos urbanos. **8,1**
 Playas. **8,7**
 Paisajes, parques naturales. **9,1**
 Patrimonio cultural. **8,6**
 Restauración. **9,3**
 Limpieza. **8,4**
 Información turística. **8,9**
 Nivel del tráfico. **8,9**
 Ocio. **8,5**

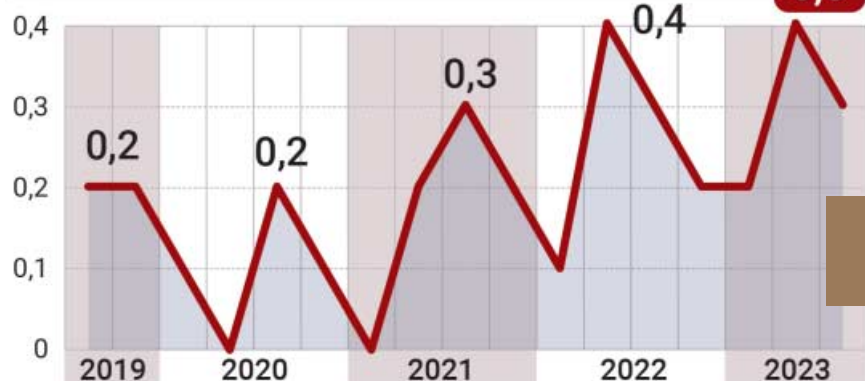
*Fuente: IECA

El turista busca las zonas de interior



El Camino Mozárabe de Santiago, a su paso por Jaén. Cada año son centenares de peregrinos los que buscan Galicia desde tierras andaluzas.

Balace de turismo en Jaén



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

los Premios 'Jaén Paraíso Interior' en la idea de que la provincia está considerada ya como "un destino de interior preferente en España gracias a su excepcional oferta de naturaleza y al enorme número y variedad de recursos monumentales, culturales, históricos y gastronómicos con los que contamos".

Jaén

Valga como muestra el informe que presentaba recientemente el Centro de Dinamización Turística 'Jaén Paraíso Interior', que recibía 9.177 visitas en 2023. Este centro nació como un espacio desde el que potenciar el desarrollo turístico de la provincia, además de mejorar y ampliar los servicios que se prestan desde la Diputación Provincial en la materia y pone a disposición una zona de recepción y encuentro para visitantes, empresas, profesionales y ayuntamientos.

De las 9.177 visitas recibidas en este centro en 2023, 7.867 corresponden a viajeros procedentes del territorio nacional, de los que 5.094 son visitantes de la comunidad autónoma andaluza. Entre los visitantes extranjeros que han conocido las instalaciones del Centro de Dinamización Turística 'Jaén Paraíso Interior' se encuentran países como Reino Unido, Francia, Alemania, Argentina, Polonia, México, Italia, Portugal, Brasil o Nueva Zelanda. Por meses, diciembre fue el mes que mayor número de visitantes registró con un total de 1.113, un 62% más que con respecto al año 2022.

El turismo de interior en Andalucía cerró en 2023 un nuevo año récord tras crecer en 2022 un 53% hasta alcanzar los seis millones de turistas. Así lo adelantó el consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, en la inauguración de la XXI Feria Internacional de Turismo, Deporte y Aventura "Tierra Adentro", que se celebró en Jaén en el pasado otoño.

El turismo de interior de Jaén no sólo mejora la estancia media, incrementándola en un 5,9% con respecto al último registro del que se dispone, sino que además es el segundo de Andalucía que más gasta, 84 euros de media por persona y día, sólo por detrás del de Cádiz. El número de turistas que visitó la provincia en el primer semestre del año se eleva a 545.000, lo que supone prácticamente un 8% más que en el mismo periodo de 2022, y se registraron 975.000 pernoctaciones.

El presidente de la Diputación Provincial, Francisco Reyes, incidía durante

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3. **2,3**
2023 T2. **2,9**
2023 T1. **2,2**

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3. **76,9**
2023 T2. **80,9**
2023 T1. **89,6**

Calificación de los turistas

Alojamiento. **8,6**
Entornos urbanos. **8,6**
Playas. -
Paisajes, parques naturales. **8,8**
Patrimonio cultural. **9,2**
Restauración. **8,4**
Limpieza. **8,2**
Información turística. **8,1**
Nivel del tráfico. **7,9**
Ocio. **8,5**

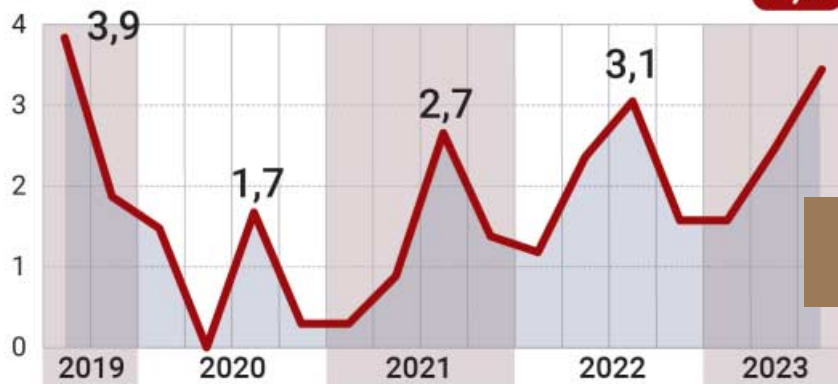
*Fuente: IECA

Mejor año turístico de la Costa del Sol



Un camarero sirve una ración de sardinas, mientras se hacen espetos en una playa de la costa malagueña.

Balance de turismo en Málaga



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

dente resaltó el crecimiento espectacular de cruceristas, con 522.000 pasajeros, un 52% más que en 2022. Salado también destacó el aumento en los viajeros alojados en establecimientos reglados, con 7,8 millones, y las pernотaciones generadas, que han alcanzado los 29 millones.

Málaga

En términos de empleo, Salado señaló un incremento del 4,1% respecto a 2022, con 128.430 personas ocupadas en el sector turístico según la Encuesta de Población Activa. Salado destacó el excelente comportamiento de algunos mercados internacionales, como el mercado alemán con un 24,7% de incremento o el británico que ha mejorado en un 4,2%.

Otros mercados también han crecido en el 2023 como Países Bajos en un 4,9%, Francia en un 12%, Irlanda en casi un 14%, Italia en un 33% y Estados Unidos en un 26,6%. Por eso, “vamos a seguir apostando fuertemente por el mercado norteamericano y por la mejora de la conectividad”.

En cuanto a la previsión de plazas aéreas se prevé un espectacular crecimiento en la oferta de asientos de avión hacia el aeropuerto de Málagapará el primer cuatrimestre de 2024 con más de 3.763.682 plazas ofertadas. Turismo Costa del Sol enfocará sus esfuerzos en acciones promocionales, con un presupuesto de 15 millones de euros, de los cuales más de 10 millones se destinarán a marketing y promoción turística.

EL 2023 se convirtió en el mejor año turístico de la Costa del Sol con mejora en todos sus indicadores turísticos y un millón más de turistas que el 2019. La provincia malagueña recibió el pasado año 14 millones de turistas que generan 19.137 millones de euros de impacto económico. El presidente de la Diputación y de Turismo Costa del Sol, Francisco Salado, presentó el balance del año destacando los buenos datos.

Salado destacó, por un lado, que las plazas de alojamiento turístico alcanzaron las 580.428 plazas, lo que supone un crecimiento de un 43,1% y de un 14,7% respecto a 2019 y 2022 respectivamente. Por otro lado, remarcó, el Repar que en 2023 se situó en 90,10 euros, 10 más que en 2022, y la ocupación hotelera media subió tres puntos porcentuales al 61,4%, manteniéndose la estancia media en 3,32 días.

Además, se registraron el pasado año 11,1 millones de llegadas de pasajeros vía aéreo (+21% respecto a 2022) y el presi-

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3.6
2023 T2. 6,5
2023 T1. 8,9

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3. 82,5
2023 T2. 88,4
2023 T1. 63,3

Calificación de los turistas

Alojamiento. 9
Entornos urbanos. 8,8
Playas. 8,5
Paisajes, parques naturales. 8,7
Patrimonio cultural. 9,2
Restauración. 8,4
Limpieza. 9
Información turística. 8,8
Nivel del tráfico. 8,7
Ocio. 9,3

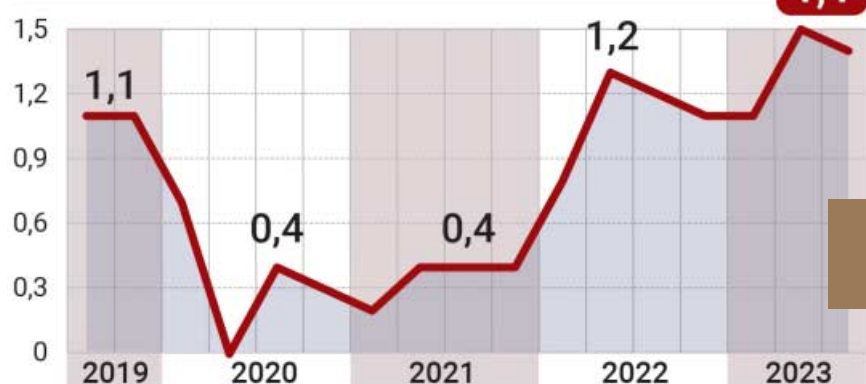
*Fuente: IECA

Un 2023 fabuloso para el aeropuerto



Turistas esperan su vuelo en la terminal del Aeropuerto de Sevilla.

Balace de turismo en Sevilla



FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Nº de turistas por trimestre (en millones de personas)

El aeropuerto de Sevilla cerró el mes pasado el mejor septiembre de su historia, al registrar 740.619 pasajeros, un 18,4% más que en la misma fecha de 2022. Este balance, que arroja una media diaria de 24.687 viajeros en las instalaciones, obedeció al buen comportamiento que mantuvieron tanto el tráfico nacional como el foráneo. La positiva evolución del aeródromo sevillano durante ese mes favoreció el balance de los nueve primeros meses de 2023, un periodo que también se cerró con récord de pasajeros: 5.979.772, un 20,3% más que en el mismo tramo de 2022.

La cifra de operaciones durante los nueve primeros meses de 2023 ascendió a 48.113 (de ellos, 40.790 vuelos comerciales), con un alza del 6,6% sobre el año pasado.

De los 5.972.107 usuarios que viajaron en vuelos comerciales, 3.132.617 (+15,1% en relación con 2022) tenían origen o destino en territorio nacional

y 2.839.490 (+26,8%), en el extranjero. El movimiento de carga entre enero y septiembre ascendió a 8.263,6 toneladas, un 13% más que en el periodo equivalente de 2022.

De la misma forma, el atraque de cruceros de gama alta aumentó un 30% en el Puerto de Sevilla en 2023. A nivel

Sevilla

regional, el número de cruceristas recibidos en 2023 en los puertos andaluces ha crecido cerca de un 30 %, respecto a los datos prepandemia (2019), y las escalas han aumentado un 3 %. Esto significa que han visitado la región más de 1,2 millones de cruceristas y se han recibido alrededor de 800 escalas.

En relación con el puerto de Sevilla, su presidente Rafael Carmona avanzó una previsión de cierre en 2003 de 74 escalas y en torno a 20.500 – 20.900 cruceristas. Además, añadió que el atraque de cruceros de alta gama ha aumentado en torno al 30 % en comparación con los datos de 2019.

En 2023, SunCruise Andalucía ha impulsado con éxito la promoción de la región, atrayendo cerca de un millón de cruceristas y aficionados a la náutica. Gracias a la colaboración entre los Puertos de Interés General del Estado en Andalucía, Algeciras, Almería, Cádiz, Huelva, Málaga, Motril y Sevilla, la Agencia Pública de Puertos de Andalucía, y el Puerto de Ceuta, la asociación ha fortalecido su presencia en el sector turístico a nivel global.

ESTADÍSTICAS

Estancia media (en días)

2023 Trimestre 3,4,1
2023 T2, 3,1
2023 T1, 3,5

Gasto medio (en euros)

2023 Trimestre 3, 73,4
2023 T2, 79,3
2023 T1, 81,5

Calificación de los turistas

Alojamiento, 8,6
Entornos urbanos, 8,9
Playas, -
Paisajes, parques naturales, 9,2
Patrimonio cultural, 9,4
Restauración, 8,8
Limpieza, 8,8
Información turística, 9
Nivel del tráfico, 8,5
Ocio, 9

*Fuente: IECA

Sí, quiero Roquetas de Mar.



www.turismo-roquetasdemar.es

Fitur, escenario ideal para que Andalucía muestre sus encantos



El presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, y el consejero de Turismo, Arturo Bernal, junto a los Reyes de España en FITUR 2023.

Pablo Laynez

REGRESA la Feria Internacional de Turismo a IFEMA Madrid y con ello, la oportunidad para que Andalucía muestre todas sus vicisitudes a las miles de personas que durante cinco días pasarán por los nueve pabellones de los que consta la feria madrileña. Del 24 al 28 de enero, las empresas del sector

La edición de 2023 superó todas las expectativas con más de 222.000 asistentes en IFEMA

Como cada año, los Reyes de España, Don Felipe y Doña Letizia serán los encargados de inaugurar FITUR, con un recorrido por cada uno de los pabellones que componen la oferta española. En el de Andalucía lo esperarán tanto el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, como el consejero de Turismo, Arturo Bernal, para enseñarle todas las novedades que presenta la delegación andaluza en la capital.

rísticos podrán cerrar centenares de reuniones y acuerdos de cara al nuevo año que acaba de arrancar, donde habrá que ofrecerle al turista nuevos incentivos para que se decante por destinos andaluces frente a otras propuestas.

Posteriormente, el presidente de la Junta realizará la tradicional presentación de los datos del pasado ejercicio de 2023, que se presuponen que serán históricos, como bien adelantaba Moreno hace algunas semanas. Además, su discurso también versará sobre los retos y los proyectos que tiene por delante el sector turístico autonómico para este 2024, que se ha abierto con mucho optimismo.

Datos y cifras de la edición 2023 de FITUR

La edición de 2023, celebrada del pasado 18 al 22 de enero, superó todas las expectativas poniendo de relieve las buenas perspectivas para la actividad turística mundial. FITUR registró un importante crecimiento igualando prácticamente las cifras de su récord histórico: más de 222.000 asistentes,

casi el doble que en 2022, 136.000 profesionales, un 68% más, y 86 000 visitantes estimados tras el cierre de sus dos jornadas de público.

Además, la plataforma digital FITUR LIVEConnect contabilizó más de 56 000 registros que representa un aumento por encima del 80% frente a 2022. La feria ha congregado la oferta de 8 500 participantes, 131 países, 755 expositores titulares, en los 66.900 m2 de exposición.

También se registró un gran hito en el ámbito digital. Solo el primer día de feria el tráfico a la web de IFEMA MADRID se disparó exponencialmente, alcanzando el récord histórico de 146.000 visitas. En este mismo contexto, la plataforma digital FITUR LIVEConnect, que complementa la feria con un formato híbrido de mayor alcance temporal y geográfico, contabilizó a enero de 2022 más de 56 000 registros, frente a los 31 000 totales de 2022.



ÁREAS**FITUR TECHY**

Una llamada a transformar los estándares actuales y a encontrar un equilibrio entre la eficiencia tecnológica, la inteligencia artificial, la sostenibilidad en todos sus ámbitos y el toque humano.

FITUR CRUISES

Un segmento turístico innovador en su oferta, en la generación de experiencias, en modelos de sostenibilidad y en el refuerzo de su competitividad y rentabilidad. Este espacio cuenta con la colaboración de CruceroAdicto.com.

FITUR LGBT+

Engloba a más del 10% de los turistas a nivel mundial y es responsable de aproximadamente el 16% del gasto total en viajes. Esto supone más de 195 mil millones de dólares al año en gasto según el World Travel & Tourism Council.

FITUR WOMAN

Esta sección enfoca su debate en el rol de las mujeres en el mundo laboral de la industria turística y en la importancia del liderazgo femenino en la reconstrucción de un mejor turismo sostenible e inclusivo.

FITUR KNOW HOW & EXPORT

Ofrece una ocasión única en la que las empresas participantes contarán con un completo programa de actividades para conocer las mejores oportunidades de negocio en los cinco continentes, recibir asesoramiento personalizado para la internacionalización y ayuda en la búsqueda de potenciales clientes.

FITUR SPORTS

Abordará el turismo deportivo de forma global, incluyendo todas sus tipologías: eventos deportivos, training camps, sport holidays, turismo activo...

FITUR SCREEN

Su objetivo es constituirse en una plataforma que permita conectar la industria turística y la cinematográfica mediante la difusión del conocimiento sobre el turismo cinematográfico, el intercambio comercial entre los diferentes actores y la formulación de propuestas de futuro para el desarrollo de este sector en España.

FITUR TALENT

En su vocación de ofrecer a la industria turística contenidos y herramientas orientadas a impulsar su crecimiento, lleva impulsando desde su edición 2020 un nuevo espacio monográfico centrado en las personas, en su talento, su formación, sus habilidades y su capacitación profesional.

FITUR LINGUA

Es el espacio que aborda el mundo de oportunidades del turismo idiomático que ofrecerá un completo programa de actividades en torno al auge y proyección de español y su capacidad de convertirse en un atractivo turístico para decenas de mercados potenciales.

FITURNEXT

El objetivo es compartir con la comunidad turística una selección de iniciativas probadas y que se pueden replicar fácilmente para mejorar la calidad de la actividad turística en clave de sostenibilidad.



Una de las áreas de FITUR en la edición del pasado año.

Turismo sostenible y accesible, eje vertebrador

FITUR se presenta como la feria líder mundial no solo en el ámbito turístico, sino también en el compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad medioambiental, social y del gobierno corporativo en el sector. Conscientes de la necesidad de abordar los desafíos actuales, la XLIV edición será un altavoz para las buenas prácticas y el impulso de estrategias orientadas a fomentar un turismo respetuoso con el que potenciar el desarrollo de una economía cada vez más sostenible.

Para ello, la Feria Internacional de Turismo tiene previsto organizar numerosas actividades, jornadas y conferencias enfocadas en la formación, concienciación e intercambio de conocimiento para poner en valor la importancia de un turismo sostenible, que minimice su impacto en el medioambiente y con un impacto positivo en la cultura y comunidades locales y de gobierno corporativo, promoviendo la igualdad y la inclusión.

FITUR incentiva la participación sostenible de sus expositores, profesionales y visitantes mediante guías de actuación y recomendaciones a seguir, con el objeto de minimizar el impacto en el entorno de la feria y potenciar sus aspectos positivos. En este contexto, por segundo año consecutivo, IFEMA MADRID medirá la huella de carbono generada en FITUR como reflejo de su firme apuesta por la sostenibilidad y concienciación medioambiental, comprometiéndose a la reducción de los niveles detectados en la próxima edición del evento internacional.

De este modo, la participación sostenible en FITUR se verá potenciada con los Premios al Stand Sostenible que, en colaboración con el Instituto de Turismo Responsable (ITR), tienen el objetivo de reconocer el esfuerzo de los expositores por hacer que su presencia en FITUR esté alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

En Níjar sabemos cuidarte



Porque donde disfrutas y veraneas también
producimos saludables hortalizas



Ayuntamiento de Níjar

www.nijar.es



#nijartumunicipio

#productonijar



Opinión

- **PABLO LAYNEZ** Cada rincón de Andalucía, un paraíso
- **JAVIER A. GARCÍA** En Almería brilla el sol que necesitas
- **JAVIER FERNÁNDEZ** Sevilla también es provincia
- **FRANCISCO RODRÍGUEZ** La mayor virtud turística de Granada
- **ALMUDENA MARTÍNEZ** Cádiz, una oferta para todos los gustos
- **FRANCISCO SALADO** La Costa del Sol, un destino perfecto
- **SALVADOR FUENTES** Córdoba, una ventana de posibilidades
- **DAVID TOSCANO** Huelva ofrece sol y luz brillando a raudales
- **FRANCISCO REYES** Jaén, paraíso interior: un destino estelar
- **JUAN CARLOS PÉREZ** Cosas por hacer en el turismo almeriense
- **ALBERTO SANTANA** Apuesta por el turismo de cruceros
- **MARINA CONTRERAS** En Almería la vida te sonríe
- **MANUEL RIVERA** Coyuntura turística de la provincia de Córdoba
- **M. ARCILA Y G. RAMÍREZ** Los retos antes del 2030 en Cádiz
- **HUMBERTO GOSÁLBEZ** Modelo y legislación del turismo
- **RAFAEL CARMONA** Puerto de Sevilla, una experiencia única
- **IGNACIO TEJERO** El Aeropuerto de Almería y sus más de 30 millones de razones
- **MARI C. PUCHE-RUIZ** Triana o morir de éxito
- **FRANCISCO AGUADO** Huelva, un destino integral
- **ANTONIO DE MARÍA CEBALLOS** Turísticamente imparable
- **JUAN IGNACIO PULIDO** Asignaturas pendientes de Jaén
- **ROSARIO SOTO** El Puerto de Almería, atractivo turístico
- **PEDRO VALADES** Rebus sic stantibus... Liderar el cambio
- **JOSÉ RUIZ** Desafíos del sector turístico gaditano
- **PEDRO SÁNCHEZ-FORTÚN** La hostería, un sector resiliente
- **JOSÉ LUIS SÁNCHEZ** Sostenibilidad, con 'P' y 'S'
- **ANTONIO MONTERO** No estaban locos, esos romanos
- **JERÓNIMO DE BURGOS** Almería, un destino apreciado



Cada rincón de Andalucía, un



Pablo Laynez

Redactor de Diario de Almería

Pablo Laynez

ARRANCA la Feria Internacional del Turismo, Fitur, adonde Andalucía llega para demostrar que es un destino de calidad y confianza para el turista nacional y, por supuesto, internacional. Atrás quedaron los duros años de la pandemia y tras un 2021 y 2022 de despegue, este pasado 2023 ha sido de récord, lo que permite al sector turístico autonómico crecer y seguir siendo un destino preferido gracias a sus múltiples oportunidades.

Hace un año, precisamente en la inauguración de estos días de feria en los pabellones de Ifema, el presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, y el consejero de Turismo, Cultura y Deporte, Arturo Bernal, avanzaban unas cifras que iban a marcar un récord de visitas turísticas, que se han cumplido en este año 2023. El reto estaba en recuperar al turista extranjero, fundamental principalmente para el turismo costero, y se ha conseguido con creces. Hoteles, casas rurales, camping, restaurantes,

La costa atrae cada año a millones de turistas a una región que también es muy atractiva por su amplia oferta de turismo de interior, cultural, deportivo,...

centros de ocio..., todo lleno en las fechas punteras del turismo a lo largo y ancho de toda la comunidad autónoma.

¿Qué ofrece Andalucía?

Todo, Andalucía es un paraíso en sí mismo. Cada rincón de los 87.268 km² de su extensión es una joya, un lugar en el que perderse, un motivo por el que merece la pena visitar a esta tierra. Playa, montaña, costa, interior, cultura, deporte, turismo cinegético y rural, monumentos, naturaleza... ¿A quién no le apetece cualquiera de los múltiples planes que ofrece una región en la que encima, el buen tiempo es su día a día?

En Andalucía, es posible pasar de estar mojándote los pies en la playa a escalar el Mulhacén [pico más alto de la Península Ibérica y el segundo de España] en apenas un par de horas de coche, conocer el único desierto cálido de Euro-



paraíso en el que perderse

pa, disfrutar de pueblos Patrimonio de la Humanidad, visitar monumentos de civilizaciones que forjaron el desarrollo de la cultura española, disfrutar de una gastronomía singular, conocer y respetar tradiciones, y un largo etcétera que cautivan y crean la necesidad de regresar más pronto que tarde a esta tierra.

De oriente a occidente

Andalucía gusta por su Mar Mediterráneo y por su océano Atlántico, por su Estrecho de Gibraltar y su Puerto de Despeñaperros. La costa es uno de los grandes atractivos, que atrae a millones de turistas cada año. Son más de mil kilómetros costeros, con cerca de 300 playas muy diferentes las unas a las otras.

Las calas del Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, el microclima subtropical de la costa granadina, el ambiente y el movimiento de urbes como Torremolinos, Mijas, Nerja o Fuengirola, la frontera entre las cálidas aguas mediterráneas y las bravías atlánticas que supone el Campo de Gibraltar, así como las kilométricas playas de arena blanca onubense, son algunos de los rasgos característicos de la costa andaluza.

Quien no quiere turismo costero, tiene el interior para perderse, para disfrutar, para realizar deportes de aventura. El Parque Natural Sierra de Cazorla, Segura y Las Villas es uno de los grandes pulmones verdes de la comunidad, donde los turistas pueden descansar del estrés diario y oxigenarse en un entorno único. Qué decir de Sierra Nevada, donde la nieve se convierte en el principal señuelo de

Distintas imágenes características del turismo andaluz: turismo cultural, deportivo y tradiciones



miles de esquiadores para practicar su deporte favorito. No hay que olvidarse de serranías con pueblos que tienen su encanto precisamente en su sosiego, como pueden ser los Pueblos Blancos, Aracena y su Gruta de las Maravillas, Álora y su Caminito del Rey, el patrimonio de Úbeda y Baeza, o la majestuosidad nunca perdida de la Comarca de los Vélez.

El urbanita también tiene grandes planes que hacer en Andalucía, con su capital como uno de los platos fuertes. Sevilla, con la capital al frente, es uno de los grandes exponentes de la Andalucía monumental, de la Andalucía gastronómica, de la Andalucía de tradición y folclore. La Giralda, la Torre del Oro, Triana o el Barrio de Santa Cruz, son algunos de los rincones donde merece la pena perderse.

Como en la Alcazaba de Almería, la Alhambra de Granada, el Castillo de Santa Catalina de Jaén o la Mezquita de Córdoba, entre otros.

Y si hablamos de tradiciones que Andalucía mantiene vivas y forman parte de su gen territorial, difícil no hacerse eco de su tradición taurina y ganadera, de las estivales carreras de caballo de Sanlúcar de Barrameda, de su extraordinaria Semana Santa, de las Fiestas de los Moros y los Cristianos o de su Carnaval, entre otros.

Además, Andalucía también cautiva a sus visitantes por el paladar.

La gastronomía andaluza es sencillamente magnífica, con las tapas como uno de sus grandes exponentes. Por supuesto, las magníficas bodegas con las que cuenta la región, con hasta seis Denominaciones de Origen, producen vinos que son una auténtica tentación para los sentidos, así como las cervezas, con cada vez mayor número de empresas que producen de forma artesanal.

Además de lugares que visitar, Andalucía destaca por tradiciones como la Semana Santa, los toros, el Carnaval...

En Almería brilla el sol que necesitas



**Javier Aureliano
García**

Presidente de la
Diputación de Almería

EL turismo en el destino 'Costa de Almería' es una inagotable fuente de creación de riqueza y empleo y uno de los sectores más pujantes del tejido productivo almeriense. Se convierte en la mejor tarjeta de presentación de la provincia de Almería en el mundo porque difunde la excelencia que ofrece nuestra tierra para disfrutar de ella durante los 365 días al año. 'Costa de Almería' reúne todos los ingredientes para que cualquier perfil de viajero encuentre una experiencia a su medida que hará de su viaje una vivencia irrepetible, única e inolvidable.

Con esta ilusión, la de difundir nuestro destino para que siga afianzando su imagen en el resto de España y en el exterior asegurando nuestra posición como lugar de moda y referente del turismo boutique y de calidad en el Arco Mediterráneo y al Sur del Continente Europeo, trabajamos de forma transversal desde la Diputación Provincial de Almería.

En este sentido, 2023 ha sido un año en el que hemos obtenido resultados muy positivos y que nos hacen ser muy optimistas de cara al futuro.

Entre los grandes hitos del pasado año hallamos uno que sobresale con fuerza al tratarse de un acontecimiento histórico: la conexión aérea por primera vez en la historia de Almería con París mediante un vuelo directo. Esta buena noticia ha sido el fruto de un intenso trabajo de promoción y encuentros con aerolíneas del país gallo durante años.

Presentamos nuestro destino a los profesionales del sector en un acto en 2019 celebrado en la Torre Eiffel; nos hemos dado



a conocer con patrocinios internacionales de los dos grandes eventos deportivos de Francia, Roland Garros y Tour,

hemos tenido presencia en ferias internacionales,

fam y press trips o a través de campañas publicitarias que han

mostrado la imagen de Almería en espacios públicos como fachadas, autobuses o metro en París, entre muchas más.

Asimismo, desde Diputación hemos apostado en materia agroalimentaria por Francia para potenciar el salto internacional de la marca gourmet de la provincia, 'Sabores Almería', participando en uno de los

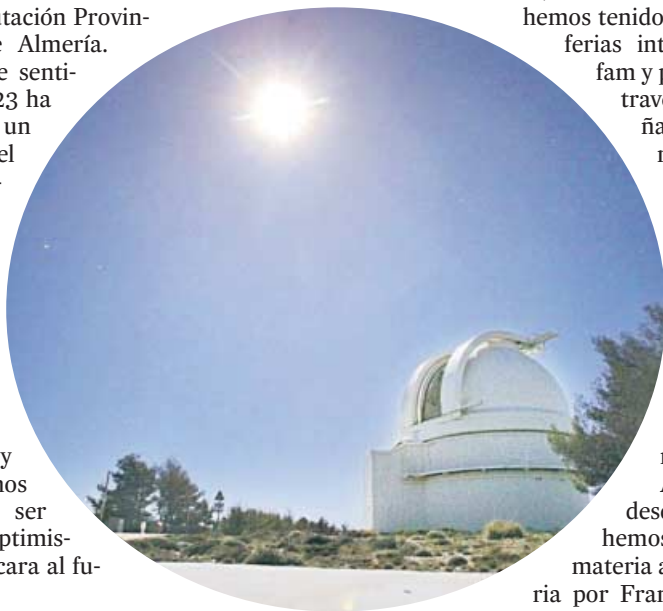
foros gastronómicos de mayor calado y repercusión del mundo, 'SIAL París', en el que volveremos a estar en 2024.

Todas estas acciones nos han posibilitado que se establezca este vuelo y, lo que es más importante, que tenga su continuidad asegurada durante este año. Así podremos seguir estrechando los lazos de Almería con el mercado francés, un país muy importante y estratégico para continuar creciendo turísticamente y que, además del flujo de visitantes que recibamos, nos da la oportunidad a los almerienses de viajar cómodamente a París.

Aparte de este logro, en 2023 hemos conseguido mejorar la conexión aérea entre Almería y Madrid gracias a la colaboración conjunta con el Ayuntamiento de Almería y el compromiso de Iberia. De esta forma hemos ampliado y mejorado horarios, frecuencias y en una de estas conexiones el vuelo Almería - Madrid se hace en un Airbus con mayor capacidad y comodidad. Este aspecto era clave porque tener una buena conexión con Madrid nos abre al resto del mundo con el gran nudo de conexiones que representa Barajas.

Con estas excelentes noticias y la excelencia que el visitante encontrará en cualquiera de los 103 municipios de la provincia llegamos a FITUR con la certeza de contar con el mejor destino para disfrutar del turismo de calidad porque como dice nuestra última campaña de promoción turística, en Almería, ya sea en la playa, la montaña o el interior, siempre encontrarás el sol que necesitas.

El pasado 2023 fue un año en el que la provincia ha obtenido resultados turísticos muy positivos, que nos hacen ser muy optimistas de cara al futuro



iryo

La vida viene
con cambios.



Madrid desde
Córdoba, Málaga y Sevilla

Billetes flexibles para adaptarte
a todo lo que venga.

Compra en iryo.eu o en tu agencia de viajes.



Sevilla también es provincia



**Javier
Fernández**

Presidente de la
Diputación de Sevilla

DENTRO de la actividad sostenida y continua que despliega la Diputación de Sevilla, a través de Prodetur, para promocionar el destino turístico de la provincia, tenemos siempre muy claro que la complementariedad con la oferta de la capital tiene un potente efecto simbiótico para ambas realidades.

De un lado, los pueblos y el entorno más rural de Sevilla se muestran como el complemento perfecto a la sugerente propuesta turística de la capital. Y de otro, la propia urbe amplía el abanico de posibilidades que ofrece a aquellos que la eligen como destino. Es, como suele decirse, un win-win que solemos conceptualizarlo en ese eslogan, 'Sevilla también', que nos ha acompañado en nuestras últimas promociones del destino.

Porque como digo, Sevilla, su capital, no necesita presentación alguna y, como avalan los datos, sigue 'in crescendo' en afluencia de visitantes. Pero además de

una joya cultural, arquitectónica, museística y, en definitiva, patrimonial en el sentido más amplio, Sevilla también es natural, sostenible, activa, rural, sabrosa y tradicional en todos y cada uno de los 105 municipios que la integran junto con la capital.

Su 'naturalidad' y 'sostenibilidad' la corroboran la red de espacios naturales que posee, con un total de 252.000 hectáreas de superficie. Un atributo singular en el que comarcas como la Sierra Morena de Sevilla o la Doñana Sevillana no solo representan todo un hito ecológico y medioambiental que tenemos el privilegio de compartir, sino que, además, suponen un enorme capital en materia de turismo sostenible. Un 'tesoro', además, sobre el que se asienta una interesante malla de empresas de turismo activo, que proponen actividades inolvidables al visitante en parajes y enclaves que nunca olvidarán aquellos que lo vivan.

Sevilla también es natural, sostenible, activa, rural, sabrosa y tradicional en todos y cada uno de los 105 municipios que la integran junto con la capital

Como tampoco olvidarán la hospitalidad de la gente, el genuino y pausado transcurrir del tiempo en los pueblos y todo aquello que convierte en singular y exclusiva la oferta turística de la provincia sevillana.

Y por supuesto, otro hito fundamental en el que Sevilla también es provincia es en el paladar. Porque la oferta culinaria de nuestro territorio, impregnada como está de varias civilizaciones, posee productos de excelencia que, pasados por las manos de nuestros chefs y de la tradición en la cocina, convierten a nuestro destino en lugar preferente para soñar desde el sentido del gusto.

Bien sabemos eso desde la Diputación y, por eso mismo, bien lo mimamos y potenciamos, a través de la marca 'Sabores de la Provincia de Sevilla', a la que dotamos de continuas promociones y eventos desde nuestra sociedad Prodetur.

Y cómo no, si algo queda por añadir a lo que la provincia de Sevilla también es, eso pasa por recordar el inmenso patrimonio cultural y de tradiciones que atesora. No en vano, somos el territorio andaluz que

Mimbres tenemos e ilusión también para continuar reforzando el futuro en clave turística. Y siempre, cómo no, de la mano del sector

más Bienes de Interés Cultural tiene catalogados, por encima de los 300, y contamos con numerosas fiestas y ferias tradicionales que están registradas como Bienes de Interés Cultural de Andalucía.

En definitiva, mimbres, tenemos. E ilusión para continuar reforzando el futuro en clave turística, también. Y siempre, cómo no, de la mano del sector. Contando con aquellos que son los que verdaderamente dinamizan el turismo en nuestra tierra y lo dotan de contenido y servicios de excelencia para los que nos visitan. Con ellos, empresarios y asociaciones, queremos seguir avanzando en cifras como las que nos corroboran que estamos en el buen camino.

No en vano, en el acumulado de afluencia turística a la provincia hasta el pasado mes de octubre, el registro era de 641.624 viajeros alojados, un 11,56% más que en el mismo periodo de 2022; y de 1.111.545 pernóctas, aumentando un 7,19% respecto a las registradas en el mismo periodo del año anterior, con tasas de crecimiento interanual del 41,37% en viajeros y del 21,62% en pernóctaciones cuando hablamos únicamente de turismo extranjero.

Toca seguir, toca perseverar y toca continuar insistiendo en que, sin duda, Sevilla también es la provincia, tal y como lo demuestran los números.



CabogataBeach
★★★★★

WWW.CABOGATABEACH.COM

+34 950 181 680
EVENTOS@CABOGATABEACH.COM

TUS HOTELES EN ALMERÍA

EVENTOS ÚNICOS, ESPACIOS SINGULARES



CabogataJardín
★★★★★

WWW.CABOGATAJARDIN.COM

+34 950 010 750
EVENTOS@CABOGATAJARDIN.COM



VALNEST
LUXURY HOTELS & RESORTS



La diversidad es la mayor virtud turística de Granada



Francisco Rodríguez

Presidente de la Diputación de Granada

LA Alhambra es, sin duda, la primera imagen que evocamos cuando pensamos en Granada. Es uno de los monumentos más visitados de España. Su belleza atrae cada año a casi dos millones y medio de personas y es el referente para los miles de turistas que cada año visitan la ciudad.

Granada, sin embargo, es mucho más que la Alhambra. De hecho, la gran virtud de la provincia como destino turístico radica en su enorme diversidad. La capital y sus alrededores ofrecen un riquísimo patrimonio histórico y monumental; la Costa Tropical, playas con sol y buenas temperaturas todo el año; Sierra Nevada, una de las mejores estaciones de esquí de Europa; la Alpujarra y el Valle de Lecrín, tranquilidad y pueblos blancos con encanto; el Poniente Granadino, castillos y atalayas de la última frontera de Al-Andalus; y el Geoparque de Granada, paisajes espectaculares y hoteles en cueva.

Es esta variedad de climas, territorios y recursos la que permiten a Granada ser un destino único y ocupar una posición destacada a nivel internacional. En 2023, la provincia ha continuado recuperando visitantes, especialmente de origen español, aunque afortunadamente cada vez vemos más turistas en nuestras calles procedentes de Norteamérica y Asia, mercados estratégicos para nosotros.

La Diputación de Granada trabaja ya en dar un salto de calidad con el nuevo Consejo Provincial de Turismo. Para ello, redactará un Plan Estratégico que permitirá conocer la realidad de la provincia (oferta, demanda, mercados y segmentos), definir el modelo turístico para el futuro y establecer las estrategias de desarrollo, promoción, comunicación y comercialización. Este plan fijará objetivos y metas, y planteará el nuevo modelo de futuro del turismo granadino basado en la competitividad y la sostenibilidad medioambiental, económica y social, logrando paralelamente un incremento de los beneficios económicos y sociales.

Este plan debe contar con la implicación de las administraciones, los empresarios y los agentes representantes de los distintos subsectores implicados en el turismo granadino, ya que su participación será clave para alcanzar los resultados esperados. Y

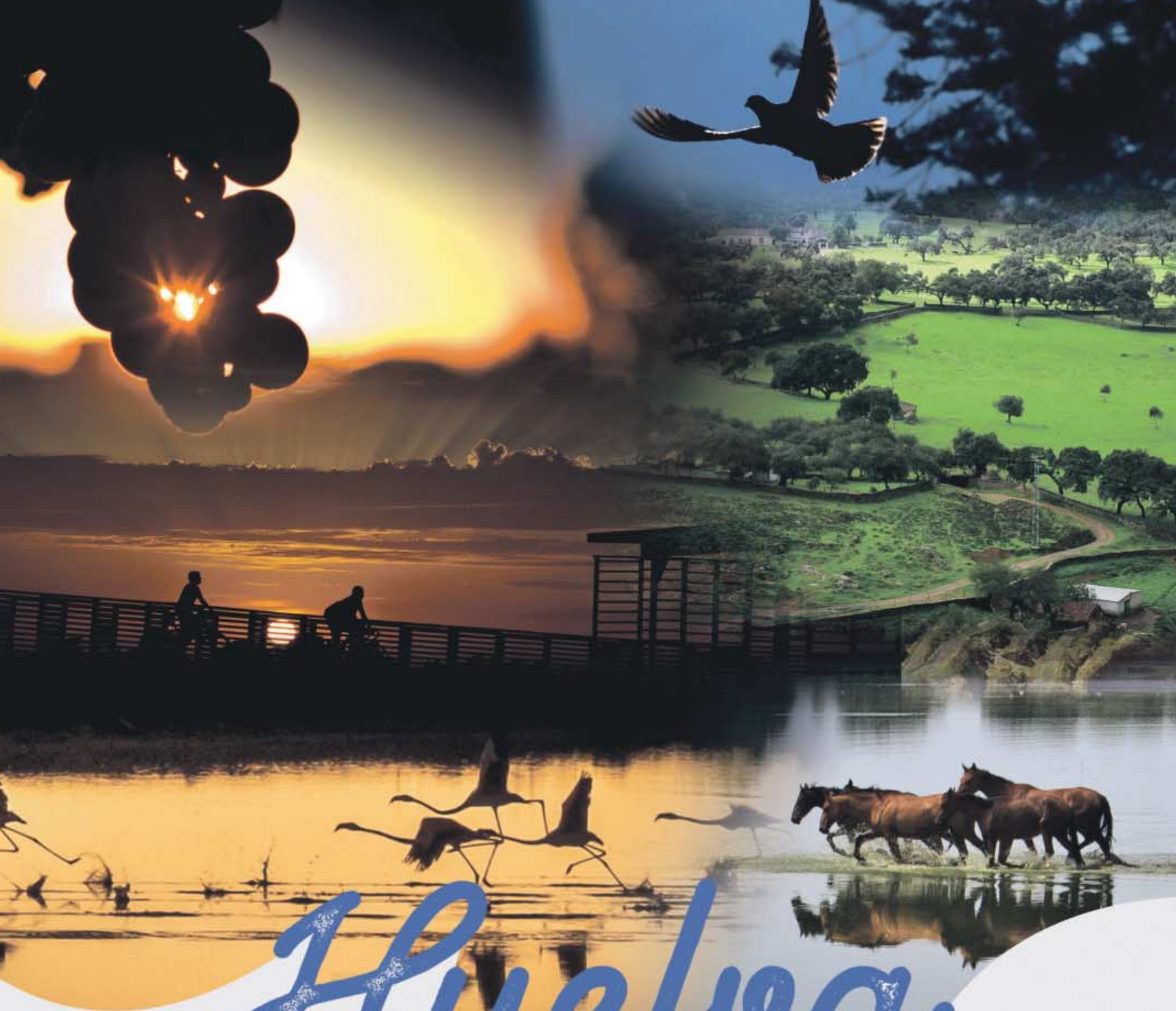
es que la Gobernanza y el apoyo al sector turístico será prioritaria para la Diputación. Ampliaremos las herramientas para la participación de los agentes del sector en la planificación; extenderemos los servicios de asesoramiento; crearemos nuevos sistemas de comunicación e intercambio de información entre profesionales; e intensificaremos las actividades de inteligencia de mercado como soporte al proceso de toma de decisiones.

Además, Granada va a convertirse este próximo año en un destino turístico inte-

La Diputación de Granada redactará un Plan Estratégico que permitirá conocer la realidad de la provincia: oferta, demanda, mercados y segmentos

ligente. Estamos ultimando el desarrollo del proyecto TurInGranada, enmarcado en el Plan Nacional de Territorios Inteligentes, que conlleva una inversión de casi 4,5 millones de euros. Llega ahora la fase de implementación del proyecto, que permitirá sacar partido y beneficio a las herramientas generadas, convirtiendo a la provincia en un destino puntero a nivel tecnológico.

Por todo ello, este año que comienza será un momento ideal para venir a Granada. A visitar la Alhambra, por supuesto. Pero también a conocer la diversidad de un destino único.



Huelva

HAY QUE VIVIRLA



DIPUTACIÓN PROVINCIAL
D HUELVA



El alumbrado de Navidad de Málaga, entre los preferidos por los turistas europeos

Málaga volvió a convertirse en uno de los destinos europeos destacados durante la temporada navideña. El portal 'European Best Destination' colocó a la capital costasoleña como una de las ciudades de referencia turística en esta época del año, en particular, por su impresionante alumbrado de Navidad de la calle Larios, que se encuentran entre las 21 mejores de toda Europa / Álex Zea





MANUEL DE LA VARGA LÓPEZ

Cádiz, una oferta para todos los gustos



**Almudena
Martínez**

Presidenta de la
Diputación de Cádiz

HABLAR de la provincia de Cádiz desde un punto de vista turístico es hablar de un destino atractivo los 12 meses del año. Nuestra provincia goza de una media anual de casi 18 grados, y las mínimas en los meses más fríos del año se sitúan alrededor de los 10. El buen clima de Cádiz se ve reforzado con el hecho de que en verano suele registrar las temperaturas más bajas de Andalucía, lo que nos convierte en una zona eminentemente templada. Que también disfruta de 330 días de sol al año.

Sus más de 280 kilómetros de costa, uno de los litorales más extensos de la Península Ibérica, están repartidos en playas del Atlántico y del Mediterráneo. Unidos a sus seis parques naturales convierten a esta provincia en espacio de extraordinario valor ecológico. Porque también es la provincia que, por ejemplo, acoge al Parque de la Sierra de Grazalema, donde destacan los pinsapares -bosques de pinsapos-, una especie de abeto superviviente, cuyo origen se remonta al Cuaternario y en la que la mayoría de los ejemplares han desaparecido.

La sostenibilidad es, de hecho, una de las principales hoja de ruta que guía las actuaciones del Patronato Provincial de Turismo de Cádiz y toda nuestra Diputa-

ción. Esta sostenibilidad que no dejamos de tener presente se desglosa en responsabilidad medioambiental; en responsabilidad para contribuir positivamente en las economías locales, con especial atención a los pequeños municipios -con más difícil el acceso a los recursos-; al igual que en desarrollar acciones alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fijados por la ONU con el horizonte 2030.

Cádiz, además, es especial en su entorno, por su privilegiada ubicación al sur de Europa, junto al continente africano y con tradicionales vínculos históricos que nos unen a América. Como muestra, los puertos de la provincia fueron testigo del intenso comercio ultramarino, hasta el siglo XVIII. Las huellas de esta relación están plasmadas en la arquitectura gaditana, en sus casas-palacio o torres vigías.

No en vano, en la provincia gaditana se cuentan por docenas sus espacios singulares: lugares con especial belleza o historia, en los que poder realizar actividades significativas, entre otros segmentos para el del turismo MICE (turismo de reuniones, convenciones, incentivos y congresos). En el caso de Cádiz, su legado cultural y arquitectónico incluye enclaves co-

mo bodegas, castillos, cortijos, palacios, monasterios, baluartes y un largo etcétera.

Aquí no hay momento para el aburrimiento. La oferta alcanza a todos los gustos: desde los amantes de la música, con un cartel cada año de más y mejores festivales, a los entusiastas de los museos, pa-

sando por los aficionados a los deportes de distinto tipo, a

quienes disfrutaban con

una actuación flamenco como las tradicionales

zambombas

navideñas, o

por supuesto

una gastro-

nomía excep-

cional que aún

vanguardia y

tradición, en

la que coexisten

varias de las

Estrellas Michelin

más innovadoras jun-

to a 'platos de cuchareo' y

guisos autóctonos. La lista po-

dría ser interminable.

Pero si algo hace única y genuina a nuestra tierra es la calidez de sus habitantes.

Al carácter de los gaditanos y gaditanas lo identifica su simpatía, su manera de entender la vida, con una alegría que se fija en los pequeños detalles y un talento innato, canalizado en múltiples ocasiones a través de arte. Les esperamos en Cádiz. Estoy convencida de que no se arrepentirán. Y tampoco lo olvidarán.



La ciudad donde todo comienza

Huelva original



Ayuntamiento de
HUELVA

La Costa del Sol, un destino perfecto para viajar en cualquier época del año



Francisco Salado

Presidente de la Diputación de Málaga

QUÉ duda cabe de que la Costa del Sol se ha consolidado como uno de los destinos más completos e importantes del mundo. Las razones son muchas y variadas: los 325 días de sol al año de media, nuestro benigno clima, los más de 160 kilómetros de playa que recorren el litoral malagueño, los impresionantes parajes naturales, nuestros monumentos o la infraestructura hotelera de primer orden con la que contamos en toda la provincia son algunos de los más destacados.

También es nuestra magnífica gastronomía, con la cocina tradicional malagueña, sencilla en sus ingredientes y muy rica en variedad de platos, ha pasado de ser un importante complemento de la oferta turística de la provincia a un atractivo turístico por sí sola. La llamada 'dieta mediterránea' está desde siempre en la base de los platos de una cocina que, además de sana y variada, está formada por ingredientes de primera calidad que, armoniosamente conjugados, hacen las delicias del paladar. Contamos, además, con una marca promocional propia y reconocida, como Sabor a Málaga, un verdadero distintivo de calidad que ha dotado de identidad a nuestros productos autóctonos.

Otro punto fuerte son los servicios de ocio de la Costa del Sol, un marco ideal para la celebración de congresos y un paraíso consagrado para la práctica del golf, con más de 70 campos y, cómo no, nues-

tras tradiciones y costumbres, o el encanto de los pueblos blancos de interior. Todos estos elementos nos han convertido en una tierra rica en contrastes.

No hay que olvidar las excelentes conexiones aéreas con las principales ciudades europeas, las marítimas y las ferroviarias, con el tren de alta velocidad Madrid-Málaga, que nos han colocado a escasas horas de las principales capitales del país, o la red de autovías y autopistas.

Pero la Costa del Sol puede ofrecer aún más y posee una capacidad de sorprender continua. Así, nos hemos convertido en un destino cultural de primer orden en torno a la figura del genial artista Pablo Ruiz Pi-

tajas que tenemos con respecto a otros competidores, y de los éxitos que estamos cosechando, de la mano de los profesionales del sector turístico, pero también sabemos que esta realidad no debe hacernos bajar la guardia.

Por eso nuestro principal objetivo es claro: convertirnos en un destino asociado a la calidad, la sostenibilidad, abierto los 365 días del año y con la mirada puesta en ese turista más corresponsable con el destino, que tenga mayor capacidad de gasto, que busque experiencias singulares y que aprecie la diversidad de un destino completo, con comunicaciones y seguridad excelentes.



Ofrecemos un destino con buenas conexiones y una amplia oferta de espacios e infraestructuras que facilitan el teletrabajo, además de unos precios muy competitivos. La Costa del Sol cuenta también con una oferta turística muy atractiva por sus playas, un buen clima con una temperatura media anual de 20 grados, actividades en la natura-

Ofrecemos un destino con buenas conexiones y una amplia oferta de espacios e infraestructuras que facilitan el teletrabajo, con unos precios muy competitivos

leza y un patrimonio cultural con 40 centros expositivos, monumentos y zonas arqueológicas, además de una gastronomía local rica en sabores de lo más variados, lo que supone un gran atractivo para los nómadas digitales que suelen buscar lugares con buen tiempo y actividades para realizar en su tiempo libre.

Sol y playa siguen siendo los elementos esenciales del turismo costasoleño, pero si a esta oferta añadimos la riqueza de otros segmentos turísticos que nos han ayudado a posicionarnos en una indiscutible posición de liderazgo, la Costa del Sol se convierte en un lugar de disfrute los doce meses del año. El mejor lugar para vivir, para trabajar y para invertir.

Somos conscientes de las enormes ven-

ALMERÍA.

CAMBIA TU
PERSPECTIVA



www.turismodealmeria.org



ALMERÍA
CIUDAD

Córdoba, una ventana de posibilidades



Salvador
Fuentes

Presidente de la
Diputación de Córdoba

PRESENTAR Córdoba como un todo en el que capital y provincia se complementan es el eje sobre el que se vertebrarán las acciones que la Diputación de Córdoba, a través de su Patronato Provincial de Turismo, llevará, en este 2024, a la Feria Internacional del Turismo (Fitur 2024).

El trabajo que viene desarrollando la Diputación está enfocado en conseguir que la marca Córdoba ampare las potencialidades turísticas de cada una de las comarcas que conforman su provincia, al mismo tiempo que se habla del enorme patrimonio de la capital cordobesa. Todo ello con el objetivo de presentar al visitante una oferta atractiva y completa que sitúe a la

Cultura, tradición, patrimonio y vivencias son las fortalezas de la provincia y sobre ellas trabajamos de la mano de nuestros ayuntamientos

provincia como referente dentro del turismo de interior.

Y es que la provincia de Córdoba atesora recursos infinitos, presentándose ante el visitante como una enorme ventana de posibilidades. Podemos hablar así de propuestas de carácter cultural, gracias a nuestras seis declaraciones patrimoniales (cuatro de ellas en la capital y dos en sus pueblos), y también de riqueza gastronómica, con nuestras siete Denominaciones de Origen Protegido, que aparecen vinculadas a una extraordinaria industria agroalimentaria y a productos tan liados al territorio como los ibéricos de Los Pedroches, los vinos y vinagres de Montilla-Moriles o los aceites de las zonas de Priego, Lucena, Adamuz y Baena.

Dentro del mundo gastronómico, Córdoba se ha convertido, además en todo un referente dentro de la alta cocina, con profesionales que, utilizando los productos de la tierra y recuperando platos que hablan de todo lo que fuimos y somos como sociedad, se han hecho un hueco en el mundo gastronómico internacional.

Sumamos a todo eso nuestro patrimonio natural y una amplia gama de propuestas deportivas, así como una oferta de aloja-



mientos de turismo rural de gran calidad, establecimientos de restauración con una oferta culinaria excepcional y un conjunto de empresas que ofrecen actividades turísticas de todo tipo: turismo activo, experiencias de enoturismo y oleturismo en bodegas y almazaras, visitas a fábricas o secadores de jamones, etc.

Si nos detenemos en cada uno de los elementos que hacen única Córdoba y sus pueblos diremos que contamos con un inmenso patrimonio arquitectónico, fruto del paso de varias civilizaciones por el territorio. Un patrimonio que ahora se hace visitable gracias a los trabajos de recuperación de castillos y fortalezas de nuestros pueblos.

Pero es que, además, la provincia de Córdoba es conocida y reconocida por su riqueza natural gracias a los tres parques naturales con los que cuenta, sus playas de interior, sus ríos y embalses y sus kilómetros de vías verdes, antiguas vías de ferro-

carril que han sido recuperadas para el ocio y la actividad deportiva de nuestros vecinos y vecinas.

Todos estos espacios se convierten en el escenario perfecto para un sinfín de propuestas deportivas. Pueden ser recorridos a pie, en bici, y, además, son perfectos para deportes de mayor adrenalina como el rafting y la escalada, sin olvidarnos de la pesca, la caza, la observación de aves y mucho más.

En definitiva, cultura, tradición, patrimonio y vivencias son las fortalezas de la provincia y sobre ellas trabajamos de la mano de nuestros ayuntamientos. Pero, además, en esta nueva andadura que comenzamos nos marcamos como objetivo volver la vista a la capital y a todo lo que representa a nivel de turismo, con la Mezquita como referente, pero también con Medina Azahara y su Salón Rico o las callejas que cobran vida una vez nos adentramos en el barrio de la Judería.

ALMERÍA, NECESITO PERDERME EN TUS RINCONES

Pueblo de Vélez-Blanco

#ALMERIAELSOLQUENECESITO



DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA



COSTA DE
ALMERÍA

Huelva ofrece a sus visitantes sol y luz brillando a raudales en plena naturaleza



David Toscano

Presidente de la Diputación de Huelva

LAS tendencias del sector turístico están en constante cambio. Hoy el lujo es pasear por una playa virgen en pleno agosto. Recorrer senderos recónditos en parajes naturales o adentrarnos en las entrañas de la tierra por lugares inexplorados. Pocos destinos pueden ofrecer lo que Huelva da al viajero: la posibilidad de disfrutar en plena naturaleza y en cualquier época del año, con el sol y la luz brillando a raudales.

El turista del siglo XXI está buscando un cambio de modelo turístico. De hecho, según el *Global Travel Intentions Study 2023*, casi un 50% de los viajeros españoles ha buscado opciones de viaje más sostenibles durante sus escapadas más recientes, lo que indica que ese nuevo turista

ya muestra interés por destinos con medidas sostenibles u opciones de movilidad con menor impacto ambiental.

Desde la Diputación de Huelva estamos trabajando para afianzar nuestra posición como destino preferente para este tipo de viajero. Se trata de una relación de interés mutuo, porque queremos viajeros que busquen la naturaleza, la admiren y la respeten. A cambio ofrecemos lo mejor que tenemos, nuestro tesoro máspreciado.

Es obligado, como Administración provincial, seguir trabajando en la configuración de nuestro destino como

una provincia naturalmente única.

Estamos comprometidos con el desarrollo de planes de Sostenibilidad Turística en Destino que no solo benefician a la provincia, sino que también contribuyen a la creación de un modelo de turismo responsable. Y asimismo nos hallamos volcados en las comuni-

Estamos comprometidos con el desarrollo de planes de Sostenibilidad Turística en Destino que contribuyen a la creación de un modelo de turismo responsable



Contemplar las estrellas, ver salir el sol tras las montañas en el silencio del amanecer de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, yeguas marismeñas de Doñana...

dades y en la puesta en valor de sus recursos endógenos, en sintonía con los gustos y necesidades de quienes nos visitan.

Las personas que habitan en nuestros

pueblos son quienes nos han guiado a la hora de invertir y esa es la base del cambio. No se decide en un despacho sino a pie de calle, para poder responder mejor a las necesidades y demandas de quienes componen el destino.

Para avanzar en este camino, el hasta ahora Patronato Provincial de Turismo de Huelva ha dado un paso al frente y se ha transformado en la Agencia Destino Huelva. Con ello queremos apostar de forma decidida por un turismo innovador y adaptado a los nuevos tiempos por medio de un ente gestor único de apoyo al sector y al Destino que pondrá el acento en el estudio, la planificación, la creación de productos, la promoción y el fortalecimiento de

alianzas multinivel.

Todo ello para subrayar que Huelva es el lugar perfecto para experimentar y poner a prueba ese turismo sostenible y de calidad que hoy en día persiguen todos los destinos.

Contemplar las estrellas, ver salir el sol tras las montañas, en el silencio del amanecer de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, admirar

el vuelo de las gaviotas que anuncian la llegada de la pesca al marinero puerto de Isla Cristina. Dejarnos sorprender por la ancestral saca de las yeguas marismeñas de Doñana. Extasiarnos ante el increíble juego de luces del ocaso Ayamontino reflejadas en el Guadiana o admirar los vestigios de un pasado minero que vuelve en la Corta Atalaya de Minas de Riotinto.

La provincia de Huelva es un destino muy especial, único para recargarnos de energía, emociones y experiencias. Lo difícil para el viajero no es decidirse a venir, sino resistirse a volver.

GRACIAS A SU CONECTIVIDAD Y SU INTEGRACIÓN CON LA VIDA DE LA CIUDAD

El Puerto de Huelva

Puerto de luz

Apuesta por los cruceros de lujo y megayates



El Puerto de Huelva busca impulsar las escalas de cruceros en el Muelle de Levante y aumentar el número de pasajeros de los ferrys hacia las Islas Canarias.

Huelva es uno de los principales destinos turísticos de Andalucía y corazón de nuestro puerto. Huelva tiene mucho que ofrecer y el Puerto de Huelva apuesta por mostrarlo al resto del mundo.

Jaén, paraíso interior: un destino estelar de experiencias únicas y sostenibles



Francisco Reyes

Presidente de la Diputación de Jaén

La provincia de Jaén se puede disfrutar alrededor de una mesa. Esta tierra se ha consolidado como un destino gastronómico por excelencia. En 2023 ha logrado la proeza de sumar, de una vez, tres nuevos restaurantes reconocidos con la Estrella Michelin. Vandelvira, de Baeza; Radis y Malak, de Jaén capital, se han incorporado a una distinción que ya ostentaban Bagá y Dama Juana. En total, cinco restaurantes: cuatro en la ciudad de Jaén -concentrados en pocos metros cuadrados- y uno en Baeza. Son los cabezas de cartel de un sector gastronómico en auge, consolidado como argumento de peso para visitar la provincia de Jaén.

Disfrutar de una excelente gastronomía se ha convertido en una razón de por sí para vivir un increíble viaje a lo largo y ancho de la geografía jiennense. Es un atractivo turístico que se suma a su potente riqueza monumental -con dos ciudades declaradas Patrimonio Mundial, Úbeda y Baeza-, tesoros del Renacimiento como la Catedral de Jaén; innumerables fortificaciones medievales; yacimientos para “viajar” al Tiempo de los Íberos o cuatro parques naturales, como el de las Sierras de Cazorla,

Segura y Las Villas.

Son atractivos para navegar sobre un mar de 66 millones de olivos, árboles milenarios en torno a los que se ha generado una ruta de oleoturismo única y genuina. Almazaras acondicionadas para su visita, cortijos y haciendas con una arquitectura muy marcada -muchos convertidos en alojamientos-, spas u oleotecas son algunos de los recursos que conforman un producto turístico cuya baza principal es un aceite de oliva virgen extra único, logrado gracias al esfuerzo que el sector oleícola ha realizado en las últimas décadas.

Este largo camino ha llevado al AOVE elaborado en la provincia a figurar en las mejores clasificaciones internacionales. Con el distintivo “Jaén Selección”, que portarán a lo largo del año 2024 ocho aceites elegidos tras una exigente cata-concurso, la Diputación pone el foco sobre la excelencia y la calidad, ejes de una difusión presente en la mayor parte de acciones promocionales en las que participa la Administración pro-

vincial a lo largo del año.

Son atractivos con los que se ha articulado un modelo de turismo en el que prima la sostenibilidad, una actividad que no va en detrimento de nuestros municipios. Por el contrario, va de la mano de ellos: impulsa la economía local y favorece su desarrollo. Es un sector que influye en el tejido empresarial o en ámbitos como la recuperación y conservación del patrimonio: un claro ejemplo de ellos es el trabajo realizado sobre la ruta de “Castillos y Batallas en el Reino de Jaén”, que hoy recorre 26 municipios.

Desde la Diputación de Jaén procuramos una actividad turística que esté presente en todos los rincones de la provincia. Entendemos esta actividad como un elemen-

El trabajo de la Diputación sobre la oferta turística refleja nuestro compromiso con los municipios, el desarrollo y el bienestar de sus habitantes

to vertebrador del territorio. Al respecto, los fondos Next Generation han puesto sobre la mesa importantes oportunidades para la mejora de nuestros municipios. Son casi 15 millones de euros para siete planes turísticos, una inversión para

hacer posible interesantes proyectos sobre productos los parques naturales de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas; Sierra Mágina o la Sierra de Andújar; el oleoturismo o recursos algo menos conocidos como el Camino Mozárabe de Santiago.

Estos recursos contribuirán a mejorar las propuestas de una provincia que es ya un destino de referencia, uno de los mejores valorados de Andalucía. El trabajo de la Diputación de Jaén sobre la oferta turística de la provincia refleja nuestro compromiso con los municipios, el desarrollo y el bienestar de sus habitantes, capaces de ofrecer siempre lo mejor al viajero que llega.



Cosas que hacer por hacer en el turismo de Almería



Juan Carlos Pérez

Catedrático (Univ. Almería)

AL turismo de Almería le interesa Almería y así debe seguir siendo. Antes de empezar, ya hay que dejar claro que toda iniciativa o proyecto debería tener como pivote el entorno y la propia sociedad que lo envuelve: el producto turístico es la combinación, compleja eso sí, de nuestros recursos naturales y culturales (el bien común) con otros muchos menos idílicos, por supuesto, sin sobrepasar los límites de renovación naturales y el hartazgo de los vecinos. Mirando desde arriba la situación de Almería, en los últimos tiempos parece que todo el mundo (alóctonos más que autóctonos) se ha sentido con capacidad de opinar en función motivaciones tan distintas que al final nos hemos quedado en tierra de nadie. Hemos crecido sí, pero seguro que no al ritmo al que podríamos haberlo hecho, y sin beneficiar con equidad a los que teníamos que haber recompensado.

Así, “a lo gordo”, demos algunas cifras

de nuestra oferta: en 15 años, hemos aumentado en un 8% el número de establecimiento hoteleros abiertos en temporada alta; un 15% en habitaciones disponibles (casi el mismo porcentaje en plazas); la ocupación es ahora un 8% superior a la existente 3 lustros antes; tenemos un 30% más de viajeros y un 28% más de pernoctaciones. En plan coyuntural, la serie histórica no me da para más, destacar que en 3 años el precio de la habitación ha crecido un 19%. Estas cifras no parecen estar mal. De hecho estamos por encima de la media nacional en variación del número de establecimientos y habitaciones (plazas) disponibles; y por debajo en grado de ocupación. También mantenemos el ritmo español de crecimiento en viajeros y pernoctaciones, eso sí, de turistas en un 82% de origen nacional (tasa que cambia poco) y con fuerte estacionalidad estival, menor en el caso del

turismo extranjero. Los datos reflejan ya huecos por donde poder ir mejorando, que por otro lado casi todo el mundo implicado conoce, el sector debe empezar a caminar en la dirección adecuada para establecer un nuevo modelo turístico menos dependiente del volumen. En esta dirección se suele vincular el turismo de calidad con el gasto turístico, pero esta noción abarca sin duda un espectro más amplio que incluye factores como la diversificación, la masificación y la capacidad para crear empleos de calidad con trabajadores más capacitados y tasas bajas de temporalidad.

Me he dejado para el final la cifra del personal empleado, por la parte que me toca como profesor de operaciones y gestión de recursos humanos. Esta sí ha crecido muy por encima de la media. Ahora Almería emplea un 50% más de personas que hace 15 años (en el pico de agosto) corroborando la impresión de que seguimos siendo un motor económico de bajo coste laboral, y donde se repiten los clichés que hacen huir a muchos trabajadores del sector: jornada amplia, remuneración esca-

Demos algunas cifras de nuestra oferta: en 15 años, hemos aumentado en un 8% el número de establecimiento hoteleros abiertos en temporada alta

sa, empleo inestable y prestigio no reconocido. De hecho, se pone en evidencia la necesidad de aumentar la productividad, que cae debido a la alta rotación de empleos y las dificultades para contratar personal. Por no hablar de la im-

plantación de las herramientas del turismo

4.0. El empleador

debe ser consciente de los

costes elevados de susti-

tución de un buen traba-

jador. Todos estos tópicos

son los mismos que poco a poco

van vaciando las aulas univer-

sitarias de especialistas en el sector. Por-

que sí, no nos engañemos,

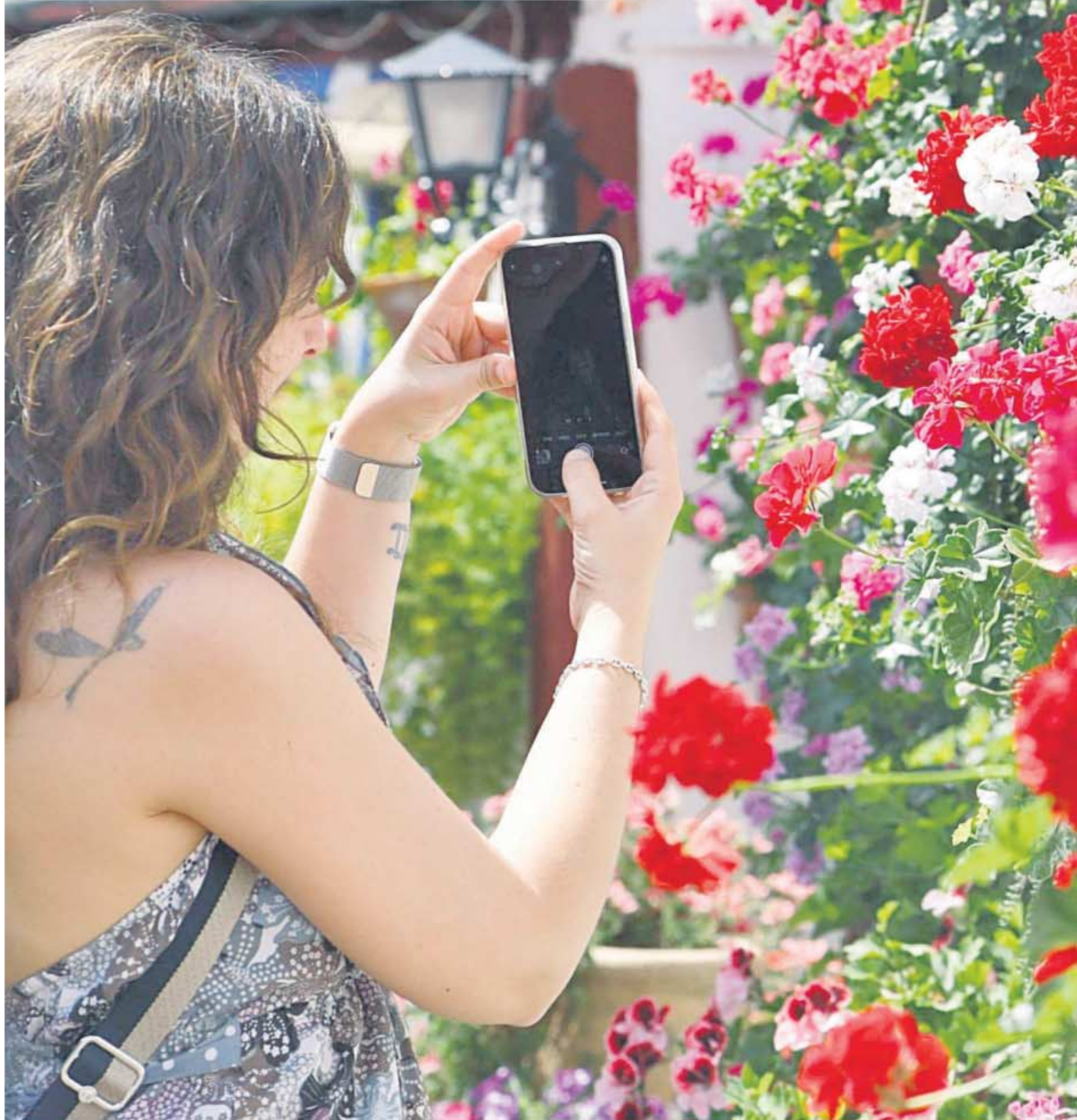
por ahora se buscan más manos

que cerebros. Aunque la tortilla está dando la vuelta tan rápido que nos va a costar seguir el ritmo de los nuevos conocimientos que va a requerir un trabajador cualificado. Ahí va a estar lo bonito, tanto para empresarios, trabajadores o profesores.



Los Patios de Córdoba, una tradición única

En mayo es el momento de disfrutar de los Patios de Córdoba. Se trata de una tradición única en el mundo, basada en las características de la forma de vida cordobesa, en casas con patios y balcones ajardinados, en los que las flores destacan como elemento decorativo. Alrededor de cuarenta patios abren sus puertas al visitante en un entorno inigualable. / O. Barrionuevo



Apuesta por el turismo de cruceros



Alberto Santana

Presidente de la Autoridad Portuaria de Huelva

EL turismo náutico y de cruceros cuenta con un gran potencial de crecimiento en Andalucía de manos de los siete puertos de interés general. Según un informe anual de Turismo de Cruceros en Andalucía, publicado por la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, el turismo de cruceros ha experimentado un destacado incremento desde el año 2022. Este estudio también indica que las visitas de los cruceristas se concentran en primavera y otoño principalmente, de forma que se presenta como un factor que contribuye a desestacionalizar el turismo que se concentra en los meses de verano, sobre todo en las provincias costeras.

En relación a la estrategia de cruceros, desde el Puerto de Huelva somos conscientes del relevante papel que adquieren las navieras, ya que seleccionan los destinos del itinerario que comprenden el viaje de cruceros.

En este contexto, habitualmente acudimos a los principales eventos del sector para promocionar los servicios y las infraestructuras del Puerto de Huelva, así como las fortalezas de nuestro destino, de la mano de Puertos del Estado y con Sun-cruise Andalucía, una asociación formada por todos los Puertos de Interés General

del Estado en Andalucía -Algeciras, Almería, Cádiz, Huelva, Málaga, Motril (Granada), Sevilla-, y los de la Agencia Pública de Puertos de Andalucía (APPA), así como por el Puerto de Ceuta, con la finalidad de promocionar Andalucía como destino de Cruceros y de Náutica Deportiva.

Los puertos andaluces de interés general, junto con Sun-cruise, trabajamos en el desarrollo de una estrategia conjunta bajo el lema "Andalucía Destino Sostenible y Azul, Andalucía es tu Casa" para dar respuesta a casi cerca de un millón de cruceristas y pasajeros de náutica, que nos visitan, además de captar potenciales viajeros.

Desde el Puerto de Huelva hemos desarrollado una estrategia centrada en favorecer la llegada de los cruceros, buques de pequeño porte y megayates, al centro de la ciudad, tras atracar en el Muelle de Levante. En este espacio vamos a acometer un ambicioso proyecto de remodelación, que sin duda, será un revulsivo para el turismo náutico y de cruceros en la ciudad.

De hecho, en este lugar se está construyendo la Marina Deportiva del Odiel, de manos de un concesionario privado, que fomentará el turismo náutico en unas instalaciones modernas y pilotadas sobre el agua.

Este proyecto también contempla la

En el Muelle de Levante vamos a acometer un ambicioso proyecto de remodelación, que será un revulsivo para el turismo náutico y de cruceros en la ciudad de Huelva

construcción de una terminal de cruceros y otros servicios de calidad para que los turistas de cruceros, pertenecientes al segmento 'luxury', valoren positivamente su experiencia en el Puerto de Huelva.

Conscientes de que las nuevas tendencias de la industria de crucero apuntan al crecimiento de la demanda de vivir experiencias únicas y destinos no masificados, estamos trabajando con el Ayuntamiento, la Diputación de Huelva y la Junta de Andalucía, entre otras administraciones, para ofrecer y poner en valor nuestro destino ante las navieras y touroperadores, como nuestros recursos naturales, formado por parques naturales y nacionales, dehesas, playas, marismas, el patrimonio industrial y minero, el legado inglés y nuestra relación con el continente americano, a lo que se suma nuestra rica y variada gastronomía, mundialmente conocida.

Por todo ello, considero que es fundamental la cooperación entre administraciones y puertos andaluces con el fin de consolidar la atractiva oferta que ponemos a disposición del mercado de la industria náutica y de cruceros, ya que repercutirá en la dinamización de la economía y en la generación de empleo. En este ámbito también resulta necesario mejorar las comunicaciones y las infraestructuras de transporte con la implicación de todas las administraciones.

Con todos estos propósitos acudimos un año más a la Feria Internacional del Turismo de Madrid (FITUR), primera cita anual para los profesionales del turismo, navieras y touroperadores, para promover el turismo de cruceros en Huelva y la región.

En Almería la vida te sonrío



Marina Contreras

Técnico de Turismo en la Oficina Municipal de Turismo de Almería

ES una certeza que una vez pisas esta tierra bañada por el cálido mar Mediterráneo e iluminada por un brillante sol de justicia, lo que recibes son amables sonrisas de los que pueblan el lugar.

Todos los eneros administraciones públicas, empresas privadas y asociaciones de carácter turístico se dirigen hacia la capital española para compartir en uno de los meses más fríos del año un trocito de calor y calidez, refiriéndonos a nuestro clima y a nuestro carácter siempre abierto al visitante, eso además unido a unos paisajes de contrastes espectaculares, a una gastronomía que quita el hipo y a una oferta monumental y cultural que va en aumento, la convierten en la envidia de aquellos destinos que luchan contra una potente estacionalidad. Aquí rompemos con todo lo establecido y por romper, rompemos hasta con los medios de transporte que tan decadentes son. Una lástima que sea tan difícil pisar tierras almerienses ya no por el coste económico, que también, si no por el tiempo empleado hasta llegar a

este rinconcito bendecido con uno de los mejores climas de la península ibérica.

Aterrizamos en la Feria Internacional del Turismo cargados con la convicción que da el vivir en un destino que te asegura 360 días de sol, restamos esos escasos cinco días anuales para que el cielo tenga a bien acordarse de



esta tierra que recibe con los brazos abiertos el agua que tanta falta nos hace.

Haciendo alusión a todas las dificultades que ha sufrido y que sufre Almería, ha sido un destino que ha sabido convivir con estos impedimentos y ha intentado reconvenir esas

“amenazas” en oportunidades... ¿Que no tenemos facilidades en el ámbito de las comunicaciones? Nuestra respuesta es que somos un destino que no se encuentra masificado, un lugar donde aún convivimos autóctonos y visitantes mezclándonos en los bares de las cuatro calles o de la calle Jovellanos porque aquí no ha sido necesario crear una oferta exclusivamente turística que dé respuesta a las demandas de un turismo masivo. Compartimos la misma arena en las vírgenes playas de nuestro Parque Natural Cabo de Gata en la época estival o nos cruzamos y saludamos amigablemente en alguno de los senderos que recorren nuestras Alpujarras.

Nuestros visitantes consiguen integrarse en los hábitos diarios como si de almerienses se trataran y eso consigue crear una relación que pocas veces se rompe, sienten hogar a Almería y es que cualquier almeriense muy gustosamente te va a indicar donde se encuentra nuestra Plaza Vieja, el inicio del Paseo Marítimo o cómo se llamaba ese bar donde el plato estrella son las bravas.

Cualquier almeriense te va a indicar dónde se encuentra nuestra Plaza Vieja, el Paseo Marítimo o ese bar donde el plato estrella son las bravas

Y es que esta tierra de legañosos, como históricamente y popularmente se nos conoce, ha sabido desde siempre crecerse ante las adversidades, buscar la cara positiva de la situación y crecer despacio pero sin pausa y todo eso contando únicamente con nosotros mismos. Por este motivo, lucimos y ofrecemos con orgullo nuestra tierra en una feria de turismo internacional donde Almería, esta pequeña capital de provincia, también tiene su hueco y su público.





Jaén
te está esperando



Excmo. Ayuntamiento
de Jaén

Coyuntura turística de la provincia de Córdoba 2023



Manuel Rivera

Director del Centro de Análisis y Prospectiva del Turismo (Univ. Córdoba)

CÓRDOBA y provincia finalizan el año 2023 superando las cifras de afluencia turística del año, ciertamente excepcional, de 2019, de acuerdo con los datos disponibles de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), por lo que podemos hablar de que el año 2023 ha sido el de la recuperación del sector turístico cordobés tras la crisis de la pandemia del Covid-19. De hecho, la provincia de Córdoba ha alcanzado por primera vez -e incluso superado- a finales de año la cifra de 2 millones de turistas, por lo que se ha registrado un dato récord, con un crecimiento ya sólo en los tres primeros trimestres del año de más de 104.000 turistas (un 7,2%) respecto al mismo período del 2019, a falta aún de los datos oficiales del último trimestre, para el que contamos, no obstante, con las previsiones proyectadas por el Centro de Análisis y Prospectiva del Turismo de la Universi-

dad de Córdoba.

Los diferentes subsectores de alojamiento turístico se han comportado, no obstante, de manera diferente, de manera que la demanda en los establecimientos hoteleros no ha conseguido alcanzar las cifras de turistas de 2019, experimentando una caída importante de viajeros -sobre todo extranjeros- respecto a dicho año, mientras que en el caso de los apartamentos y las viviendas con fines turísticos, -que han visto crecer su oferta este año más del 20% por encima del crecimiento producido a nivel nacional y regional en ambos casos-, se ha producido un importante aumento del número de

viajeros, confirmándose la tendencia de crecimiento de los alquileres vacacionales y los alojamientos individuales por mor de una demanda que busca un ambiente más espacioso y acogedor, de mayor intimidad, comodidad, seguridad y autonomía o por su mayor adecuación para algunos segmentos de demanda como el turismo familiar. En el caso de los alojamientos rurales, la tendencia de crecimiento de su demanda ha sido muy positiva respecto a las cifras de los dos años anteriores, pero tampoco ha podido recuperar las cifras muy buenas de 2019.

El año 2023 ha traído consigo, por otra parte, una serie de hitos de particular trascendencia para el sector turístico cordobés: 1.) la finalización y puesta a punto de las obras de mejora y ampliación del histórico Palacio de Congresos de Córdoba en octubre de este año tras más de una década de vicisitudes y retrasos y una inversión de unos 11,5 millones por parte de la Junta de Andalucía y la ampliación a 1500 plazas totales entre el salón plenario y sus diversas salas; 2.) la inauguración en el mes

Córdoba, mirando ya al 2024, inicia una etapa de crecimiento y recuperación del turismo MICE, que se ha visto resentido en las dos últimas décadas

de marzo, por parte del Ayuntamiento de Córdoba, del nuevo Centro de Ferias y Convenciones, que ha cerrado su primer año de actividad con más de 20.000 visitantes; y 3.) La operatividad del aeropuerto de Córdoba para los vuelos comerciales tras las mejoras y acondicionamientos realizados, con un primer vuelo con destino europeo el 6 de diciembre de 2023, tras prácticamente 15 años de inactividad en esta oferta de vuelos y la también recuperación de los vuelos privados, chárteres y de aerotaxi.

Córdoba, por tanto, mirando ya al 2024, inicia, sin duda, una etapa de crecimiento y recuperación del turismo MICE, que se ha visto resentido negativamente en las dos últimas décadas por la falta de equipamientos adecuados. Y al mismo tiempo, refuerza su imagen nacional e internacional y su posicionamiento en el campo de esta tipología de turismo específico.



Almería

a un paso del mundo

36 frecuencias semanales en vuelos directos a Madrid, Sevilla, Melilla y Mallorca para facilitar la movilidad a los almerienses.



El turismo en la provincia de Cádiz: los retos antes del año 2030



Manuel Arcila y Gema Ramírez

Grupo de Investigación de Planificación y Gestión litoral (Univ. Cádiz)

EN la última década, la provincia de Cádiz ha emergido como un destacado referente turístico en Andalucía, a pesar de los desafíos impuestos por la pandemia en el sector. En el análisis actualizado de la importancia turística de Cádiz en el contexto andaluz, se observa que, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la provincia ha experimentado un destacado incremento del 18% en las pernoctaciones durante los últimos cinco años (INE, 2022), superando a provincias como Málaga y Almería. Asimismo, la oferta de alojamiento ha aumentado un significativo 22%, consolidando a Cádiz como un destino turístico en alza. Representando el 15,3% de las pernoctaciones regionales, Cádiz lidera en gasto medio diario por turista con 84,52 euros y obtiene valoración de satisfacción de 8,7 sobre 10, equiparándose a Jaén y Sevilla, según el Balance del año turístico en Andalucía 2022 de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía.

Según datos recientes del INE, correspondientes a 2022, el turismo ha consolidado su posición como uno de los principales motores económicos de la provincia. Se estima que el PIB turístico ha experimentado un crecimiento del 7%, superando el promedio nacional y situándose en un 15% del PIB provincial total. En términos de empleo, el sector turístico proporciona trabajo al 20% de la población activa en la provincia, según los últimos estudios realizados. Estos indicadores reflejan la trascendencia del turismo no solo como motor económico sino también como generador de empleo en la provincia. No obstante, persisten desafíos en la calidad y consolidación de ciertos empleos asociados al sector.

Cádiz se distingue por su diversidad turística. El turismo cultural, apoyado por la riqueza histórica de Cádiz y Jerez, ha experimentado un aumento del 12% en visitas a museos y sitios patrimoniales, según datos del Patronato Provincial. Por otro lado, el turismo de sol y playa ha visto un incremento del 15% en la ocupación hotelera en las zonas costeras. De igual forma las distintas comarcas gadi-



tanás ofrecen una diversidad de recursos turísticos que hacen más completa, pero también compleja, la promoción y oferta turística de la provincia gaditana. Desde la costa a la serranía pasando por la campiña, desde la naturaleza de sus parques naturales hasta el patrimonio histórico y cultural de sus zonas urbanas y rurales. Finalmente, municipios costeros como Chiclana o Conil se sitúan, desde hace ya unos años, entre los primeros destinos litorales en número de pernoctaciones, concentrando un alto porcentaje en los meses de verano.

La provincia de Cádiz destaca por su oferta de sol y playa en todos sus municipios costeros, destacando Chiclana de la Frontera por su capacidad hotelera. Cada municipio litoral tiene su singularidad sumando a sus playas otros recursos como pueden ser el viento para los deportes náuticos como en Tarifa o la gastronomía marina como en Barbate y Conil. La oferta en las zonas costeras se completa con la existencia de un rico patrimonio histórico-cultural (Baelo Claudia, Trafalgar, Isla Sancti Petri, faros, etc.) y natural (Parque natural del Estrecho,

Parque natural de la Breña y marismas de Barbate, Parque Natural de la Bahía de Cádiz y desembocadura del Guadalquivir, entre otros). Al turismo de sol y playa se une el turismo urbano de los principales cascos históricos provinciales, destacando la ciudad de Cádiz y Jerez de la Frontera. En el caso de Cádiz, al turismo urbano tradicional, hay que añadirle el turismo de cruceros que ha evolucionado muy positivamente en los últimos años pasando de los 300.000 pasajeros en 2010 a más de 500.000 en 2023 (Ramírez-Guerrero et al., 2021 y Diario de Cádiz, diciembre 2023). De igual forma, los espacios interiores de la provincia de Cádiz, principalmente la zona serrana, ofrecen una oferta turística centrada en la forma de vida rural, el paisaje y los espacios naturales protegidos. En todo este territorio se ubican dos grandes espacios naturales como son el Parque Natural de Grazalema y el Parque Natural de los alcornocales que encierran una riqueza natural singular y única como por ejemplo el pinsapar. Núcleos como Zahara de la Sierra, Grazalema, Setenil o Arcos de la frontera se han con-

vertido en referentes en el turismo rural en la provincia de Cádiz y Andalucía. La gastronomía se suma a la oferta turística de esta región a través de las rutas y los restaurantes con estrellas Michelin. De igual forma, el turismo enológico se concentra en el marco de Jerez formado por los municipios de Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda y El Puerto de Santa María.

Considerando lo anterior, nos referimos a una provincia con una riqueza turística diversa, reflejada en una amplia oferta centrada, principalmente, en sus municipios costeros, aunque con enclaves interiores de gran interés, como Jerez de la Frontera o Grazalema. A pesar del fuerte desarrollo de la actividad turística en la provincia en las últimas décadas, este territorio presenta aún un potencial de atracción turística muy alto que debe ser planificado y organizado en los próximos años para integrarse en la oferta actual sin generar problemas ambientales, sociales y culturales.

La provincia de Cádiz ha cuadruplicado su capacidad hotelera en las últimas tres décadas, situándose como la segunda provincia con mayor oferta alojativa, alcanzando 39.093 plazas, solo por detrás de Málaga. En los últimos cinco años, los municipios de Tarifa y Cádiz, con un crecimiento del número de plazas hoteleras del 43 % y el 37,1 % respectivamente (IECA, 2023), encabezan el crecimiento de oferta de alojamiento en la provincia. De igual forma la evolución de las pernoctaciones ha sido favorable desde 2010, si exceptuamos los años de la pandemia, llegando en 2022 a superar los 8 millones (Observatorio turístico del Patronato provincial de Turismo). En cuanto a los pasajeros llegados por el aeropuerto de Jerez no se ha recuperado en 2022 los datos registrados en 2019, pero supera ya los 451.000 viajeros.

Estos resultados han sido posible gracias a la iniciativa empresarial tanto interna como externa, la cual ha acometido actuaciones e inversiones que han mejorado la oferta tanto en cantidad como calidad, y por otro lado al papel desarrollado por las administraciones públicas desde la local a la regional, jugando un papel esencial el Patronato provincial de turismo. Desde su fundación en 1978, ha implementado estrategias innovadoras basadas en datos y tendencias del mercado que han mejorado la promoción y difusión de la oferta turística de los distintos destinos turísticos existentes en la provincia, tanto costeros como de interior. La colaboración con empresas del sector y la participación activa en ferias

Datos Básicos de la Actividad turística en la Provincia de Cádiz

	Cádiz	Puesto en Andalucía
Número de pernoctaciones extranjeras	2.752.709	3º
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	15,3%	2º
Plazas en establecimientos hoteleros	39.093	2º
Grado de ocupación hotelera	52,6%	4º
Número de turistas	5.418.604	2º
Estancia Media (número de días)	6,9	3º
Gasto medio diario (euros)	84,51	1º
Valoración del destino: escala de 1 a 10	8,7	3º

Fuente: Consejería de Turismo, Cultura y Deporte, 2023

internacionales han sido pilares de la estrategia del Patronato. En esta misma línea, la Diputación de Cádiz gestiona un programa sobre 'Sistema de Inteligencia Turística de la Provincia de Cádiz', con fondos FEDER concedidos en el marco de la 'Convocatoria de Destinos Turísticos Inteligentes' de Red.es, organismo dependiente del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Todo ello ayudará a convertir a la provin-

Cádiz ha experimentado un destacado incremento del 18% en las pernoctaciones en los últimos cinco años, superando a provincias como Málaga y Almería

cia de Cádiz en un destino turístico inteligente que mejorará la experiencia del turista, favorecerá la integración de la oferta, minimizará los impactos negativos ambientales y sociales y facilitará la gobernanza de estos espacios. El proyecto, financiado con dos millones de euros, contempla la creación de una aplicación móvil, un asistente virtual de voz, la renovación de la web cadizturismo.com, el uso de herramientas de encuestas a turistas y el análisis de datos procedentes de las redes sociales y de la información que se consiga de los 300 sensores que se han instalado por todos los municipios de la provincia (Diputación Provincial, 2023). Por último, desde el Patronato de turismo se está incentivando la investigación en esta materia a través de la colaboración con la Universidad de Cádiz con iniciativas como los premios Aura de investigación turística creados en 2020.

Teniendo en cuenta el actual escenario y las posibles tendencias, cabe analizar los diferentes retos y oportunidades a los que se enfrenta el sector turístico en la provincia de Cádiz para los próximos años en el horizonte 2030, enfatizando los siguientes elementos:

1. Cambiar de modelo en clave de sostenibilidad. A pesar de que se han empezado a dar pasos en este sentido, aún hay que profundizar en la modificación de

ciertas actuaciones en el sector dirigiéndonos hacia la transición energética y la transformación del modelo territorial de ocupación turística. Es esencial la preservación de las áreas costeras naturales para garantizar unos espacios turísticos más sostenibles y sin

generar una presión excesiva sobre los recursos naturales, como pueden ser el agua o los ecosistemas vulnerables. Deben generarse indicadores que midan la capacidad de carga de espacios como las playas, los espacios culturales, los espacios protegidos o los cascos históricos. La afluencia masiva de visitantes en momentos puntuales en espacios como el casco histórico de la ciudad de Cádiz o al-



gunos municipios de la Sierra (Grazalema o Setenil), puede provocar situaciones de tensión y posible conflicto entre residentes y visitantes.

2. Potenciar el turismo azul. El turismo azul se ha convertido en uno de los pilares de las estrategias de crecimiento azul de la Unión Europea, que lo define como una tipología de turismo costero-marítimo basado en el uso sostenible y complementario de los diferentes recursos existentes en las zonas costeras y en el mar, con el objetivo de alcanzar la sostenibilidad de estos territorios, la desestacionalización de la actividad y la mejora del bienestar de las sociedades que residen en ellos, con procesos de socialización de los recursos patrimoniales naturales y culturales. Para ello es importante la puesta en valor de estos recursos desde el conocimiento, la sensibilización y la socialización, generando sentimiento de pertenencia, respeto y apreciación entre residentes y turistas. Una de las claves para el futuro desarrollo del turismo azul pasan por la necesidad de coordinación, colaboración y sinergias entre los organismos públicos en sus distintas escalas territoriales y los agentes privados del sector turístico. Todas estas actuaciones deben estar impulsadas desde la necesidad de consecución de los retos planteados por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas y la Agenda 2030, incorporando actuaciones globales que busquen la generación de actividades orientadas a la oferta de servicios sostenibles e inteligentes en los espacios costeros y marinos. Para ello, es esencial la creación de productos turísticos fundamentados en un cambio en la

imagen y marca del destino, complementando la tradicional oferta de sol y playa con otros segmentos turísticos novedosos y alternativos como turismo de salud, deportivo, turismo verde y principalmente el patrimonial y etnográfico desde una perspectiva amplia, con la puesta en valor o la socialización de los bienes culturales y naturales vinculados a las zonas litorales y el mar, como el patrimonio histórico y cultural costero o la gastronomía relacionada con los productos marinos, tanto tradicionales como otros más innovadores. Los municipios costeros de Cádiz reúnen todas estas condicionantes por lo que se convierte en un destino idóneo para poder desarrollar todas estas estrategias. El uso de las almadrabas en Barbate y Conil como recurso turístico, áreas patrimoniales y naturales como Trafalgar, la valorización del atún como producto gastronómico, son claros ejemplos de las posibilidades de desarrollo de nuevos modelos turísticos enmarcados en el aprovechamiento y puesta en valor de productos endógenos distintos del tradicional sol y playa.

3. Adaptación al cambio climático. Las consecuencias del cambio climático son, ya, una realidad. El cambio climático plantea retos considerables para el turismo en Cádiz, en consonancia con los ob-

Según los últimos datos, el número de cruceristas recibidos en 2023 ha rondado los 20.900 visitantes y las escalas se han cifrado en 74

jetivos de la Agenda 2030. La subida del nivel del mar, el aumento de las temperaturas, la escasez hídrica y los eventos climáticos adversos han sido una constante en los últimos años. La erosión costera está provocando problemas en playas y zonas acantiladas que, por ejemplo, obliga a procesos periódicos de regeneración. De esta manera muchas playas de la provincia se ven afectadas por estos problemas, siendo las playas el recurso básico y atrayente de una parte importante de los turistas que visitan la provincia. A esto hay que añadir el consumo hídrico que significa la actividad turística, que en algunos casos está provocando el agotamiento de los reservorios de aguas subterráneas generando gran preocupación sobre su sostenibilidad a medio y largo plazo. En España, algunos estudios defienden que, mientras que el consumo medio de agua de un ciudadano se cifra en 127 litros/día, en el caso de un turista ese consumo puede elevarse hasta los 800 litros por día. Considerando el estado y capacidad de los pantanos en la provincia de Cádiz en el año 2023 (alcanzando en muchos casos el 25%), son datos alarmantes que no pueden ser ignorados.

Asimismo, el aumento de las temperaturas, especialmente durante la temporada estival, se ha convertido en la tónica general en los últimos años en nuestra provincia y en el resto de estado español. Esto está provocando la implementación de medidas de adaptación, principalmente en establecimientos hoteleros. Esta realidad, que se acentuará en los próximos años, ya está induciendo a destinos del norte de España y de Europa a cambiar su modelo turístico adaptándolo a las nuevas condiciones climáticas. Por otra parte, los últimos temporales en el litoral gaditano ocasionaron graves daños en una parte de los equipamientos e infraestructuras turísticas que tuvieron que ser reparadas por las administraciones públicas y las empresas.

Es por ello que, al igual que en otras regiones turísticas costeras, la provincia de Cádiz se deberá plantear de forma planificada el retranqueo de una parte importante de las instalaciones turísticas de primera línea de costa. Las proyecciones realizadas nos hablan de la necesidad de comenzar este proceso para paliar los costes y mantener la oferta en las próximas décadas.

4. Controlar y gestionar la oferta de viviendas con fines turísticos. Otro de los retos a los que se enfrenta la provincia de Cádiz es el control y gestión de la oferta de alojamiento relacionada con las viviendas con fines turísticos. A ello se une el problema de la construcción ilegal en algunos de los municipios de la provincia, principalmente los costeros. Según un estudio de Piñero (2019), las provin-



cias de Cádiz, Málaga y Sevilla absorben el 70,66% del total de construcciones ilegales de Andalucía. Además, Cádiz y Sevilla ostentan una mayor concentración de estos espacios y mayor tamaño de los enclaves reconocidos. Entre los municipios estudiados en este estudio (Piñero, 2019), Conil de la Frontera, con 2.365 ha., destaca como la localidad andaluza con mayor construcción ilegal. En este mismo sentido dos municipios costeros, Conil de la Frontera y La línea de la Concepción, tienen un crecimiento más intenso de estas construcciones.

Otro fenómeno que, tradicionalmente, se ha dado en las zonas costeras gaditanas es la oferta de segunda residencia para uso turístico. La aparición de internet ha facilitado el crecimiento y proliferación de este tipo de oferta alojativa que ha crecido de forma exponencial en la última década. Esto genera dos tipos de problemáticas asociadas, el fuerte crecimiento sin un control sistematizado y el desconocimiento de la oferta real que provoca una deficiente gestión por parte de los destinos. La provincia de Cádiz ocupa el segundo lugar en Andalucía, después de Málaga, tanto en el número de viviendas, con 14.894 en 2023 según el INE, como en la oferta de plazas, con 74.506. Esto significa que la provincia oferta casi el 20 % de las viviendas y las plazas de Andalucía y cerca del 5 % de plazas y viviendas en España.

Conil de la Frontera destaca como el municipio con mayor oferta de viviendas con fines turísticos con 12.132 plazas que significa el 16,3 % de toda la oferta provincial (INE, 2023). El 60 % de todas las plazas de viviendas con fines turísticos de la provincia se concentran en cinco municipios, todos ellos en la zona costera, por orden de oferta serían: Conil de la Frontera, Chiclana de la Frontera, Tarifa, Cádiz y El Puerto de Santa María.

5. Seguir dando paso hacia la conversión en destinos turísticos inteligentes. El futuro del turismo en Cádiz se vislumbra a través de la transformación hacia destinos turísticos inteligentes. La implementación de tecnologías como la inteligencia artificial y el internet de las cosas busca optimizar la gestión de recursos y mejorar la expe-

riencia del turista. Como ya se mencionó anteriormente, la Diputación provincial desarrolla un proyecto financiado por el gobierno de España, a través de Segittur, que promueve la realización de acciones que fomente el uso de las tecnologías para la gobernanza turística. Además de esta iniciativa, cuatro destinos turísticos de la provincia se han incorporado a la red de Destinos Turísticos Inteligente promovida por Segittur, Conil de la Frontera (2019), Rota (2020), Campo de Gibraltar

te no hay un problema grave en la mayor parte de los destinos turísticos provinciales, de forma puntual y provocado, en parte, por la fuerte estacionalidad estival que aún existe en la provincia, se dan algunos movimientos sociales que comienzan a ver al turismo como una actividad perjudicial para la sociedad de esos destinos. En los medios locales de comunicación, en municipios como Tarifa y Cádiz, aparecen de forma esporádica noticias de quejas sobre la intensa actividad

turística generada en estos entornos. Por ello es necesario analizar la capacidad de carga de los cascos históricos de estos municipios y fomentar una distribución más equilibrada de la ocupación a lo largo de todo el año, así como el control de la afluencia de visitantes procedentes de los numerosos cruces, como es el caso de la ciudad de Cádiz, donde se perciben ciertas preocupaciones por la protección y conservación del patrimonio cultural y la sostenibilidad ambiental y social.

Considerando todo lo anterior, las perspectivas para el turismo en la provincia de Cádiz son alentadoras, siempre que se apueste decididamente por la innovación y la sostenibilidad, a través de herramientas de gobernanza adecuadas. La colaboración continua entre el sector público y privado, junto con la adaptación a las tendencias globales de turismo responsable, posiciona a Cádiz como un destino con una fuerte capacidad de adaptación y encaminado hacia la tan ansiada y necesaria sostenibilidad.

Es esencial que el turismo azul defina la oferta en los destinos costeros de la provincia, valorizando todos sus recursos (naturales, culturales, históricos, gastronómicos, etnográficos, etc.), mediante un enfoque orientado hacia la preservación de nuestra herencia costera y cuyo modelo permita su aprovechamiento, pero también su protección. De igual forma se debe incentivar los destinos de interior fomentando todas las singularidades existentes en la provincia, desde la campiña jerezana, con el turismo enológico como bandera, hasta las zonas serranas con la riqueza natural protagonizada por nuestros parques naturales de Grazalema y Alcornocales. Solo de esta manera la provincia conseguirá alinearse con los retos que se avecinan hacia el 2030.



Fuente: INE, 2023

Es esencial que el turismo azul defina la oferta en los destinos de costa, valorizando sus recursos con un enfoque de preservación de la herencia costera



(2020) y

Chiclana (2020) (Segittur, 2023).

6. Afrontar la estacionalidad y evitar la turismofobia. A pesar de que actualmen-



Modelo y legislación del turismo: unión indisoluble



Humberto Gosálbez

Profesor/investigador
Derecho del Turismo
(Univ. Córdoba)

EL turismo es, sin duda, una actividad privada de interés público. Así lo reconoce tanto la sociedad como nuestros Poderes públicos y, en consecuencia, la legislación turística actual. Sucede, sin embargo, que la política turística ofrece no pocos desafíos en su diseño y aprobación, primero, y en su ejecución o implementación después. La diversidad de derechos y de intereses afectados (privados y públicos) no siempre facilita su conciliación o equilibrio y, por consiguiente, su traslación a la normativa turística: en el sector privado es evidente la primaria discrepancia entre los intereses empresariales y los intereses de los consumidores o usuarios de los servicios turísticos, y dentro del sector empresarial o profesional no lo es menos la reciente confrontación entre el sector hotelero y el sector gestor de las viviendas turísticas; por su parte, en el ámbito del sector público, la acción de la Administración General del Estado -a través principalmente de la Secretaría de Estado de Turismo- a la hora de ejercer sus competencias ha de evaluar previamente las competencias exclusivas turísticas de las Comunidades Autónomas (CC AA), así

como las políticas de las Consejerías de Turismo de las CC AA deben considerar, entre otras, las competencias de los Municipios de sus respectivos territorios, debiendo respetar unas y otras acciones administrativas los principios de colaboración, cooperación y coordinación que, constitucional y legalmente, son ineludibles.

Y, como toda política pública y toda acción de las Administraciones públicas que es, la ordenación del sector turístico precisa un adecuado marco regulatorio para poder realizarse con éxito; la legislación turística necesita revisarse conforme a los objetivos y fines del modelo turístico que se pretende alcanzar. Y ¿qué modelo de turismo impera en España? ¿qué modelo desea la Secretaría de Estado? ¿es el mismo modelo que quieren todas y cada una de las 17 CC AA para sus respectivos territorios? Las respuestas definitivas requerirían un análisis que se excede ampliamente del objeto de este artículo divulgativo. Quizás existan consensos y parámetros básicos de ese hipotético modelo turístico nacional. Quizás se pretenda, en general, un modelo turístico demandado por la actual realidad social y económica del país y de cada Comunidad Autónoma, por supuesto. En todo caso, este modelo ha de incorporar un turismo más sostenible, más accesible, más social y menos economicista; ha de ser un modelo, asimismo, más conciliador y colaborativo en atención a los distintos intereses públicos afectados, más cooperativo con el sector privado turístico y de sectores incidentes y

más participativo de los vecinos de los núcleos turísticos, en especial, y de la población en general, previendo (y evitando) así efectos negativos del turismo sobre la ciudadanía de los lugares turísticos más tensionados que afectan a la convivencia social entre vecinos y turistas (turismofobia). Desde otros prismas complementarios integrantes de ese mismo modelo, las políticas públicas turísticas deberán diversificar y potenciar la oferta turística, incrementando su calidad y competitividad, pero también deberán atender las necesidades del territorio turístico y del entorno en que se ejerce la actividad turística, garantizando el derecho al descanso y la intimidad de las personas residentes o vecinos, así como el derecho al ocio de las personas usuarias de servicios turísticos; en suma, las políticas públicas turísticas deberán, sin duda, fomentar la sostenibilidad social y ambiental y el desarrollo local turístico mediante la diversificación y la desestacionalización, la colaboración y la cooperación con los agentes económicos y sociales del sector, la participación ciudadana interesada o afectada, el crecimiento del empleo de calidad o no precario en el sector turístico y la formación y el fomento de la investigación y la innovación turísticas.

¿Qué modelo de turismo impera en España?, ¿qué modelo desea la Secretaría de Estado?, ¿es el mismo que quieren las 17 CC.AA. para sus territorios?

Pues bien, todo eso -y no es poco como podrá fácilmente apreciarse- ha de estar necesariamente consagrado y regulado en la Ley de Turismo y en sus disposiciones de desarrollo, normas jurídicas, pues, que como toda obra de la ciencia jurídica, han de ser elaboradas conforme a criterios científicos y técnicos especializados, que en este caso residen en los expertos en el Derecho del Turismo que tienen la responsabilidad de poder elaborar con éxito las propuestas de reformas legislativas y reglamentarias precisas conforme a esos objetivos generales del modelo turístico declarado por el legislador. La relevancia de esta debida encomienda a la ciencia jurídica no es menor, porque la Ley de turismo constituye un instrumento capital para la consecución de los objetivos del modelo turístico elegido; no hacerlo nos conducirá a una normativa turística defectuosa e ineficiente que no hará sino alejar aún más el alcance del modelo de turismo que los propios Poderes públicos proclaman, en otras palabras, nos conducirá a una falsa legislación turística que es imprescindible evitar.

Mojácar



recuerdos
inolvidables



www.mojacar.es



Puerto de Sevilla, una experiencia de navegación única por el estuario



**Rafael
Carmona**

Presidente de la Autoridad Portuaria de Sevilla

EL Puerto de Sevilla ofrece al crucerista una visita única. Como puerto marítimo de interior, el de Sevilla permite atracar directamente en el centro de la ciudad a escasos metros del área histórica y muy cerca de los monumentos más emblemáticos como la Torre del Oro, el Real Alcázar y la Catedral. Esta ubicación estratégica lo convierte en un lugar óptimo para las escalas de cruceros de alta gama, tanto de los itinerarios atlánticos como mediterráneos.

Según los últimos datos, el número de cruceristas recibidos en 2023 ha rondado los 20.900 visitantes y las escalas se han cifrado en 74. Además, en comparación con los datos prepandemia, las escalas de cruceros premium han crecido en torno al 30 %.

Sevilla se consolida, así, como punto de origen y destino de cruceros de lujo y de mega yates, atractivos medios de transporte para llegar a la ciudad. Una ciudad moderna, en proceso constante de renovación, que apuesta por la cultura, el ocio, el patrimonio y la gastronomía.

El objetivo de la Autoridad Portuaria de Sevilla (APS) es promocionar Sevilla en un destino para cruceros de alta gama, de yates y megayates, apoyado en las condiciones geográficas de la ría del Guadalquivir que convierten la experiencia de navegación en un reclamo turístico único en España. La navegación por el Guadalquivir es un atractivo más para el crucerista, una experiencia inolvidable a lo largo de 89 kilómetros hacia el interior del territorio: desde la desembocadura, donde el mar se convierte en ría, el paso por Doñana, arrozales, municipios ribereños y por la Puerta del Mar a Sevilla -la esclusa-, hasta el atraque en el centro de la ciudad.

También, la APS trabaja en colaboración con Turismo de Sevilla, la Junta de Andalucía y la Asociación Suncruise para aumentar el número de escalas, así como el tiempo de estancia de los cruceros en los muelles sevillanos; al menos dos días con pernocta.

Asimismo, intensifica el diálogo comercial con navieras para la captación de nuevas líneas de cruceros que tengan a Sevilla

como puerto base. Estos esfuerzos comerciales se orientan hacia el establecimiento del Puerto de Sevilla como punto de embarque y desembarque, tanto en las líneas ya consolidadas como en las nuevas rutas de cruceros.

En cuanto a la sostenibilidad, la Terminal de Cruceros, construida en 2015 y ubicada en el Muelle de Delicias, es un hito arquitectónico que ha recibido varios premios en este sentido. Un espacio innovador creado con 46 contenedores de mercancías reciclados y adaptados para su uso público, que sirven como balcón al Guadalquivir. Se trata de unas instalaciones completamente sostenibles, flexibles y multiusos.

Como novedad, en 2023 la APS ha presentado el Master Plan del Distrito Urbano Portuario, cuyo diseño define la integración del muelle de Tablada en Sevilla, su transformación para el disfrute de los ciudadanos. Este documento recoge la construcción de una nueva terminal de pasajeros próximo al legado arquitectónico que la Exposición Iberoamericana de 1929 dejó a la ciudad de Sevilla. Así, este nuevo edificio se ubicará en uno de los Tinglados del muelle de Tablada, remodelando un espacio que antaño sirvió como almacenamiento de mercancías y graneles, para convertirlo en un edificio abierto, sostenible y completamente adaptado a las necesidades de los visitantes que llegan a Sevilla a bordo de un crucero.

Según los últimos datos, el número de cruceristas recibidos en 2023 ha rondado los 20.900 visitantes y las escalas se han cifrado en 74

Granada

llena de vida



Diputación
de Granada

El Aeropuerto de Almería y sus más de 30 millones de razones



Ignacio Tejero

Director del
Aeropuerto de Almería

EL Aeropuerto de Almería perdió en 2020 el 80% de su tráfico y lo hizo en medio de una coyuntura que supuso la mayor crisis de la historia del transporte aéreo. Pocos sectores como el turístico han padecido los efectos de la tremenda disrupción que supuso la pandemia y todos los que, de una forma u otra, lo integramos hemos trabajado con denuedo por volver a los registros de los que se partían por entonces.

En el caso del tráfico aéreo, los primeros compases de mejora vinieron de la mano del mercado nacional, mientras que el foráneo necesitó algo más de tiempo para recortar distancias. A día de hoy, el Aeropuerto de Almería ha recuperado el 70,5% de los pasajeros internacionales que tenía en 2019, mientras que, en el caso de las conexiones domésticas, esa proporción se eleva al 90,4%.

Sin dejar de reconocer el trabajo que nos queda por delante, estoy seguro de que si hace tres años nos hubiesen preguntado cómo querríamos estar hoy, muchos habríamos firmado alcanzar el nivel de actividad que hemos tenido este verano, con conexiones directas a 22 destinos de 13 países y, entre ellos, 10 capitales europeas.

El camino recorrido hasta ahora tiene un mérito enorme y el hecho de que las compañías aéreas sigan apostando por Almería, a pesar del complicado entorno económico y geopolítico, no hace sino demostrar la fortaleza de este destino y las

grandes oportunidades que ofrece.

La actividad de un aeropuerto es el reflejo de la demanda que genera el territorio al que sirve. De ahí que la participación de todos los actores implicados sea fundamental para poner en valor el destino, para que haya personas que quieran viajar desde / hacia el mismo y, en base a ello, que las aerolíneas puedan programar rutas que satisfagan la demanda.

Dentro de sus competencias como gestor, Aena no ha dejado de trabajar en ningún momento por la reactivación del tráfico en nuestro aeropuerto: desde inversiones para ofrecer unas instalaciones ágiles que favorezcan las escalas eficientes de las

Barcelona, las islas y el norte de España; una mayor penetración en mercados como Francia, Alemania, Italia o Europa del Este, y una decidida apuesta por los grandes hubs europeos (Londres, Fráncfort, Bruselas...), ya que a través de ellos se accede a innumerables destinos de todo el mundo.

Será una tarea a largo plazo, porque en este sector las decisiones se toman con mucha antelación y tienen en cuenta múltiples variables. No sólo influye que la ruta sea factible; es fundamental que sea rentable para la aerolínea, que encaje en su estrategia de negocio, que disponga de una flota de aviones suficiente para incor-

porarla a la programación...

Desde Aena no escatimaremos en esfuerzos y mantendremos la estrecha colaboración con las entidades e instituciones locales encargadas de la promoción turística y de negocios del destino Almería, que es fundamental para encontrar sinergias, coordinar estrategias y ser eficaces en el diseño de la hoja de ruta de la



Desde Aena no escatimaremos en esfuerzos y mantendremos la estrecha colaboración con las entidades e instituciones locales

aerolíneas y servicios de calidad, hasta exenciones y bonificaciones tarifarias a nuevos vuelos, asistencia a foros internacionales de referencia, identificación de rutas potenciales o el diseño de casos de negocio para ayudar a las compañías en su toma de decisiones.

En el punto de mira tenemos la optimización de la conectividad con Madrid y

conectividad aérea para nuestra provincia.

Somos conscientes, además, de que no se trata únicamente de la conectividad, sino también de dos elementos claves en términos sociales: la vertebración territorial y el desarrollo de la economía local –el aeropuerto genera actividad directa para 80 empresas y 500 empleos–.

Más de 31 millones de viajeros han pasado por el Aeropuerto de Almería desde que se inaugurara, el 6 de febrero de 1968. Más de 31 millones de historias a las que hemos dado soporte desde la gran familia que somos y más de 31 millones de razones que tenemos para seguir trabajando, por los que han estado y por los que estarán.



De la Naturaleza al plato

VIAJE GASTRONÓMICO
DE LA AGRICULTURA SOSTENIBLE



Del 8 al 23
de noviembre 2024



Triana o morir de éxito



Maria C. Puche-Ruiz

Investigadora
Postdoctoral de la
Junta de Andalucía

EL año 2023 supondrá no solo la completa recuperación del sector, sino que llevará al turismo a alcanzar cifras superiores al periodo prepandemia. La ciudad de Sevilla no es ajena a estas cifras de vértigo y sus responsables turísticos luchan por diversificar sus productos turísticos y descentralizar los flujos de visitantes. Pero, ¿están consiguiendo sus objetivos?

El Barrio de Santa Cruz, con sus encantadoras casas enrejadas, lleva algo más de 100 años convertido en la típica trampa para turistas, alejando a la población local del continuo ir y venir de las visitas guiadas y los alojamientos turísticos. Desde la Smart Tourism Office de la ciudad han creado diversas iniciativas, en algunas de las cuales participa el Grupo de Investigación “Estudios Territoriales y Turísticos” de la Universidad de Sevilla, como aquella que pretende determinar la capacidad de carga de sus callejuelas. O lo que es lo mismo, la cantidad de personas que puede acoger el entorno sin afectar a la calidad de la visita ni deteriorar el patrimonio. Al mismo tiempo, se intenta redirigir a los turistas hacia barrios



menos tensionados, como es el caso de Triana.

El epicentro de este barrio se encuentra en la Plaza del Altozano. Allí confluyen su arteria principal (San Jacinto) y la vía de comunicación tradicional con la ciudad de Sevilla (Puente de Isabel II). San Jacinto lleva, sin embargo, más de una década de continua mutación, cambios que datan de la peatonalización del tramo que da al centro de la ciudad. En el breve recorrido que va desde el Puente hasta Pagés del Corro resulta casi imposible encontrar un comercio que responda a las necesidades de los residentes. La restauración y sus nuevas tendencias “foodie” son las reinas de este sector de la calle y las entrevistas realizadas a los comerciantes dan

cuenta de su satisfacción por contar entre sus clientes con el nutrido grupo de turistas que diariamente visita el barrio; aspecto que puede contagiarse al segundo tramo de la calle tras la apertura del flamante hotel “Cavaltá Boutique”.

Los corrales de vecinos de Triana, además, se han integrado en la nueva guía monumental de la ciudad. En ese sentido, hay que destacar acciones como la de “Otoño en los Corrales de Triana”, que dan a conocer a los sevillanos la idiosincrasia de su arquitectura popular, reconocida como patrimonio del barrio. La última edición incluía dos rutas (Calle Castilla y Calle Alfarería), en la que se podía admirar el llamado “Patio de las Flores”, uno de los pocos corrales auténticos de Triana. Durante las explicaciones del guía, un grupo de jóvenes turistas franceses hizo su aparición, acarreado bolsas llenas de alcohol para su enésima juerga nocturna. Los pocos vecinos que quedan ya no se recrean en el cuidado de sus flores. Dentro de poco no van a quedar

¿Es efectiva esta estrategia de descentralización de flujos turísticos o nos dirigimos hacia la completa turistificación de la ciudad de Sevilla?

corrales de vecinos en los que vivir... ni que enseñar a los turistas.

En definitiva, ¿es efectiva esta estrategia de descentralización de flujos turísticos o nos dirigimos hacia la completa turistificación de la ciudad? El barrio cuenta con un potente entramado social y con una marcada identidad, que todavía se muestra a medida que el turista se des-



vía de la Calle San Jacinto. ¿Es lícito que el visitante sueñe con vivir una experiencia local auténtica, alojado en el Airbnb de lujo de un corral de vecinos? ¿Es censurable que el comerciante de San Jacinto fantasee con la llegada de una horda de turistas a su tienda de ropa? Quizá sea esto lo que llaman “morir de éxito”...



GRANADA

UNA OBRA MAESTRA



TURISMO

AYUNTAMIENTO
DE GRANADA

GRANADA
CARD BONO
TURÍSTICO



Huelva, un destino integral que ofrece experiencias variadas y auténticas



**Francisco
Aguado**

Profesor de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo (Univ. Huelva)

UN año más, el crecimiento económico y social de la provincia de Huelva se ve lastrado por un, más que evidente, déficit de inversión pública en infraestructuras. Su posición periférica puede haber sido una de las causantes de esta deuda histórica, haciéndola menos competitiva frente al resto de provincias.

Aparte del escenario común generado por la pandemia de la COVID-19, la invasión rusa de Ucrania y la alta inflación, el sector turístico onubense ha debido hacer frente a unas deficientes infraestructuras de comunicación y a un fuerte componente estacional. A pesar de ello, el sector onubense ha conseguido resistir, no sin muchas dificultades, logrando un récord de turistas en 2022 (3.205.188) y recuperando el nivel de empleo turístico que tenía antes de la pandemia. De este modo, junto a Cádiz, Jaén y Sevilla, se ha posicionado como una de las provincias andaluzas con un número de turistas superior al alcanzado en niveles prepandemia. En

2023, a falta de los datos del mes diciembre, se registraron 1.113.932 viajeros en establecimientos hoteleros, cifra que supera a la cifra registrada para todo el año 2022 (1.083.911). No obstante, no todo son cifras positivas y la estancia media ha caído un 22,8 % con respecto a niveles prepandemia.

Junto al enorme esfuerzo realizado por los empresarios turísticos de la provincia, estas cifras crecientes también se deben a que Huelva se erige como un destino integral y se distingue por ofrecer experiencias turísticas variadas y auténticas. Desde el turismo de sol y playa hasta el turismo deportivo, ornitológico, gastronómico y cultural, la provincia satisface los gustos más diversos. La conexión con la naturaleza, la riqueza cultural y la exquisita gastronomía local contribuyen a que los visitantes vivan experiencias memorables. A ello se une que el 30,3 % del territorio provincial se cataloga como espacio natural protegido, superando con creces al de Andalucía (18,9%) y al de España (12,6%),

El 30,3 % del territorio provincial se cataloga como espacio natural protegido, superando con creces al de Andalucía (18,9%) y al de España (12,6%)

siendo su principal seña de identidad el Parque Nacional de Doñana.

No obstante, para mejorar la competitividad no solo se debe apostar por la transformación digital y la sostenibilidad, tanto del destino como de las empresas turísticas, sino que, también, es necesario que las administraciones públicas inviertan en infraestructuras de comunicación que faciliten la llegada de turistas a Huelva. Como ejemplo, la autovía A-49, que conecta Huelva con Sevilla, es una vía en la se producen más de medio millón de desplazamientos diarios, representando un tercio del total andaluz y ocupando el segundo lugar de Andalucía tras la autovía que une Sevilla y Cádiz. Sin embargo, y a pesar de la congestión de la vía y del impacto del uso de vehículos de combustión en el medioambiente, los ciudadanos siguen prefiriendo la movilidad por carretera, dado que la conexión mediante un tren de alta velocidad (AVE) sigue siendo una promesa incumplida. El ciudadano considera, de este modo, que no existe una alternativa de transporte válida por vía férrea, ya que en un trayecto de unos 110 km entre Huelva y Sevilla se tarda algo más de hora y media en completarlo. Eso cuando no se producen incidencias motivadas por accidentes y continuas averías. A ello hay que añadir que el número de convoyes diarios oscila entre 3 y 4 dependiendo de las fechas, lo cual es claramente insuficiente.

En cuanto a la infraestructura aeroportuaria, Huelva continúa siendo la única provincia costera española, junto a Lugo, sin aeropuerto, a pesar del interés, de sectores como el turístico o el agrícola. El proyecto se lanzó hace casi 20 años en un formato mixto (público-privado), aunque acabó en un formato 100 % privado, y nada se sabe de la tramitación burocrática necesaria para su aprobación.

Por lo que respecta a la conectividad marítima, la llegada de cruceros hasta el Muelle de Levante, a escasos 10 minutos andando al centro de la ciudad, está limitada a embarcaciones de poca capacidad debido al escaso calado de la Ría del Odiel. Esto ha motivado que, aunque se haya aumentado el número de pasajeros respecto a 2019, su cifra en 2022 (2.001 pasajeros) sea testimonial respecto a la cifra global de turistas llegados a la provincia.

A pesar de los factores en contra descritos, la provincia ha demostrado que el turismo supone una apuesta firme de futuro, por lo que es necesario que todos los actores implicados sigan abogando por la inversión en infraestructuras como elemento clave para impulsar su desarrollo económico y turístico.



JAÉN

PARAÍSO
DE LA
GASTRONOMÍA

ENTRA Y DESCUBRE EL PARAÍSO



Inversión histórica en el Parque Oasys MiniHollywood de Almería hasta 2027

El Grupo Playa Senator desarrollará una inversión aproximada de 10 millones de euros en la actualización del Parque Oasys-MiniHollywood, creado sobre el decorado del Oeste más antiguo del desierto de Tabernas, en Almería / Rafael González





Una provincia turísticamente imparable



Antonio de María Ceballos

Presidente de Horeca (Cádiz)

La provincia de Cádiz, a falta de los datos del mes diciembre, ha conseguido durante el 2023 una cifras de ocupación, producción, y estancias superiores a cualquier dato conseguido en el pasado, es decir, si diciembre no dice lo contrario cerraremos un año histórico.

Con estos datos, incluido noviembre la provincia ha obtenido 8.000.000 millones de pernотaciones que al añadir las que se produzcan en diciembre, incluyendo el aumento de capacidad generado por las nuevas inauguraciones de establecimientos de hospedaje, con total seguridad batiremos una ocupación histórica.

Esto ha representado un gasto medio de 91€ por viajero y día, datos al tercer trimestre, siendo en Andalucía la provincia de Cádiz la que mayor gasto ha conseguido. Ni que decir tiene que la producción económica obtenida es la suma de todos los servicios que el viajero contrata, como desplazamientos, alojamiento, alimentación, ocio, comercio, y un largo etcétera que en su estancia realizan los turistas.

El sector lidera el ranking de creación de empleo y mantenimiento de puestos de trabajo: 62.500 personas dadas de alta en agosto en la Seguridad Social

Si a esto añadimos que el sector turístico lidera el ranking de creación de empleo y mantenimiento de puestos de trabajo, citando datos del mes de agosto de 2022, se consiguieron 60.000 trabajadores dados de alta en los registros de la Seguridad Social, este mes de agosto la cifra ha alcanzado el número de 62.500.

A pesar de haber un déficit de personas para trabajar en el Sector Hostelero, podemos decir que los beneficios que obtiene la provincia con el turismo afectan en gran manera al todo el territorio.

En el apartado gastronómico, la provincia ha añadido a sus ya múltiples recursos turísticos la octava Estrella Michelin, y existen referencias de



nuestros establecimientos, en las Guías más importantes a nivel nacional e internacional, dignas de destacar.

En la conectividad se han ampliado las conexiones aéreas nacional e internacional, lo que ha permitido un aumento en el número de viajeros procedentes del extranjero, aproximadamente un 10%.

En visitantes, la provincia se encuentra perfectamente vertebrada y ello se ve en las diferentes celebraciones que en ella se celebran a lo largo del año, como es el Carnaval, Semana Santa, Mundial de Motos,

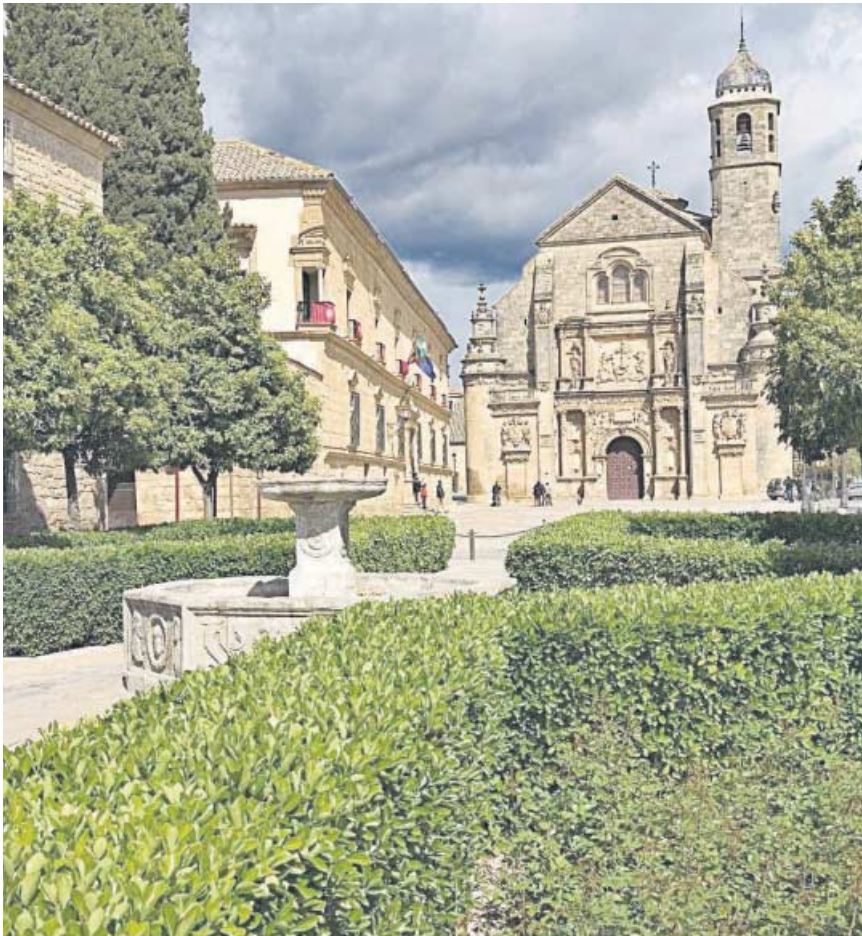
Ferias y Romerías, así como en la celebración de las Navidades con la ofertas de Zambombas, destacado las de Jerez de la Frontera y otros municipios, que junto con la afluencia que se produce desde el territorio nacional e internacional, refuerza y difunden el hecho turístico de nuestra provincia.

Los datos obtenidos al haber superado el número de cruceros que han llegado al Puerto de Cádiz, y por tanto el número de cruceristas, superando los 500.000, han hecho que en el día a día de las ciudades mayoritariamente turísticas se ha visto una gran concurrencia en sus calles, dando vida al comercio y a la hostelería.

Desde Horeca queremos trasladar nuestro reconocimiento y a todas aquellas Entidades, Empresas, Trabajadores y Profesionales que con su esfuerzo y dedicación contribuyen al éxito del turismo en nuestra provincia y apostar por el crecimiento de esta Industria para que continúe creando riqueza y siempre bajo el paraguas de la Sostenibilidad.



El turismo en Jaén: asignaturas pendientes



Juan Ignacio Pulido

Director de la Cátedra de Turismo de Interior (Univ. Jaén)

A falta de conocer los datos de diciembre, se puede concluir que 2023 ha sido un buen año para el turismo jienense. Todo hace pensar que 2024 será, de nuevo, un año en el que se batan todas las cifras récord de número de viajeros, pernoctaciones, impacto económico...

En tal contexto, sería conveniente aprovechar esta evolución positiva para hacer frente a algunas de las asignaturas que aún tiene pendientes el sector, al objeto de consolidar definitivamente el turismo como una actividad estratégica de la economía provincial.

Uno de los problemas más acuciantes es el del transporte, especialmente el tren. La gran cantidad de incidencias que acu-

mula la red ferroviaria en la provincia de Jaén se ha convertido en una de las principales reivindicaciones de todos los actores provinciales, incluidos los turísticos. A las cada vez menos conexiones y frecuencias se suman retrasos reiterados e inexplicables que hacen que tomar el tren para viajar a Jaén se haya convertido en un auténtico suplicio.

La otra gran amenaza para el turismo jienense comienza a ser la crisis climática. De hecho, la temporada estival ha sido en 2023 especialmente complicada, con un descenso del número de viajeros y pernoctaciones respecto a años anteriores, y todos los actores turísticos han achacado este hecho a las altas temperaturas sufridas durante el verano. Urge, por tanto, adap-

Todo hace pensar que 2024 será, de nuevo, un año en el que se batan todas las cifras récord de número de viajeros, pernoctaciones, impacto económico...

tar la oferta turística provincial a esta nueva circunstancia, que, según todos los expertos, va a ir a más con el paso del tiempo.

Entre las debilidades, cabría destacar el escaso volumen de turistas extranjeros que visitan la provincia. Aunque se han recuperado los registros prepandemia, este es un mal endémico del turismo provincial. Hay que trabajar más los mercados internacionales para aumentar la cuota del turismo extranjero, pero ello requiere previamente adaptar la oferta turística jienense a las demandas de este tipo de viajeros en cuanto a idiomas, horarios, accesibilidad, etc.

Otro reto es el de la creación de producto. El sector privado está muy atomizado y se caracteriza por su escasa participación en esta tarea. Además, la falta de receptivos es un problema acuciante que dificulta el posicionamiento de nuestra oferta en los principales mercados. Es necesaria una mayor implicación y coordinación del sector privado, tanto en la fase de creación de producto como en las de promoción y distribución del mismo.

La provincia de Jaén es un destino no saturado, que está haciendo una apuesta importante por la sostenibilidad y la autenticidad

El tercer gran reto es el de la transformación digital. La incorporación masiva de tecnología en el sector turístico está cambiando radicalmente las formas de producción y de consumo. Los empresarios turísticos jienenses deben realizar un esfuerzo en los próximos años por ponerse a la vanguardia de estos cambios.

Frente a estos aspectos, hay que poner en valor la calidad de la oferta turística provincial, una de las más altas de Andalucía, reconocida como tal por los turistas que nos visitan. Aunque es cierto que esta calidad no se distribuye de manera uniforme entre todos los subsectores turísticos provinciales y que hay algunos de ellos que deben mejorar en este sentido.

Igualmente, hay que aprovechar el tremendo tirón que en los últimos años ha protagonizado la gastronomía provincial. No solo por contar con cinco estrellas Michelin, además de soles y soletes de Repsol, sino por ser la cuna del mejor aceite de oliva virgen extra, base de la dieta mediterránea.

La provincia de Jaén es un destino no saturado, que está haciendo una apuesta importante por la sostenibilidad y la autenticidad, y eso es una gran oportunidad para crear una oferta diferencial y exclusiva, y posicionarse en un mercado en el que hay ofertas muy miméticas.

El Puerto de Almería, atractivo turístico



Rosario Soto

Presidenta de la Autoridad Portuaria de Almería

DESDE la Autoridad Portuaria de Almería contamos con una oferta integral en infraestructuras y servicios, para potenciar el tráfico de mercancías y pasajeros y ser palanca de impulso del crecimiento azul en nuestra provincia y comunidad autónoma. A nuestro papel como nodo de las redes del transporte, logística y comercio se suma el contribuir al desarrollo de una amplísima variedad de actividades económicas ligadas al mar, entre ellas, las que se entroncan con la interacción puerto-ciudad y las relacionadas con el ocio y la cultura.

A los positivos datos de cruceros de 2023, que reflejan la recuperación del turismo de cruceros prepandemia con un 57% más de escalas que apuestan por el destino Almería, y a la apertura del Cable Inglés, bien de interés cultural, como paseo peatonal, que ha dado la vuelta al mundo en las páginas de revistas turísticas más prestigiosas además de otros canales de comunicación, tenemos que añadir la transformación urbanística más importante de la ciudad, la integración puerto-ciudad, que comenzó en el mes de septiembre y ya es imparable. En un mes estará finalizada la reforma de nuestra sede y su entorno más próximo de 3.000 metros cuadrados para abrirlo al disfrute de los ciudadanos y que puedan pasear por lugares antes intransitables, ganando vistas al Faro de Almería y al Cable Inglés. Además, a lo largo del 2024 licitaremos la ejecución de obras para transformar la sede de la Autoridad Portuaria de Almería y convertir el edificio administrativo en un referente arquitectónico y de eficiencia energética de la ciudad de Almería, así como la urbanización de otros 6.000 metros cuadrados que, sumados a los 3.000 sobre los

que se está actuando en este momento, harán que en el año 2025 más de una hectárea quede abierta a la ciudad.

Por otro lado, la fase principal de la integración puerto-ciudad será una realidad gracias al compromiso del presidente de



Proyecto de la obra que se está ejecutando en el entorno de la sede de la Autoridad Portuaria de Almería

La transformación urbanística más importante de Almería, la integración puerto-ciudad, comenzó en septiembre y ya es imparable

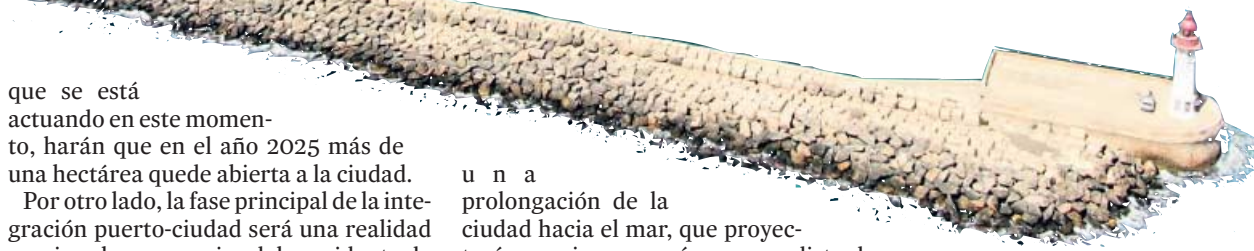
la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, con el Puerto de Almería, que se materializará a través de la financiación de 15 millones de euros destinada a la urbanización del Muelle de Levante y parte de Las Almadrabillas.

El Puerto de Almería, por lo tanto, será catalizador turístico. Cruceristas y viajeros en general encontrarán en nuestras instalaciones

nuestro destino y serán zona ineludible para los que visiten Almería.

En la Autoridad Portuaria de Almería estamos convencidos de que la integración urbana del puerto-ciudad completará la interacción que ya realizamos por otras vías a través de nuestra responsabilidad social y estimulará y dinamizará aún más la economía de nuestra provincia. El Puerto de Almería reforzará aún más el destino Almería, que ya de por sí presenta una oferta única de paisajes naturales, cultura y patrimonio. Coordinados con el Ayuntamiento de Almería lograremos en tres años que la ciudad se vuelva a abrir al mar y que la ciudad sea objeto de deseo turístico en cualquier mes del año.

una prolongación de la ciudad hacia el mar, que proyectarán una imagen más vanguardista de





"Historias para toda la vida"

Por **Ignacio Martín Lerma**
Arqueólogo y divulgador científico veratense



DESCUBRE TODAS LAS HISTORIAS
www.historiasparatodalavida.vera.es

destino
vera

Rebus sic stantibus... Liderar el cambio



Pedro Valades
CEO Valnest Luxury
Hotels & Resorts

CUENTA la leyenda y lo matiza la historia, que en el orbe romano regido por la disciplina jurídica de la que somos herederos, se aplicaba un principio inapelable que respondía a la breve y concisa expresión “pacta sunt servanda”. O sea, los pactos, los compromisos, los contratos se hacen para cumplirlos (y si no... no haberlos hecho).

El mundo medieval, un tanto más convulso e incierto, revisó la escueta rigidez romana del “sunt servanda”, para introducir el alivio de “mientras las cosas no cambien”, que en latín se traduce como “rebus sic stantibus”.

Todos aceptamos de forma generalizada lo de la “rebus cambiante” y la industria turística no es ajena a ello: es evidente que en los últimos diez años las tendencias de consumo han cambiado, el modelo experimental ha cambiado, y las expectativas y necesidades de los clientes han cambiado. Es decir, la demanda ha evolucionado, haciendo necesario analizar cómo esos cambios afectan a la estructura de la industria y sobre qué pilares anclar de forma sólida y sostenible su evolución.

Algunas reflexiones sobre elementos claves, a mi juicio, para colectivamente liderar el cambio:

1. Sin infraestructura de transporte no hay turismo en general. Y sin capacidad de transporte aéreo (vuelos), no hay turismo internacional. Punto. Podemos debatir hasta el infinito sobre si hay que hacer campañas de promoción en el metro de Londres o workshops (pasamos del latín a los anglicismos) en Frankfurt. Pero si no hay vuelos, los esfuerzos serán (son) fútiles. Para atraer más vuelos, es necesario el compromiso de nuestras Instituciones y Autoridades:

a. Estableciendo un objetivo anual de crecimiento de tráfico aéreo.

b. Aportando recursos económicos para poder competir con otros países/destinos. Una referencia: con cada avión que vuela a otro destino, también vuelan 200.000 euros de gasto en el destino (gasto medio de 1000 euros semanales, multiplicado por 200 pasajeros de media en un avión).

c. Negociando con flexibilidad y creatividad con las aerolíneas para mantener tráfico aéreo todo el año.

2. Sin una oferta de alojamiento adecuada y comercializada con sensatez, sólo hay precio (bajo, por supuesto). Nos sorprende la rapidez

con la que han ganado cuota de mercado los apartamentos turísticos. Pero en los hoteles seguimos ofreciendo habitaciones “familiares” en las que hay que hacer equilibrios entre camas supletorias, media docena de maletas, flotadores y las gafas de snorkel; o cobrando 15 ó 20 euros por persona en el desayuno en los hoteles urbanos... cuántos donuts tiene que consumir un matrimonio con dos hijos para compensar los 60-80 euros diarios del desayuno?. Por no entrar en el drama económico durante la adolescencia de nuestros hijos...duplicamos el gasto y reservamos dos habitaciones?

3. No hay peor escenario que cerrar un hotel por fin de temporada. Es un dra-



Dibujemos la portería en la que hay que meter goles, y juguemos con toda la plantilla y recursos que tenemos, que son múltiples y muy profesionales

ma para los trabajadores que pierden su empleo, para los inversores (un hotel cerrado tiene coste pero no ingresos), y para el propio destino. La inversión hotelera va unida al ciclo del RevPar. Cuando el RevPar de un destino está creciendo, se abre el apetito inversor; por lo que el mantra es “mientras más habitaciones me permitan construir, mejor”. Pero el RevPar, como la economía, es cíclico, y la inversión en muchos de nuestros destinos se focaliza en la demanda de temporada alta. Deberíamos analizar modelos defensivos contando con instalaciones flexibles y un concepto de habitación en el que prime el confort y la racionalidad, de forma que el producto esté alineado con la evolución y tendencias de la demanda así como con las peculiaridades estacionales del destino. Las características de la demanda cambian cada 8-10 años, pero los ladrillos no los podemos mover.

4. Deberíamos analizar un modelo alternativo al actual con respecto al suelo? Quizá un derecho de superficie a 50-70-99 años y que revierta posteriormente el edificio en la Administración pública propietaria del terreno? Implicaría esto desarrollar establecimientos hoteleros multifuncionales que pudieran tener un uso diferente una vez concluido el derecho de superficie? Es sólo una reflexión, pero el modelo actual (calificación de suelo, agotar edificabilidad y establecimientos con 50-60 años de antigüedad), no parece muy atractivo al largo plazo.

5. Quizá deberíamos reflexionar asimismo sobre el modelo “todo incluido”. Como apunte histórico, el concepto de todo incluido tiene su origen en la apertura de destinos emergentes a finales del siglo pasado, en los que no te atrevas a salir del hotel por riesgo de gastroenteritis. Me cuesta comprender el valor añadido que ofrece un “todo incluido” en Andalucía, la costa mediterránea o nuestras islas, en las que tenemos una variedad y calidad gastronómica local, merecedora de ser conocida por el viajero internacional. No recuerdo ningún all inclusive en hoteles de Francia, Italia, Gran Bretaña, Alemania... Pero sí constato dos aspectos controvertidos de este modelo:

a. El impacto negativo en la oferta complementaria de restaurantes y bares locales, y -por tanto- en la microeconomía del destino.

b. El desperdicio de alimentos: en los buffets durante la temporada de Verano en nuestro país dejan de aprovecharse aproximadamente 113,5 millones de kilos de comida. No parece muy sostenible.

6. La oferta complementaria en destino. Siguiendo el hilo conductor anterior, si no hay vuelos, no hay ocupación en los hoteles; si no hay ocupación en los hoteles...cómo van a estar abiertos los restaurantes locales, las tiendas, el banana boat?? Lo cual nos conduce irremediablemente a una espiral perversa: como no hay demanda, no hay oferta complementaria fuera de la temporada alta; como no hay nada que hacer en el destino fuera de la temporada alta, no tenemos turismo en temporada baja.

Las estadísticas de la OMT indican que todos los años desde 1975 -con excepción de pandemia- la demanda turística mundial ha crecido y seguirá creciendo: viajar es consustancial a la naturaleza humana. La demanda existe, la podemos tocar, pero no nos llega en temporada baja, la capitalizan otros destinos.

Rebus sic stantibus. La demanda ha cambiado en múltiples aspectos incluyendo la desestacionalización. Dibujemos la portería en la que hay que meter goles, y juguemos con toda la plantilla y recursos que tenemos, que son múltiples y extraordinariamente profesionales. Rebus sic stantibus, somos nosotros los que tenemos que liderar el cambio. ¡Vamos a por ello!

CATERING

Europa

*Catering
Europa*



**LOS MEJORES
MOMENTOS SE CELEBRAN
EN CÁTERING EUROPA**



ADMINISTRACION@GESTIONGASTRONOMICA.ES · TEL. 950 031999 · WWW.CATERINGEUROPA.COM



Desafíos del sector turístico gaditano



José Ruiz

Coordinador del Programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo (Univ. Cádiz)

EL sector turístico de la provincia de Cádiz constituye uno de sus pilares económicos. Esta zona ofrece experiencias únicas para el visitante al ofrecer distintas vertientes turísticas más allá del sol y playa, como historia (Cádiz, una de las ciudades más antiguas de Occidente), cultura (Flamenco, carnaval, semana santa, ferias) o gastronomía como los vinos en la zona de Jerez de la Frontera – Sanlúcar o el atún rojo en Barbate. Posee una variedad paisajística única que abarca desde sus playas de la Costa de la Luz, siendo una potencia en surf y deportes acuáticos, hasta la Sierra de Grazalema, uno de los sitios más lluviosos de España y un destino clave en el turismo rural. No se debe olvidar el auge de sectores incipientes como pueden ser las visitas a las salinas de Chiclana.

Según el Registro Estadístico de Turismo de Andalucía, atendiendo a su demanda turística, en 2022 fue la segunda provincia andaluza que más turistas recibió (5.441.592, por detrás de Málaga), en lo que supone un crecimiento del 8,24% con respecto a 2019, año previo a la pandemia. En 2022 Cádiz tuvo el mayor gasto

diario por turista (84,53 €), superior al registrado en 2019 (77,15 sin tener en cuenta la inflación). Con respecto a la oferta turística, es la segunda provincia andaluza con más plazas hoteleras en 2022 (42.464, un 6,64 % más que en 2019) sólo por detrás de Málaga.

Ante este planteamiento general, el sector turístico gaditano se enfrenta a desafíos que afectan a su crecimiento. En primer lugar, la dependencia del turismo de sol y playa puede ser arriesgada, sobre todo ante situaciones como la pandemia, que hace que la provincia sea más sensible a elementos externos como el clima y la competencia con otros destinos. Esto implica

que la estacionalidad veraniega sea otro reto importante, presionando sobre las infraestructuras locales y el empleo temporal. Además, en un entorno natural como el que nos ocupa, la sostenibilidad ambiental se ha convertido en una cuestión de primer orden, sobre todo en áreas protegidas como el Parque Natural de la Breña y Marismas del Barbate o Doñana. El turismo sostenible debe jugar un papel importante en la defensa de la biodiversidad para minimizar sus impactos en el medio ambiente.

A pesar de las mejoras en la infraes-

tructura turística, la demanda en temporada alta puede exceder la capacidad de alojamiento, transporte y servicios, afectando a la calidad en la experiencia turística. Se debe recordar que aún teniendo un aeropuerto internacional en Jerez de la Frontera, éste resulta pequeño ante la demanda turística existente. Además, la provincia no tiene conexión de alta velocidad, sin obviar la deficiente red ferroviaria en el Campo de Gibraltar, que no aprovecha la potencialidad del Puerto de Algeciras, uno de los más importantes de Europa.

Ante esta perspectiva, la cooperación público-privada será clave para planificar estrategias globales y sostenibles, fomentando la inversión, la innovación, la digitalización y la creación de empleo que contribuyan al desarrollo del sector y de la sociedad gaditana en general. Se debe fomentar la diversificación tu-

ristica, mejorando la calidad de servicios y promoviendo su sostenibilidad medioambiental. Se requiere una estrategia de promoción que resalte los atractivos únicos y fortalezas de la provincia que hagan de la visita una experiencia única para el visitante en comparación con otras regiones competidoras.



La hostelería, un sector resiliente



Pedro Sánchez-Fortún

Presidente de Ashal Almería

EN el Anuario de la Hostelería de España 2023 nos indica nuestra federación nacional que la hostelería cierra 2023 con un crecimiento anual entre un 5 y 10%, pero con pérdida de rentabilidad, en torno a los 90.000 trabajadores por encima de la media de 2022 (hasta el mes de noviembre) y una tendencia para 2024 de un cambio de modelo hacia un turismo más cualitativo, con mejores prestaciones y una moderación del ritmo de crecimiento, con un aumento entre un 2% y un 4% respecto a 2023

Este informe anual de Hostelería de España muestra que en 2023 se han recuperado ya prácticamente los datos prepandemia, superando en la primera mitad del año las cifras alcanzadas en 2019 en casi la totalidad de los indicadores, debido a la fortaleza tanto de la demanda nacional, como de la extranjera con un fuerte impulso de esta última. En la primera mitad del año se han observado fuertes incrementos respecto a 2022, moderándose el ritmo de crecimiento en la segunda mitad según se iba afianzando la recuperación de los datos prepandemia que ya se inició el año anterior.

A nivel andaluz, el sector cuenta con más de 57 mil establecimientos que dan empleo a cerca de 300 mil personas y facturan por encima de 17 mil millones de euros, representando el 6,1 % de la riqueza regional. En el análisis por provincias, en todas el censo de alojamiento ha crecido de forma mas intensa que el de restauración, excepto en Huelva. En el alojamiento se recupera el número de establecimientos que había antes de la crisis en todas las provincias mientras que los locales de restauración, en cambio, no se han recuperado en Córdoba, Almería, Jaén y Granada.

Coincidimos con José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España, cuando destaca que “la hostelería vuelve a demostrar al cierre de año su enorme resiliencia, con un elemento definitivo que ha marcado la recuperación del sector, como es que no se ha producido crisis de confianza por parte de los clientes, pese a la pérdida de poder adquisitivo por el aumento generalizado de los precios, especialmente en los alimentos”.

En cuanto a este año, la facturación media hasta septiembre supone un aumento respecto al mismo período de 2022 de un 11%. El empleo ha ido marcando récord de trabajadores en cada uno de los meses de 2023, con el pico máximo en los meses de julio y agosto

en que se han superado 1,9 millones de trabajadores. En la media del año hasta noviembre supone más de 90.000 trabajadores por encima de los que se alcanzaron en 2022, según la afiliación a la Seguridad Social.

La mejora de resultados se ha producido por un mayor volumen de ventas y no por el incremento de los márgenes. Los negocios atesoran en los últimos años un fuerte acumulado de los costes que se está cubriendo en parte por el aumento de los precios, aunque con una recuperación lenta de los márgenes empresariales, a pesar de la ralentización que se está produciendo en los precios. El sector tardó en repercutir la escalada generalizada de precios iniciada a comienzos de 2022, situándose su evolución por debajo del IPC general hasta finales de ese año. Desde noviembre el sector se vio empujado a adaptar los

A nivel almeriense, la hostelería es también uno de los principales pilares de la economía por lo que es imprescindible se le preste especial atención

precios, aunque siempre se han mantenido por debajo de la subida de los alimentos.

En cuanto a las perspectivas para el año 2024, el Anuario señala que en un escenario marcado por la estabilidad en la demanda, la evolución de la renta disponible de los hogares y en el comportamiento financiero de las empresas, existen varios puntos críticos que pueden afectar a la demanda y a la evolución de los negocios hosteleros en el próximo año, como son la evolución del empleo, cómo impacte la subida de los tipos de interés, el contexto de incertidumbre internacional marcado por los conflictos geopolíticos, así como la evolución de los precios. Se observa una tendencia de un cambio de modelo hacia un turismo más cualitativo, con mejores prestaciones, impulsado por el descenso de los consumidores de menor renta disponible, que se verá compensado con los de mayor poder adquisitivo, tanto por parte del cliente nacional como del extranjero. Aunque depende de las variables anteriores, la evolución de la actividad hostelera para el próximo año preveemos que va a moderar su ritmo de crecimiento, y podría suponer un aumento de entre un 2% y un 4% respecto a 2023.

El sector de la hostelería es uno de los principales motores de desarrollo económico y social de España. Está compuesto por cerca de 319 mil establecimientos, entre bares, res-

taurantes, cafeterías, colectividades, locales de ocio nocturno y alojamientos, que emplean a cerca de 1,7 millones de trabajadores, lo que supone el 8% del empleo total de España (la tercera industria nacional) y el 64% del empleo turístico. Además, genera empleo indirectamente en varios sectores, como bebidas y alimentación, distribución y mayoristas, entre otros. La hostelería supone una destacable contribución a la generación del PIB nacional representando en términos de VAB un 5,8%, con un volumen de negocio de 122.862 millones de euros.

A nivel provincial, la hostelería es también uno de los principales pilares económicos por lo que consideramos imprescindible se preste especial atención por parte de nuestros representantes políticos de todos los ámbitos de territorio a nuestros puntos críticos, entre otros, la necesidad de garantizar el suministro de agua para el sector turístico, la imperiosa necesidad de mejorar las comunicaciones ferroviarias y aéreas (frecuencias, destinos, precios, etc.), la importancia de contar con profesionales suficientes en temporadas altas o la lucha contra el intrusismo y la competencia desleal de aquellas pseudo-empresas que realizan actividades

hoteleras u hosteleras sin contar con las licencias, permisos, altas y demás requisitos que sí se le exigen a los empresarios del sector.



Sostenibilidad se escribe con 'P' y 'S'



José Luis Sánchez

Catedrático de Economía Aplicada (Univ. Málaga)

MÁLAGA capital está de moda, eso es evidente. La transformación del centro urbano y del Puerto, la recuperación de algunos espacios históricos y el desarrollo de un potente polo tecnológico entre Andalucía-Tech y la Universidad de Málaga han creado las condiciones de base para el despegue como destino turístico. La apuesta por los museos y la realización de grandes eventos como el Festival de Cine han ido configurando una muy atractiva oferta que viene a complementar la tradicional de la Semana Santa y la Feria de Agosto y que se redondea con la más reciente apuesta por el alumbrado navideño como atractivo turístico.

A la imagen universal de esta nueva Málaga han contribuido, sin duda, las numerosas escenas de series de televisión y películas de cine rodadas en sus calles en los últimos años y la impagable publicidad que algunos malagueños ilustres han ido desplegando por el mundo. El clima y sus recuperadas playas han hecho el resto.

Un escenario ideal que, como suele ocurrir, tiene además de luces sus propias sombras. El fuerte proceso de gentrificación de su centro histórico, donde cada vez viven menos residentes locales; la pérdida de identidad de la ciudad que ve como a diario cierran sus referentes comerciales para ser sustituidos por franquicias de las diferentes marcas; la gastrificación



de su oferta culinaria... son elementos comunes que han vivido todas las grandes ciudades y centros turísticos del mundo. En eso no somos diferentes.

En lo que si somos diferentes es en la intensidad y amplitud con que esos efectos negativos están afectando a la población local. Particularmente en el ámbito de la vivienda. Un simple vistazo a los datos proporciona-



Con 'P' de política y planificación; con 'S' de sensibilidad ante las necesidades de la población y solidaridad con los que más lo necesitan

dos por InsideAirBnb, muestra con claridad la magnitud del problema: ya no es solo el centro antiguo el que está viendo perder su población local, sino que a lo largo de los paseos marítimos a este y oeste de la ciudad y en la zona de Teatinos, ciudad universitaria, la proliferación de viviendas de uso turístico está limitando fuertemente la oferta para los residentes locales en compra y alquiler de larga estancia o residencial, así como disparando (casi, disparando) los precios. De acuerdo con los últimos datos de la Sociedad de Tasación, Málaga es nuevamente la ciudad española donde más subieron los precios de la vivienda en 2023: un 7,2% frente a la media nacional del 5,1%. Esto es: el precio medio por metro cuadrado en vivienda nueva se ha situado ya en los 3.000 euros. Con un Euribor marcando máximos históricos y situado, después de un ligero respiro en diciembre, en el 3,68%, las opciones de compra para amplísimas capas de población se reducen notablemente o son sencillamente una quimera. Y el alquiler no está mejor sino al contrario: una subida interanual del 13,6% sitúa el alquiler a 13,8 euros el metro cuadrado, o lo que es lo mismo: el alquiler de una vivienda tipo medio de 80 metros cuadrados se situaría en

unos 1.104 euros. Como referencia, el salario mínimo interprofesional para 2023 estaba situado en 1.080 euros mensuales en 14 pagas.

La vivienda es un bien de mercado por mucho que el derecho a la misma esté recogido en la Constitución. Y como tal atiene de a las reglas de la oferta y la demanda. Es evidente que hay un exceso de demanda frente a la oferta existente: falta vivienda residencial, así en general y, particularmente, falta vivienda protegida. Corresponde a las administraciones públicas, especialmente a la local y la regional que son competentes en materia de suelo y vivienda, articular los medios para que esa oferta se produzca en los términos en los que la población local pueda acceder a ella: proporcionando suelo, promoviendo VPOs y limitando la derivación abusiva de esas viviendas residenciales al alquiler turístico.

Sostenibilidad en turismo se escribe con "P". Con p de Política y p de Planificación. Y también con "S". Con s de sensibilidad ante las necesidades de la población, con s de solidaridad con los que más lo necesitan.

No estaban locos, esos romanos



Antonio Montero Alcaide
Escritor

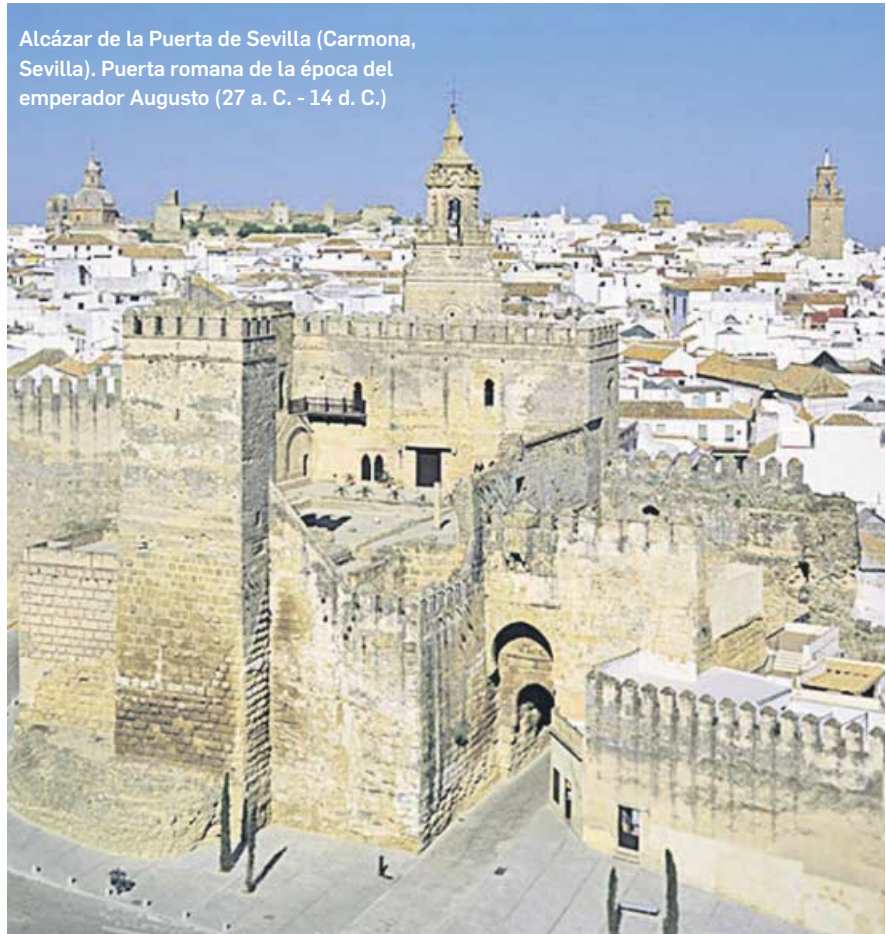
La superioridad moral, la descalificación del contrario o del distinto, del que no actúa o piensa de la misma manera, es una cuestión clásica, por intemporal, aunque alcance episodios de más intensidad, predominancia e, incluso, instrumentalización en función de los momentos, las circunstancias o las coyunturas. Las historietas de Astérix el Galo, que aparecieron a comienzos de los sesenta del pasado siglo, ambientadas en una aldea, de mediados del siglo I a. C., todavía no reducida por la romanos, se valieron, entre muchas otras genialidades, de esa superioridad, de esa razón única, por la que Obélix, inseparable compañero de Astérix, despachaba con “Están locos, estos romanos”, o quienes se terciaran (bretones, hispanos, normandos, egipcios...), cuando sus comportamientos no respondían al criterio que se tenía como norma aceptable y, además, excluyente.

Sin embargo, esos romanos, de la República al Imperio, con Julio César, tío abuelo de Augusto, el primer emperador de

La Ruta Bética Romana, recién incorporada a Rutas Culturales de España, reúne un conjunto de ciudades en torno a la Vía Augusta

Roma, que inició la Pax Romana, extendida durante casi dos siglos, pusieron algo de orden y concierto en el mundo; con asentamientos, caminos y un urbanismo ancestral que se conservan en este tercer milenio posmoderno y remolón. La Vía Augusta es buena muestra de ello y el emperador Augusto, en los últimos años del siglo I a. C., promovió significativas reparaciones y mejoras para convertirla en una vía de comunicación, desde Cádiz a la frontera con Francia, que unió importantes y productivas ciudades de la Bética-provincia romana que toma su nombre del río Betis, hoy Guadalquivir- y los puertos del Mediterráneo. La relevancia de la Bética fue muy notoria, con dos emperadores romanos, Trajano y Adriano, nacidos, en el siglo I d. C., en la ciudad romana de Itálica, situada en el actual término de Santiponce, muy cercano a Sevilla, y el fi-

Alcázar de la Puerta de Sevilla (Carmona, Sevilla). Puerta romana de la época del emperador Augusto (27 a. C. - 14 d. C.)



lósofo cordobés Séneca. Pero esa vía formaba parte de las más de cuatrocientas que el Imperio Romano hizo discurrir por el mundo conocido, con unos ochenta y cinco mil kilómetros de calzadas, cuyo punto de arranque era un monumento del Foro de la Antigua Romana, construido el año 20 a. C. por el emperador Augusto, de manera que todos los caminos conducían a Roma.

La Ruta Bética Romana, como red de turismo cultural y patrimonial, creada a finales del siglo pasado y recién incorporada a Rutas Culturales de España, reúne un conjunto de ciudades, en torno a la Vía Augusta, repartidas entre las provincias andaluzas de Sevilla, Córdoba y Cádiz, del que forman parte: Carmona, Santiponce, Écija, Osuna, Marchena, Córdoba, Almodóvar del Río, Montoro, Almedinilla, Puente Genil, Baena y Cádiz. Un privilegiado elenco de ciudades donde Obélix, de tomar forma real, acaso no fuese sino un gladiador retirado, perdido el efecto de las pocimas del druida Panorámix.

Visitar la villa romana de El Ruedo, en Almedinilla es una espléndida contemplación de los aposentos y el trazado que acogían la vida y las faenas de los días; restos de villas romanas se han hallado también

en Almodóvar del Río (Carbula), con su imponente castillo de origen árabe; la ciudad ibero romana de Torreparedones, en Baena, es otra destacada muestra de un singular asentamiento; el aceite de la urbe romana Astigi (Écija); el emplazamiento estratégico de la primitiva población de Montoro (Epora); los antiguos ordenamientos cívicos romanos, conservados en Osuna (Urso); los yacimientos arqueológicos de Marchena (Martia); el asentamiento de Fuente Álamo, en Puente Genil; Itálica, la primera ciudad fundada por los romanos, en Hispania, en el actual término de Santiponce; las espléndidas manifestaciones de la presencia romana en Carmona (Carmo), con puertas, trazados y necrópolis que forman parte de un patrimonio milenario, en conjunción con una singularidad paisajística, para fundamentar la candidatura de esta ciudad al reconocimiento como Patrimonio Mundial; y las ciudades mayores de la Bética, Cádiz (Gades) y Córdoba (Corduba), con sus fabulosos atractivos, completan, por tanto, el monumental catálogo de ciudades de la Ruta Bética Romana, cercanas a la Vía Augusta y al Guadalquivir, donde Roma se hizo presente y los romanos cierto es que no estaban locos y sabían bien lo que hacían.

Almería, un destino apreciado con un producto sostenible de gran autenticidad



Jerónimo de Burgos

Director de la cátedra de Turismo Sostenible (Univ. Almería)

ALMERÍA es una zona seductora, con un clima agradable caracterizada por su luminosidad, con inviernos suaves y veranos moderadamente calurosos. Sin embargo, también es una zona de contrastes; es una provincia de las más costeras de España con más de 200 km. de costa, pero a su vez es de las más montañosas, con un índice de rugosidad cercano al 40% y varios picos por encima de 2.000 metros que ofrece una gran variedad al viajero.

Existe una frase popular relacionada con los visitantes en Almería en la que se dice que se llora dos veces: una cuando llegas y otra cuando te vas. Esta expresión tendía a reflejar la conexión emocional de los visitantes al llegar a una zona poco desarrollada pero donde el buen clima, la hospitalidad de sus gentes y su cultura enamoraba al visitante.

En 2023, esta frase sigue siendo cierta; Almería ha mejorado su primera impresión, pero las comunicaciones para llegar a Almería siguen siendo una asignatura pendiente, con una oferta reducida de vuelos y con una comunicación por ferrocarril que dan ganas de llorar. Sin embar-

go, cuando se empieza a conocer Almería, esta te atrapa. La acogida de sus habitantes es cálida e invita a descubrir una mezcla única de paisajes deslumbrantes, una rica historia y una cultura encantadora que suele generar un apego a esta tierra. Abandonar este lugar da ganas de llorar.

Almería, en 2023 se ha configurado como un destino turístico apreciado y valorado por los visitantes con un producto sostenible de gran autenticidad que ha recuperado los niveles de visitantes pre-pandemia. Probablemente, el principal reclamo turístico sea el Parque Natural (marítimo terrestre) de Cabo de Gata-Níjar, con calas escondidas, aguas cristalinas y su biodiversidad. Sin embargo, otros atractivos naturales han despertado el interés de los visitantes como el Desierto de Tabernas, considerado como la única zona desértica propiamente dicha de todo el continente europeo, la geoda gigante de Pulpí, otras playas y zonas de costa o singulares parajes de sierra. En los últimos años, se han incentivado la diversificación de experiencias a través de actividades como el turismo rural y activo, una oferta gastronómica basada en productos frescos (la

huerta de Europa) acompañado con vinos locales, turismo deportivo, turismo cultural (patrimonio histórico, industrial y tradiciones).

El turismo continúa siendo en 2023 la segunda actividad económica de la provincia de Almería, sólo detrás de una innovadora industria agroalimentaria de producción de frutas y verduras frescas (fundamentalmente en invernadero) que abastece a los mercados europeos y que está empezando a explotarse como un atractivo turístico.

Esta actividad turística se concentra durante los meses más cálidos del año, de modo que la estacionalidad turística ha sido un desafío histórico en Almería, siendo la provincia andaluza donde este fenómeno es más intenso. Además, la estacionalidad agudiza el problema de escasez de profesionales cualificados en el sector, especialmente en el ámbito de la restauración en temporada alta y en las zonas costeras. La desestacionalización es un reto en el que este año se han redoblado esfuerzos impulsando la calendarización de eventos con incidencia turística como festivales, competiciones deportivas y actividades culturales en épocas de demanda turística baja.

La aplicación de los fondos next generation está promoviendo la recuperación ecológica, digital y resiliente del sector turístico (conforme las directrices de la Unión Europea); en el caso almeriense se está realizando manteniendo una estrecha colaboración público privada.

La desestacionalización es un reto en el que este año se han redoblado esfuerzos impulsando la calendarización de eventos con incidencia turística



- **COSTA.** Playas de ensueño
- **NÍJAR.** Cabo de Gata: espectáculo del Mediterráneo
- **DIPUTACIÓN DE ALMERÍA.** 'Costa de Almería' conquista el mercado francés

Turismo costero



- **AUTORIDAD PORTUARIA DE HUELVA.** El Puerto de Huelva se pone en valor para el segmento de cruceros 'luxury'
- **CHICLANA.** Un paraíso trimilenario descubierto por los fenicios
- **GRUPO VALNEST.** Cabogata Beach y Cabogata Jardín, espacios singulares para eventos únicos
- **HUELVA.** Para volver a volver
- **ROQUETAS DE MAR.** 'Sí quiero Roquetas de Mar' pone en valor los atractivos de la ciudad
- **TORREMOLINOS.** Los mejores días del año
- **MOJÁCAR.** Hay que vivirla
- **HOTELES MC SAN JOSÉ.** 'ConfortySabor': Hostelería con gen almeriense
- **ADRA.** Más de 3.000 años de historia esperan a los visitantes que elijan disfrutar de Adra
- **VERA.** Encuentra la fórmula para desestacionalizar su oferta turística

Playas de ensueño

Pablo Laynez

DE entre las muchas cosas de las que puede presumir Andalucía, seguramente la preferida por los visitantes es su costa. Desde Almería hasta Huelva, pasando por Granada, Málaga y Cádiz. Cinco provincias bañadas por el Mar Mediterráneo y el Océano Atlántico a lo largo de mil kilómetros, con el Estrecho de Gibraltar como nexo de enlace.

Son millones de turistas los que cada año, principalmente en verano, acuden a la comunidad autónoma desde cualquier parte del mundo para disfrutar de unas aguas cristalinas y unas playas limpias, muchas

de ellas coronadas con la Q de calidad. Desde el turista hotelero, que compagina playa y piscina, en busca del sosiego de los garbeos vespertinos por el Paseo Marítimo, hasta los que prefieren zonas portuarias mucho más animadas y bulliciosas por las noches.



De la misma manera, la costa también permite practicar deportes acuáticos como el surf, el windsurf, paddle surf, buceo, submarinismo, así como la pesca y los paseos en barco. Son muchas las calas vírgenes de las que consta la región que, aunque el turismo ha terminado por colonizarlas en las épocas punteras del verano, tienen una especial protección medio ambiental que les evita la degradación propia de las zonas más masificadas.

El Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar, la costa tropical, destinos históricos como Torremolinos, Fuengirola, Mijas, Nerja o Marbella, el campo de Gibraltar o las dunas y las inmensas playas de arena fina onubense constituyen un enclave costero que dota a Andalucía de paraísos terrenales.

LAS MEJORES PLAYAS

1) BOLONIA

Pertenciente al término municipal de Tarifa (Cádiz), es una playa tan espectacular como bella. Posee una extensa longitud de 3.800 metros y una anchura media de 70 metros, y está considerada una de las últimas playas vírgenes del sur de España. En el sector oeste de la playa se encuentra la duna de Bolonia, monumento natural declarado en 2001 y de gran importancia ecológica.

2) LOS ALEMANES

Ubicada también en Tarifa, debe su nombre a los nazis alemanes que se camuflaron en este espectacular paraje tras la Segunda Guerra Mundial. Sus aguas son frías, cristalinas y azules, mide unos 1300 metros de largo y tiene una anchura media de unos 80 metros.

3) LOS MUERTOS

Es una playa de la costa de Almería situada en Carboneras. Debe su nombre a la frecuencia con la que llegaban a sus costas los cadáveres de naufragos o de navegantes, arrastrados por las corrientes marinas. Frecuentemente aparece en listas de popularidad como la que publica anualmente la revista di-

gital 20 minutos, en la que llegó a alcanzar el primer puesto en 2007.

4) FARO DE TRAFALGAR

Situada en Caños de Meca (Cádiz), es un auténtico paraíso terrenal que comienza en el faro que da nombre a la misma. Es una extensa playa virgen de unos 2.000 metros de longitud y 50 metros de ancho, de fina arena dorada. Además es frecuentada por asiduos al nudismo y al windsurf, también es visitada por público gay.

5) EL PALMAR

Se encuentra en Vejer de la Frontera, provincia de Cádiz. Es una bella y enorme playa de 8 kilómetros, y una anchura media de 80 metros, con unas condiciones extraordinarias para el surf, bodyboarding, y diferentes deportes de aventura. En la zona también encontramos numerosas escuelas de surf, donde podrás recibir clases o alquilar tablas.

6) ISLANTILLA

Compartida por los términos municipales de Isla Cristina y Lepe, se trata de una bella playa de 1.600 metros de lon-

gitud, y una anchura entre 50 y 80 metros, con una moderna urbanización que guarda un perfecto equilibrio entre el turismo y la naturaleza.

7) ZAHARA DE LOS ATUNES

Se ubica entre la desembocadura del río de Zahara de los Atunes (Cádiz) y el Cabo de la Plata en la Playa de los Alemanes. Esta es una playa de gran belleza con arena fina y dorada, y aguas extremadamente cristalinas y azules. Un lugar muy popular que goza de una animada vida nocturna con fiestas en la playa. Posee un sistema dunar amplio y una escasa protección, lo que genera que sea muy batida por los vientos de levante.

8) CALAHONDA

Se trata de una playa semiurbana con una ubicación privilegiada bajo el reconocido Balcón de Europa en Nerja. Para acceder a ella tendréis que bajar el llamado 'Boquete de Calahonda', una bajada con bastante pendiente. Este pequeño paraíso en plena Costa del Sol de tan solo 120 metros de largo, con aguas tranquilas y cristalinas harán las delicias del visitante.



Playa de aguas cristalinas en el municipio de San José.

Cabo de Gata: espectáculo del Mediterráneo

EN Níjar se encuentran las mejores playas y calas de España, incluso me atrevo a decir que son las más espectaculares de todo el Mediterráneo”. Así de contundente se expresa Pilar Fenoy, concejal de Turismo y Playas del Ayuntamiento de Níjar, cuando se refiere al litoral de su municipio. Y razón no le falta teniendo presente que

Las playas vírgenes del litoral de Níjar son de las pocas que aún pueden encontrarse en Europa

en la costa nijareña se encuentran preciosos pueblos como Las Negras, la Isleta del Moro, Agua Amarga y San José (estas dos últimas mantienen por derecho propio las banderas azules y la ‘Q de calidad’). Y luego están, claro, las playas vírgenes de Níjar: de las pocas que aún pueden encontrarse en Europa. Playas como las de Mónsul, Los Genoveses, Los Escullos, o el Playazo —nunca una denominación fue más acertada— de Rodalquilar, pero también calas paradisíacas como las de cala En Medio, San Pedro, Carbón, Plomo, Toros, Rajá... “Son lugares mágicos, exclusivos, de una belleza colosal, donde se puede disfrutar de vis-

tas espectaculares, de aguas cristalinas, con unos fondos marinos increíbles, y en la mayoría de los casos, sin aglomeraciones, lo que nos da la oportunidad de gozar de unos días de playa plácidos y tranquilos”, explica Pilar Fenoy animando a visitarlas no sólo en verano.

“El clima en Níjar es excepcionalmente cálido y soleado”

do el año, y los visitantes puedes disfrutar de estos lugares

no sólo para el baño, sino que también existen miradores y rutas de senderismo que recorren estos y otros lugares del Parque Natural, y es algo que cada vez tiene más predicamento entre la gente: disfrutar de Cabo de Gata fuera del periodo estival”.

En efecto, los rincones del Cabo ofrecen la posibilidad de gozar de la naturaleza y de la belleza del Parque Natural desde otra perspectiva. Porque esas rutas de senderismo a las que hace alusión la concejal de Turismo ofrecen rutas de diferente dificultad y distancia que

los hacen aptos para toda la familia, y que suponen una magnífica elección para conocer más en profundidad este singular municipio. Y para los más aventureros, siempre están los deportes acuáticos que se pueden practicar, desde el buceo hasta las rutas con kayak.

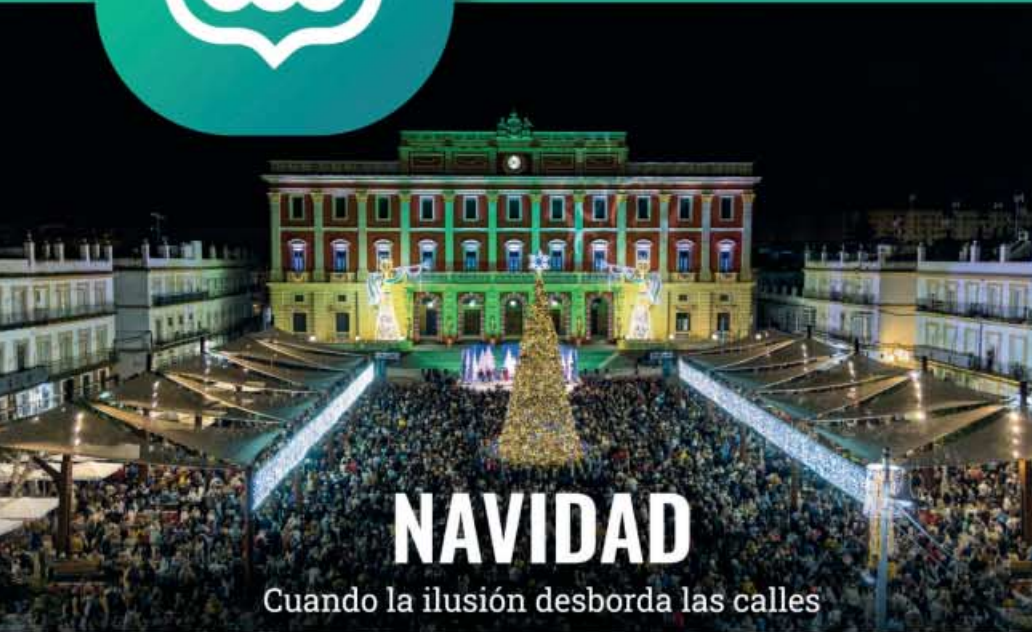
Dice el refranero español que “de la mar el mero, y de la tierra el cordero”, pero en Níjar no tendrás que elegir entre una u otra opción, pues ofrece ambas alternativas, costa e interior, al alcance de la mano.





SAN FERNANDO

experiencias en tiempo continuo



NAVIDAD

Cuando la ilusión desborda las calles



CARNAVAL

El escenario en el que disfrutar de las mejores coplas

SEMANA SANTA

La conmemoración con más pasión, intensidad y devoción



UN GRAN EVENTO EN CADA MES

San Fernando tiene un calendario de grandes eventos que permite disfrutar cada mes del año de diferentes propuestas culturales y de ocio, lo que confiere al municipio isleño de un alto atractivo y una seña de identidad propia.

Acoge, organiza y potencia conciertos, festivales, congresos, conmemoraciones y festividades, competiciones deportivas, encuentros, foros o actividades gastronómicas, entre tantas otras iniciativas, inundando la ciudad de una programación diversa y pensada para todo tipo de públicos.



FERIA DEL LIBRO

Las letras inundan la calle



BAHIA SOUND

El ciclo de conciertos que más público atrae



FERIA DEL CARMEN

La feria del verano



24 S

La única fiesta de España en la que se disfrutan y celebran los derechos constitucionales



HALLOWEEN

La mayor fiesta temática de Halloween que puedes visitar



La campaña de Costa de Almería presente en los autobuses urbanos franceses.

‘Costa de Almería’ conquista el mercado francés por primera vez en la historia

La Diputación Provincial de Almería hace un balance muy positivo sobre las metas alcanzadas por el destino ‘Costa de Almería’ a lo largo de 2023. La provincia de Almería sigue manteniendo su posición privilegiada como lugar de preferencia para disfrutar del turismo en cualquier época del año por viajeros españoles e internacionales.

Un clima amable, asombrosos espacios naturales, más horas de sol que en cualquier otro destino europeo, gastronomía de excelencia, interior, cultura, tradiciones, espectaculares playas, turismo activo..., y autenticidad convierten ‘Costa de Almería’ en un enclave perfecto para disfrutar los 365 días del año.

Por primera vez en la historia, Almería y París están conectadas en un vuelo directo

la provincia al importante mercado turístico que representa Francia. Y, al mismo tiempo, miles de almerienses han disfrutado de esta conexión entre los aeropuertos de Almería y de Orly para conocer la capital de Francia.

Pero las buenas noticias no solo se quedan en este hecho, sino que se ha confirmado la continuidad de esta línea en 2024. Un ilusionante anuncio que hace

2023 será recordado por el sector turístico almeriense como el año en el que, por vez primera en la historia, Almería estuvo conectada con París a través de un vuelo directo. Se ha tratado de un hito histórico que ha permitido abrir



El turismo cada vez está más presente en los rincones almerienses.



Un paseo hacia el Castillo de Vélez-Blanco.

afrontar el nuevo año con una visión optimista para que el turismo en Almería se afiance como uno de los sectores más importantes de la economía provincial. En este sentido, el vicepresidente y diputado de Turismo, Fernando Giménez, ha señalado que “después de muchos años de constante trabajo con decenas de acciones de todo tipo emprendidas en Francia, hemos conseguido abrirnos a este importante mercado de un enorme potencial y, lo que es más importante, que esta conexión tenga continuidad. Vamos a seguir trabajando para conseguir más vuelos y que la imagen de Almería siga ganando adeptos en 2024”.

Asimismo, el vicepresidente ha puesto de relieve el trabajo de promoción de ‘Costa de Almería’ emprendido por el Servicio Provincial de Turismo con más de 50 acciones que han abarcado varios ejes estratégicos que se dividen princi-

palmente en presencia en ferias internacionales y nacionales, misiones comerciales, fam y press trips, campañas de co-marketing, acciones directas con aerolíneas, los vuelos del mercado europeo, patrocinios...

Giménez pone de relieve la calidad y talento de los profesionales almerienses del sector y que todas las acciones llevadas a cabo por la Diputación Provincial,

Más de 50 acciones que han abarcado varios ejes estratégicos para la promoción de la provincia

siempre en consenso con estos agentes a través del Consejo Provincial de Turismo, se realizan “para que el turismo en ‘Costa de Almería’ siga brillando como fuente de creación de riqueza y empleo y el mejor embajador de nuestra tierra”.

Del mismo modo el vicepresidente ha recordado que “en 2023 la imagen de ‘Costa de Almería’ ha tenido mayor proyección que nunca. Con impactos en medios de comunicación internacionales y en espacios públicos como autobuses, metros o calles de ciudades como París, Londres o Madrid. Y en el año 2024 intensificaremos todas estas acciones para seguir proyectando ‘Costa de Almería’ como un destino turístico de excelencia abierto a



Familiares y amigos disfrutan de los paisajes que ofrece el entorno.



Observatorio astronómico Calar Alto.

todos los públicos y todo tipo de turistas”.

Entre los anuncios realizados por Diputación de cara a las acciones que se van a realizar en materia turística a lo largo del año 2024 se puede destacar la presencia de ‘Costa de Almería’ por primera vez en importantes ferias internacionales como las que se celebran habitualmente en París, Múnich y Utrecht con las que se pretende afianzar a los turistas que lleguen de estos puntos de Europa a la provincia de Almería.

Fitur: Almería, el sol que necesito

Este es el lema de la última campaña de promoción del destino ‘Costa de Almería’ y con la que se viaja a la nueva edición de FITUR para sentar las bases de los retos y objetivos turísticos para 2024. Estos pasan principalmente por seguir potenciando Almería como destino de excelencia, sostenible, no masificado, abierto a todo tipo de públicos y perfiles, para vivir en cualquier época del año.

La agenda provincial en la feria de Madrid contempla numerosas reuniones con turoperadores y aerolíneas, así como las diferentes presentaciones de los municipios que se llevarán a cabo en el stand almeriense donde el cine tendrá este año un protagonismo destacado ya que una de las firmas apuestas por la Institución Provincial en los últimos años reside en potenciar el llamado turismo cultural.

“Somos una tierra de un importante trasfondo cultural y este es un tipo de turismo que queremos potenciar junto al resto de segmentos porque tenemos la suerte de vivir en una tierra que ofrece al visitante decenas de alternativas que se adaptarán a sus gustos. Fitur es el punto de partida de las acciones promocionales



Javier Aureliano García y Fernando Gimenez.

que realizaremos este año y viajamos con mucha ilusión”, ha manifestado Fernando Giménez.

En este sentido, gracias a la amplia historia cinematográfica de Almería como plató de rodajes, miles de aficionados al cine y a las series de todo el mundo desean viajar a la provincia para descubrir las míticas localizaciones almerienses del séptimo arte. También se incidirá en

El objetivo es potenciar Almería como destino turístico de excelencia en cualquier época del año

uno de los grandes baluartes del turismo en ‘Costa de Almería’ con el binomio turismo y deporte.

‘Almería, el sol que necesito’ invita a cada viajero a descubrir una provincia de incontables posibilidades. Con ella la institución

subraya la excelencia de una tierra llena de contrastes, de historia, cultura, arte, tradición, gastronomía y autenticidad, con un interior sorprendente del que se puede disfrutar de forma especial en esta época del año, un destino con un plan que se ajusta a las necesidades de cada viajero donde vivirá una experiencia irrepetible.

El Puerto de Huelva se pone en valor para el segmento de cruceros 'luxury'



Cargadero de Río Tinto, del puerto onubense.

El Puerto de Huelva está presente un año más en la Feria Internacional del Turismo de Madrid (FITUR), primera cita anual para los profesionales del turismo, navieras y touroperadores, que se celebra entre los días 24 y 28 de enero en IFEMA, con el propósito de promocionar sus infraestructuras y servicios para el segmento de cruceros 'luxury'.

El presidente del Puerto de Huelva, Alberto Santana, ha puesto de manifiesto que "desde el puerto onubense hemos apostado por una estrategia de cruceros destinada a turistas de elevado poder adquisitivo, que buscan descubrir y disfrutar de nuevos destinos con una oferta de calidad en los servicios y vivir experiencias únicas".

Apuesta por turistas de elevado poder adquisitivo, que buscan disfrutar de una oferta de calidad

Con este objetivo se ha promovido la llegada de las escalas de cruceros directamente al corazón de la ciudad. De esta forma, los buques de pequeño porte y megayates atracan en el Muelle de Levante, desde donde los cruceristas pueden pasear hasta el centro de Huelva y contribuir a dinamizar la economía del sector servicios, además de disfrutar del entorno natural de la ría y del Paraje Natural Marismas del Odiel, reserva de la biosfera.

Desde el Puerto de Huelva con el propósito de generar valor añadido a la economía de la ciudad y la provincia, se está trabajando en colaboración con el Ayuntamiento de Huelva y la Diputación de Huelva para la elaboración de paquetes turísticos de "expe-

riencias únicas" orientada a los viajeros que optan por cruceros "no masificados". Con este propósito, los equipos técnicos trabajarán en el diseño de estos paquetes, enfocados en el ámbito cultural como histórico, en gastronomía o en tradiciones populares, para ofrecer propuestas exclusivas a los agentes y empresas navieras para atraer a más viajeros a la ciudad y a la provincia por vía marítima.

Por su parte, el Puerto de Huelva contempla en el proyecto de remodelación del Muelle de Levante la creación de una terminal de cruceros.

De hecho, la transformación del Muelle de Levante y la puesta en valor del patrimonio o histórico y cultural, con la restauración del Monumento a Colón y su entorno, la rehabilitación del Muelle de Tharsis, la recreación de la centenaria Fuente de las Naciones, convertirá a Huelva en un destino turístico de alto interés, que complementará la oferta turística existente en Huelva y provincia.

El Muelle de Levante, situado a cinco minutos del centro de la ciudad, contará con un

espacio de más de 80.000 metros cuadrados para acoger una amplia y variada oferta de servicios, que contribuirán a dinamizar la economía de Huelva y atraer nuevas inversiones.

Este espacio, que contribuirá a la verdadera integración puerto-ciudad, se convertirá en un revulsivo para el turismo y la economía de Huelva y de la provincia.

El Muelle de Levante contará con zonas comerciales y de negocio, deportivas, culturales y de ocio. El proyecto contempla la creación de espacios destinados a zona de restaurantes y terrazas, pequeño comercio, alojamientos turísticos, centro de convenciones, espacios de formación, arte, ocio y carácter social, oficinas y centro de negocios, sedes corporativas y edificios institucionales, instalaciones para el sector sanitario, zonas deportivas, áreas de juegos infantiles, marina deportiva, centro de actividades náuticas y terminal de cruceros y megayates.

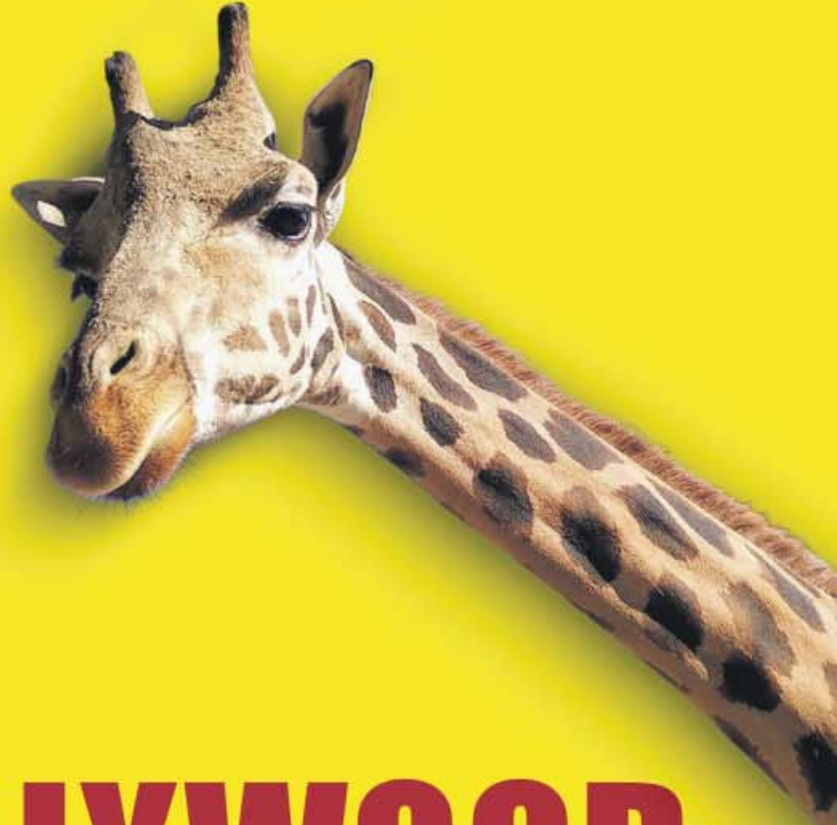
Este proceso de remodelación, ya ha comenzado con la construcción por parte de un concesionario de la Marina Deportiva del Odiel. La primera fase de esta actuación estará operativa a principios del año 2024. Este complejo náutico, comercial y de ocio dispondrá de 400 atraques. La Marina Deportiva se alzará sobre una plataforma pilotada sobre el agua de más de 7.200 metros cuadrados, y estará dotada de un club náutico, zonas comerciales, barco-restaurante, gimnasio y escuela deportiva, entre otros espacios.

Por otro lado, el Puerto dispone de una moderna terminal de pasajeros, situadas en el Muelle Sur, donde operan distintas líneas regulares con destino Huelva-Islands Canarias.

En relación a la presencia del puerto onubense en FITUR, representantes del Área de Desarrollo de Negocio y Comercial del Puerto de Huelva y de la Asociación HuelvaPort tienen previsto mantener contactos con distintas navieras de crucero de pequeño porte, megayates y pasaje, así como touroperadores para captar nuevas escalas de cruceros.



**REFERENTE
DEL TURISMO
EN ALMERÍA**



THE ORIGINAL

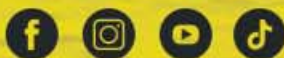
MiniHOLLYWOOD

OASYS



VENTA DE ENTRADAS
ONLINE
EN NUESTRA WEB

OASYPARQUETEMATICO.COM



SITUADO EN EL
ÚNICO
DESIERTO
DE EUROPA



Cuando cae la tarde y baja la marea en Sanlúcar...

El espectáculo de las carreras de caballos de Sanlúcar de Barrameda suele empezar sobre las seis y media de la tarde y concluye en torno a las nueve y media de la noche con más de 30.000 personas disfrutando del momento: la puesta de sol, con los caballos galopando por la orilla y el Parque Nacional de Doñana al fondo. La Sociedad de Carreras de Caballos instala un recinto en la línea de meta, en el tramo denominado 'playa de Las Piletas', en el que se podrán realizar apuestas que se irán sucediendo en la playa / Román Ríos





Puesta de sol en Chiclana.

Chiclana, un paraíso trimilenario que fue descubierto por la civilización fenicia

MÁS de 3.000 años han pasado desde que los fenicios descubrieran un paraíso en la costa atlántica andaluza y decidieran asentarse. Tres milenios en los que distintas civilizaciones se han enamorado de este rincón al sur de España, que se ha convertido en un destino turístico de referencia en las últimas décadas. Y es que sus playas, espacios naturales, rico patrimonio cultural y una amplia agenda de actividades a lo largo del año hacen que Chiclana se haya consolidado como un destino de calidad y que cada año suma nuevos visitantes, que no dudan en repetir su experiencia a orillas del Océano Atlántico.

Y es que hablar de Chiclana es de hacerlo de un destino que cuenta en la actualidad con más de 12.000 camas en hoteles de cuatro y cinco estrellas (que se ampliarán en los próximos meses con tres nuevos hoteles, uno de ellos en primera línea de costa), cinco campos de golf junto a una de las mejores playas de nuestro país, La Barrosa, y un sinfín de posibilidades para el disfrute y el descanso de miles de visitantes a lo largo del año. Todo esto y más hacen de Chiclana un destino líder en España y que sigue creciendo, gracias al esfuerzo y la implicación de administración pública y sector privado, que se unen para que el visitante pueda disfrutar de una experiencia única. Un destino que ya fue reconocido en 2022 con el galardón Excelencia Turística de Andalucía.

Así, la apuesta por un modelo turístico sostenible y de calidad, las magníficas playas de La Barrosa y Sancti Petri, galardonadas año tras año con distinciones

como la Bandera Azul, Q de Calidad Turística, ISO 14001, Ecoplayas, Playas Inclusivas y Salvamento y socorrismo, y su amplia oferta cultural, de ocio, deportiva, medioambiental, cultural y gastronómica han llevado al Destino Chiclana a convertirse en un referente a nivel nacional e internacional.

Pero el Destino Chiclana no solo es playa, sol y grandes resort de lujo en primera línea de playa, ya que cuenta con una amplia oferta lúdica y cultural para el dis-



frute de visitantes, no solo durante los meses de verano, sino también durante el resto del año. Así, en el centro de Chiclana el visitante puede disfrutar de la historia y el patrimonio cultural de Chiclana, que comienza en la época fenicia y que tiene su mayor ejemplo en el yacimiento del cerro del Castillo, en pleno casco histórico de la ciudad.

Así, el recién inaugurado centro de interpretación Nueva Gadeira ofrece al visi-

tante un recorrido por la historia de la ciudad desde la llegada de la civilización fenicia hasta la actualidad, comprobando in situ restos de edificaciones construidas por fenicios y romanos. Un equipamiento que se ubica junto a la futura Torre-mirador, que conectará este punto del casco histórico de Chiclana con el río Iro, que se convirtió hace tres milenios en puerta de entrada de los fenicios a nuestra ciudad desde el mar.

Asimismo, a escasos metros del centro de interpretación Nueva Gadeira, el visitante puede deleitarse de la imponente Iglesia Mayor, junto con la Torre del Reloj, así como otros edificios históricos como la ermita de Santa Ana, desde donde se puede contemplar toda la Bahía de Cádiz y parte de la comarca de La Janda, la iglesia barroca de Jesús Nazareno, la capilla del Santo Cristo, o distintas casas-palacio e iglesias del centro de la ciudad.

Asimismo, el centro de Chiclana cuenta con distintos espacios culturales donde conocer en profundidad la historia e idiosincrasia de la ciudad, como el Museo de Chiclana, en la Plaza Mayor, que cuenta con una importante exposición permanente sobre la historia de la ciudad, además de exposiciones temporales a lo largo del año; el centro de inter-

Las grandes playas de La Barrosa y Sancti Petri son premiadas año a año con la Bandera Azul

pretación del Vino y la Sal, en la plaza de Las Bodegas, que se levanta en una antigua pieza de bodega y en el que el visitante puede conocer dos de los oficios con mayor tradición de Chiclana como el cultivo de las viñas y sus famosos y distinguidos caldos y las labores en las salinas y marismas; el Museo Taurino Francisco Montes Paquiro, que aborda la historia de la tauromaquia en la ciudad; así como el espacio expositivo de la Colección Marín.

Y a lo largo de la próxima primavera los espacios culturales de Chiclana se ampliarán con el espacio expositivo de Muñecas María Emilia Lira, donde podremos contemplar una amplia colección de muñecas originales desde principios del siglo XX y que han sido adquiridas en las últimas décadas por la propia María Emilia, que ha donado al Ayuntamiento de Chiclana para el disfrute de la ciudadanía. Una colección de más de 600 piezas de coleccionista y que será del disfrute de pequeños y mayores.

Y parada obligatoria en el centro de Chiclana es su majestuoso Mercado de Abastos, donde chiclaneros y visitantes se nutren de todo tipo de productos frescos y de calidad, destacando las frutas y hortalizas de la zona y los pescados y mariscos del Golfo de Cádiz, así como productos elaborados, entre ellos, los chicharrones de Chiclana, un auténtico manjar para los paladares más exigentes y que elaboran de forma artesanal desde las distintas carnicerías de la ciudad, así como la butifarra. Y es que el Mercado de Abastos se ha convertido en la despensa de la Bahía de Cádiz, no solo para chiclaneros y chiclaneras, sino también para las miles de personas que visitan nuestra ciudad durante todo el año, así como para ciudadanos de localidades del entorno.

San Juan, que se celebra el 24 de junio, es el patrón y la Virgen de los Remedios, su patrona, a la que se celebra en septiembre

Además, la amplia y rica gastronomía que ofrece este rincón de la Península Ibérica puede degustarse en los numerosos restaurantes, bares y chiringuitos repartidos a lo largo del término municipal, principalmente en el centro de la ciudad y en la zona de la playa. Estamos hablando de exquisitos platos elaborados con productos de kilómetro cero, entre los que se encuentran la amplia gama de pescado de la Bahía de Cádiz. Entre ellos, destaca una Estrella Michelin como Alevante de Ángel León, así como otros establecimientos tan reconocidos como El Cuartel del Mar, Coconovo Beach, Atenas Playa, La Casa del Faro, La Embajada, Popeye, Los Pescado-



Concert Music Festival.

res, Casa Bernardo, Manguita... Y hablar del Destino Chiclana es también hacerlo de su gran oferta medioambiental, desde las salinas y esteros del parque natural de la Bahía de Cádiz, pasando por su caminos, pinares y senderos, entre ellos, el nuevo sendero, que une Chiclana con la vecina localidad de San Fernando y que continuará en los próximos meses hasta Conil, Vejer y Barbate a lo largo de la costa. Espacios donde el visitante puede disfrutar de la amplia diversidad de flora y fauna, así como de los tradicionales despesques de pescado de estero, que se centran en los meses de otoño. Además, gracias al buen clima durante todo el año, estos espacios y las magníficas instalaciones municipales llevan consigo que Chicla-



na se convierta en un referente para la práctica deportiva al aire libre. Así, el ciclismo, la hípica, la natación, el golf o los deportes náuticos en el entorno de Sancti Petri y La Barrosa hacen de Chiclana un destino para los amantes del deporte y para deportistas y clubes profesionales del centro y norte de Europa, que aprovechan el buen clima de la zona para preparar sus competiciones durante los meses de invierno.

Por último, recordar que las distintas fiestas que se celebran a lo largo del año también se han convertido en importantes reclamos para los visitantes. Así, el Carnaval volverá este mes de febrero con una amplia programación y que llevará a miles de personas a disfrutar de la fiesta a ambos márgenes del río Iro. Por otro lado, la Semana Santa, que este año se desarrollará en el mes de abril, traerá a miles de creyentes y no creyentes a disfrutar de las distintas salidas procesionales por las principales calles del casco histórico de Chiclana. Y la Feria de San Antonio dará el pistoletazo de salida al verano con días de fiesta en el recinto ferial de Las Albinas del Torneo a mediados del mes de junio.

A estas fiestas se suman la fiesta de San Juan (Patrón de Chiclana, el 24 de junio), la festividad de la Virgen del Carmen (16 de julio), la romería de Santa Ana (26 de julio), la Virgen de los Remedios, Patrona de Chiclana (el 8 de septiembre), Tosantos (1 de noviembre) y la Navidad. Sin duda, uno de los principales atractivos que volveremos a disfrutar en este 2024 en Chiclana será el Concert Music Festival Sancti Petri, que volverá a acoger a un importante elenco de artistas de la música nacional e internacional, entre ellos, Manolo García, que abrirá el festival el próximo 29 de junio, Camilo (5 de julio), Maná (11 de julio), Aitana (12 de julio), Luis Miguel (24 de julio), Tom Jones (28 de julio), Abraham Mateo (3 de agosto), Lola Indigo (7 de agosto), Los Chichos (8 de agosto), Estopa (9 de agosto), Vetusta Morla (14 de agosto) o El Barrio (17 de agosto).

De esta forma, los miles de espectadores que cada verano se dan cita en el antiguo poblado almadrabero podrán disfrutar de uno de los mejores festivales de música de Europa y que, año tras año, continúa afianzándose con un cartel plagado artistas de primer orden.



Panorámica del Hotel Cabogata Jardín, en una apacible tarde en la costa almeriense.

Cabogata Beach y Cabogata Jardín, espacios singulares para eventos únicos

El Hotel Cabogata Beach 5***** tiene el honor de ser el primer cinco estrellas de la costa de Almería. Naturalmente enclavado en un paraíso, ubicado en primera línea de playa y enmarcado por las panorámicas vistas del Cabo de Gata, la Bahía de Almería y el Mar Mediterráneo, combina el ambiente cosmopolita de un hotel de ciudad de 5 estrellas con el encanto inigualable de un resort.

Dos escenarios en primera línea de playa con amplias posibilidades para convertir los eventos en un éxito

Con un diseño arquitectónico moderno y elegante, el Cabogata Beach ofrece unas instalaciones diseñadas para brindar un ambiente relajado y placentero. Su amplia gama de espacios para realizar eventos, especialmente en las zonas exteriores y de terraza, son el escenario perfecto para cultivar conexiones y eventos exitosos. El Cabogata Beach, ubicado en una zona donde el sol acaricia la tierra durante la mayor parte del año, entendemos que la agricultura va más allá de las cosechas y de las lluvias: es una conexión con la tierra, la innovación y la comunidad. Por este motivo, ofrecemos unos espacios úni-

cos, desde terrazas con vistas panorámicas hasta jardines tropicales, cada escenario ha sido diseñado para destacar la belleza natural que nos rodea y celebrar: eventos empresariales, presentaciones, seminarios, ferias agrícolas y reuniones estratégicas. Eventos concebidos y diseñados para potenciar la colaboración y el crecimiento en un entorno que celebra la esencia de la misma agricultura en la cercanía a los amplios campos de invernaderos y el Parque Natural de Cabo de Gata.

La experiencia culinaria está a la altura de las expectativas más exigentes. Nuestro equipo de chefs se enorgullece de ofrecer un catering excepcional, fusionando sabores locales, potenciamos la marca y el sello de Sabores Almería, dis-

tintivo de Calidad Agroalimentaria Gourmet de productos artesanos de alimentación de la provincia de Almería, e internacionales para deleitar los paladares más refinados. Trabajamos estrechamente con nuestros clientes para personalizar los menús según sus preferencias y requisitos específicos.

El Cabogata Beach ofrece una amplia gama de diferentes categorías de alojamiento, todas ellas con espectaculares terrazas privadas, para atraer a los huéspedes a un espacio de relajación y disfrute. Sus habitaciones están cuidadosamente diseñadas y equipadas con todas las comodidades para garantizar una estancia increíble e inolvidable.

El Cabogata Jardín de 4****, en la costa serena y dorada, donde el rumor de las olas se mezcla armoniosamente





Espacios exteriores del Cabogata Beach, con una privilegiada vista a la playa de El Toyo, en Almería.

con la brisa marina, emplazado también en primera línea de playa a tan solo 500 metros del Cabogata Beach, se erige como un refugio para aquellos que buscan vivir experiencias memorables realizando eventos corporativos. Su ubicación única y exclusiva, a menos de 50 metros del Palacio de Exposiciones y Congresos Cabo de Gata, potencia su comodidad para acoger eventos, ofrecer servicios de restauración y alojar a sus participantes. Un complejo que ha sido reformado en su totalidad adaptando sus espacios a las

En sintonía con el entorno natural, ambos alojamientos se comprometen con prácticas sostenibles

espacios versátiles que se adaptan a todas sus necesidades: salones modulares, espacios versátiles exteriores que van desde terrazas con vistas panorámicas, un atractivo espacio de celebración rodeado de piscinas, hasta jardines con increíbles vistas al mar.

Nuestro compromiso con la excelencia se refleja en cada detalle, especialmente en nuestra propuesta gastronó-

necesidades actuales, cuidando todos los detalles para sorprender a sus clientes y huéspedes.

Tras una reciente e integral reforma, ofrecemos unos



mica. Nuestro equipo de cocina ofrece un cuidado catering que combina sabores locales con preparaciones internacionales elaboradas con creatividad y maestría culinaria. Desde aperitivos innovadores hasta exquisitos platos principales, cada bocado es una experiencia sensorial que deleitará hasta los paladares más exquisitos.

En sintonía con la majestuosidad del entorno natural, el Cabogata Beach y el Cabogata Jardín, se comprometen con prácticas sostenibles. Desde la gestión de residuos hasta la conservación del ecosistema costero, nos esforzamos por garantizar que cada evento contribuya positivamente al medio ambiente.

Realizar eventos en estos dos hoteles es una experiencia única que combina la innovación empresarial con la belleza natural. Reserve los eventos con nosotros, dé el primer paso hacia un evento agrícola memorable en nuestros hoteles.

¡Cultive el éxito empresarial en el corazón de la naturaleza!

Toda la información y contactos en sus webs:

-CABOGATA BEACH:

www.cabogatabeach.com

eventos@cabogatabeach.com

Teléfono: 950 181 680.

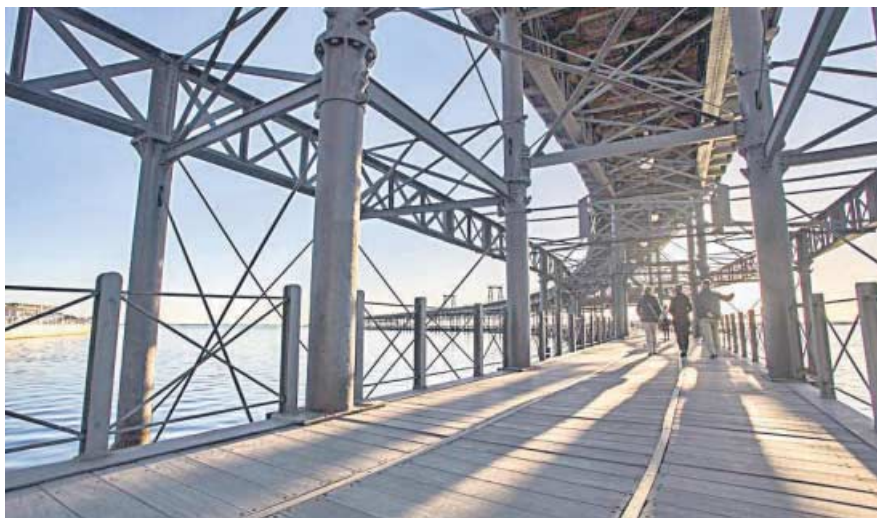
-CABOGATA JARDÍN:

www.cabogatajardin.com

eventos@cabogatajardin.com

Teléfono: 950 010 75.

Huelva para volver a volver



El Muelle del Tinto, una de las reliquias arquitectónicas.

HUELVA es el destino de moda. La ciudad amable, cómoda, atractiva y singular donde cada visita es una experiencia. Si lo que se busca es escapar de la rutina, Huelva es su destino. Aparcar el coche y el estrés para disfrutar de un recorrido por sus calles, con un centro peatonalizado, cómodo y accesible, sorprendiéndose a cada paso. Seguir los pasos de las milenarias civilizaciones que desde tiempos inmemoriales supieron dar valor a la riqueza de su territorio.

La ciudad con más horas de luz de Europa tiene un clima único, que le permite ser un agradable destino en cualquier época del año. 3.120 horas de sol que iluminan Huelva todo el año favoreciendo una sensación constante de alegría, de confort, de saludable bienestar.

Para visitar Huelva cualquier época del año es buena. Para conocer, disfrutar y descubrir la capital verde del sur de Europa.

Es una ventaja que fomenta su amplia propuesta al aire libre, en un paraíso natural, un entorno privilegiado, con un alto número de espacios que poseen varias figuras de protección, entre las que destacan Reserva de la Biosfera y Paraje Natural de Interés Nacional en Marismas del Odiel. Es una ciudad que posee una playa con bandera azul y un espacio protegido por la Unesco. Su término municipal con tesoros ecológicos y protegidos que, sin salir de la ciudad,



La gastronomía onubense es uno de sus grandes tesoros.

brindan casi 5.000 hectáreas de zonas húmedas de marismas y playas, afectadas por el régimen de oscilación mareal, donde contemplar los más maravillosos atardeceres que regala esa luz privilegiada, en el balcón del Paseo de la Ría que culmina en la Estatua de Colón y arranca en el Muelle de la Río Tinto para enamorarse de Huelva en su balcón al mar.

Huelva es la ciudad más antigua de occidente, la elegida por ancestrales civilizaciones para asentarse entre dos ríos, en la desembocadura del Tinto y el Odiel, símbolos de la fertilidad y mentores de la historia de una tierra abierta

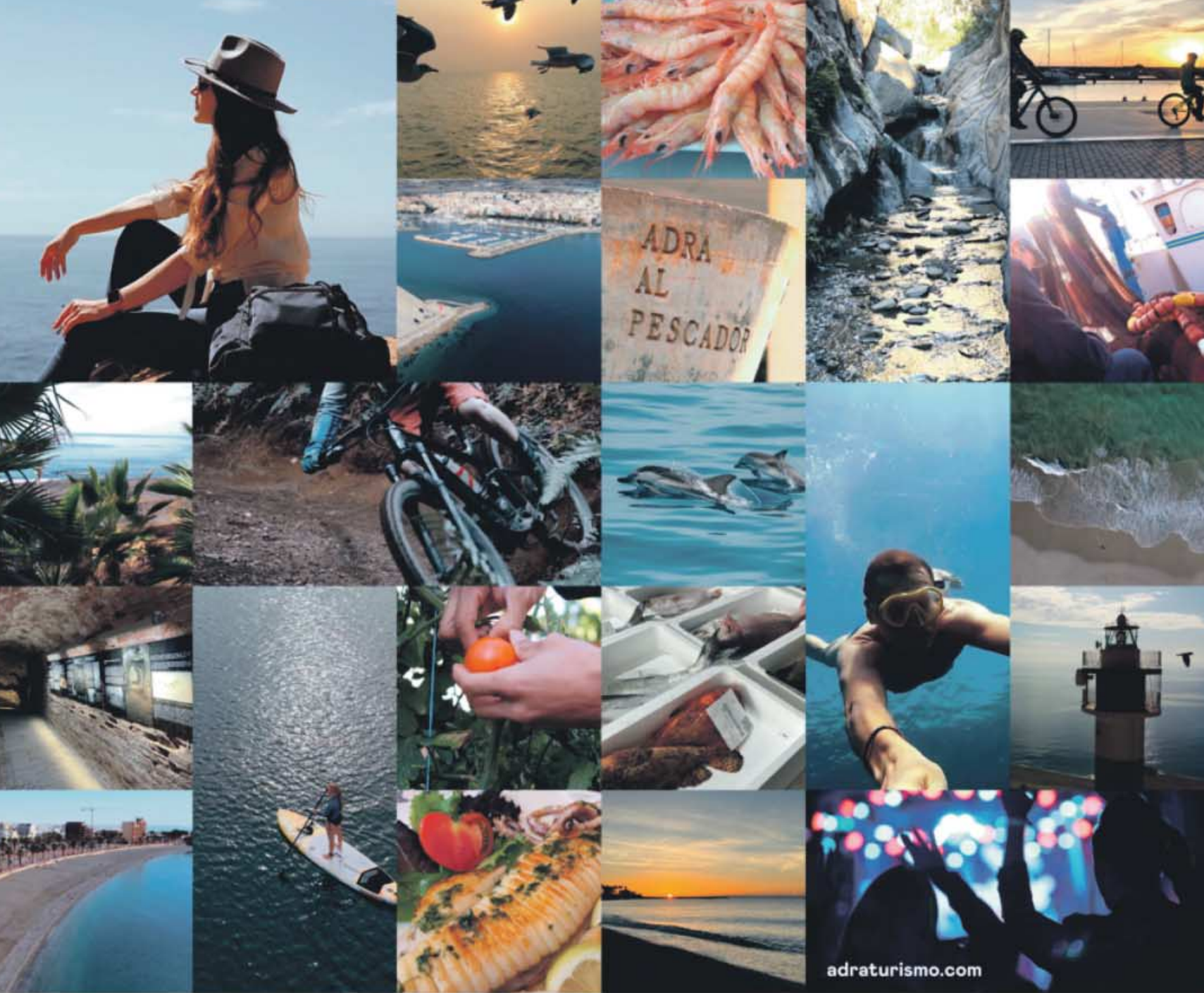
que, desde los Tartessos, no ha dejado de acoger culturas, conformando un mosaico donde el que llega se asienta. Su riqueza arqueológica bajo los pies es única, con los vestigios que la confirman como la capital del mítico reino de Tartessos. Una ciudad orgullosa de su pasado que mira con ambición al futuro a través de una histórica transformación urbanística que integrará toda la fachada portuaria en la ciudad, que trabaja en la recuperación de todos sus edificios históricos y que será la gran capital verde del sur de Europa.

Huelva presume con orgullo de su pasado Colombino, de su rico legado británico visible en monumentos como el Muelle de la Río Tinto, el Barrio Obrero o los decanos del fútbol y el tenis como son los dos clubes Recreativo.

Su clima único le permite ser un agradable destino para visitar y disfrutar en cualquier época del año

Y si la seducción depende del estómago, la gastronomía onubense es la combinación de los productos más exquisitos con la maestría de quienes llevan toda la vida cocinándolos. El mejor jamón y derivados del cerdo ibérico, la gamba blanca y el pescado recién sacado del mar, los frutos rojos como estandarte de una rica agricultura en los fogones de profesionales de la hostelería y la restauración, son los cimientos de una oferta de bares y restaurantes donde disfrutar de los sabores que provee la mejor despensa del país. Su sector hostelero ha sabido conjugar la tradición y el respeto por productos únicos con la modernidad.

Y junto a todo ello, el mejor pilar de la ciudad: los onubenses. El gran secreto para volver. Porque quien descubre Huelva, siempre regresa.



Descúbrete feliz.

No necesitas ser el primero. Ni el más rápido. Correr por correr. Hacer cruces en mapa. Tú eres el dueño de tu destino. Tú fijas tus prioridades y tienes que hacer las cosas a tu manera. Como a ti te gustan.

Porque la vida te ha enseñado que las cosas buenas, sólo son buenas si lo son para ti. Descubre Adra. Ciudad milenaria.

Descubre sus playas, su naturaleza, sus recursos naturales, la calidez de sus aguas, su diversión. Descubre sus raíces y la grandeza de su gente. Descubre Adra. El destino perfecto para el que busca un lugar en el que sentirse como en casa.

Se fiel a ti mismo y descúbrete feliz.





La urbanización de Roquetas de Mar, un amplio espacio plagado de servicios.

‘Sí, quiero Roquetas de Mar’ pone en valor los grandes atractivos de la ciudad

ROQUETAS de Mar es el destino turístico ideal para descubrir, experimentar y disfrutar de una oferta diversificada y de calidad a la que es casi imposible resistirse. El mar y sus amplias playas con 16 kilómetros de costa son su mayor reclamo, pero si nos visitas, quedarás rendido a sus grandes atractivos de ocio, deporte y culturales de los que podrás disfrutar durante todo el año.

La consolidación de la oferta de sol y playa bajo la marca “El Mar que Sueñas” se refuerza a través de una campaña de promoción que bajo el lema “Sí, quiero Roquetas de Mar”, refleja el compromiso del municipio con el Mar Mediterráneo en distintos segmentos que en los últimos años se han impulsado hasta lograr una oferta turística diversificada, amplia y variada que ha animado a turistas y visitantes a decantarse por Roquetas de Mar para pasar unos días de descanso según sus gustos o aficiones como disfrutar del sol, la playa, prácticas deportivas, gastronomía o sus parajes naturales.

Sí quiero, Roquetas de Mar pone en valor la identidad de este municipio a través de su apuesta e impulso del turismo sostenible y accesible, cultural, deportivo y gastronómico, todos ellos, ámbitos imprescindibles para lograr la desestacionalización del sector y atender las demandas de un turista cada más exigente y con ganas de vivir “experiencias”.

La programación cultural de Roquetas de Mar es un referente en toda la provincia, programas como a A pie de Calle se ha convertido en seña de identidad del municipio durante el verano con una

amplia oferta de actividades y espectáculos gratuitos que abarcan todos los gustos y las edades con la singularidad de que se celebra en distintos enclaves del término municipal al aire libre haciendo que las noches de verano sean especiales.

Este año se conmemora el XX Aniversario del Teatro Auditorio de Roquetas por cuyo escenario ha pasado grandes figuras de la canción, del teatro o la danza. Para celebrarlo artistas como Malú,



Pablo López o Dani Rovira han elegido este espacio escénico para el inicio de sus giras, una programación de calidad que continuará en verano con conciertos como el que ofrecerá Aitana y Luis Miguel.

Para los amantes de la tauromaquia, la feria taurina con motivo de las fiestas de Santa Ana envuelve el coso de Las Salinas en un desfile de grandes figuras del

toreo con primeros espadas como Roca Rey o Talavante.

Pero, además, podrás disfrutar de enclaves tan singulares como el Castillo de Santa Ana o del Aquarium más grande de toda Andalucía, del Aula del Mar, de su puerto pesquero, de un espectacular parque acuático y en breves fechas del centro expositivo de Roquetas de Mar “Casa Anita” en el que el visitante podrá conocer el origen, historia y desarrollo de la ciudad.

Roquetas de Mar se ha convertido en un municipio propicio para la práctica del deporte tanto en tierra como en el mar. Durante los últimos años ha acogido la celebración de importantes acontecimientos deportivos como el Campeonato de España de Triatlón cuya federación ha otorgado a este municipio la distinción de “Ciudad referente del triatlón” o la llegada

a meta de la Vuelta Ciclista España que ha posibilitado la promoción de Roquetas a nivel internacional y la oportunidad de ver en directo a auténticos deportistas de élite. Entre otras pruebas destacar la emoción de La Desértica o la llegada meta de La Clásica Ciclista de Almería. Durante el año 2023 más de 20.000 personas han participado en los distintos acontecimientos deportivos que se han celebrado en el municipio.

Aitana y Luis Miguel son dos de los grandes artistas que pasarán por la ciudad a lo largo de 2024

La práctica del golf y sus inigualables instalaciones hacen que ésta sea también una de las razones principales por los que los aficionados a este deporte eligen Roquetas de Mar para pasar sus vacaciones a lo que se unen un gran número de instalaciones deportivas en cada uno de sus núcleos urbanos en los que se pueden practicar un gran número de deportes como tenis, fútbol o pádel entre otros muchos.

Y ni que decir tiene que el litoral roquetero cuenta con 16 puntos de buceo lo que facilita esta práctica casi todos los días del año gracias a su buen clima. En definitiva, una amplia oferta de actividades deportivas acuáticas a las que se suman el windsurf, paddel surf, kayak, entre otros.

Si aprecias la buena cocina y tienes un paladar exigente podrás poner el broche de oro a tu estancia en Roquetas de Mar degustando la cocina mediterránea en la que se aúna la tradición con la restauración más vanguardista. Una fusión gastronómica que ofrece a su amplia oferta de restaurantes, bares y chiringuitos con maravillosas vistas al mar en la que productos de primera calidad que emanan de la tierra y el mar de Roquetas consiguen agudizar los sentidos del comensal más exigente. Te sugerimos que no te vayas sin probar el pescado autóctono como el salmonete, brea, pargo, lubina, dorada, gallo pedro o gallineta y el marisco como el gambón, cigala, quisquilla, gamba blanca, productos que son la base de irresistibles platos que van desde el caldo de pescado, el escabechado, de origen árabe o el arroz aparte, un plato típico marinero único en toda la provincia de Almería de la mano de los mejores restauradores.

Por sus paseos marítimos el visitante podrá tener el privilegio de contemplar bonitas puestas de sol o ver amanecer si le gusta caminar o dar largos paseos. Pero, además, los amantes de la naturaleza, podrán disfrutar del Paraje Natural de Punta Entinas Sabinar que alberga un gran número de caminos que se pueden realizar a pie o en bicicleta. En esta zona, se puede acceder a la playa Virgen de Cerrillo, ver las dunas que pueden llegar a más de 7 metros o disfrutar de las aves migratorias.

Por otro lado, entre Roquetas de Mar y Aguadulce se encuentran una zona natural de Las Salinas, el humedal de la Ribera de La Algaida con la típica vegetación mediterránea, en la que se han habilitado caminos carriles bicis para el



Roquetas de Mar cuenta con 16 kilómetros de amplias playas.

paseo, el running y el ciclismo. Destacar también, los campos de posidonia que se encuentran bajo el mar, auténticos jardines submarinos.

Sus 16 kilómetros de playas amplias no te dejarán indiferente, todas ellas, que cuentan con sus certificados de calidad y sostenibilidad, te permitirán disfrutar de jornadas soleadas y, sobre todo, podrás elegir la que más te gusta, desde la playa de Aguadulce, La Ventilla, Los Bajos, Las Salinas, La Romanilla, Urbani-



zación, La Bajadilla, Playa Serena y Playa de Los Cerrillos.

Entre sus distinciones, destacar sus ocho banderas azules, un reconocimiento internacional, seis para las playas (Aguadulce, Bajadilla, Las Salinas, La Romanilla, Urbanización y Playa Serena), una para el Puerto Deportivo de Roquetas de Mar y otra para el Aula del Mar, considerado como Centro Azul. La Q de Calidad y la S de Sostenibilidad

también la han recibido seis playas, las mismas que han logrado Bandera Azul.

En lo que se refiere a las banderas Eco-playas, ISO 9001 y Turismo Roquetas son nueve las playas galardonadas: Aguadulce, Bajadilla, Las Salinas, La Romanilla, Urbanización, Ventilla, Los Bajos, Cerrillos y Playa Serena.

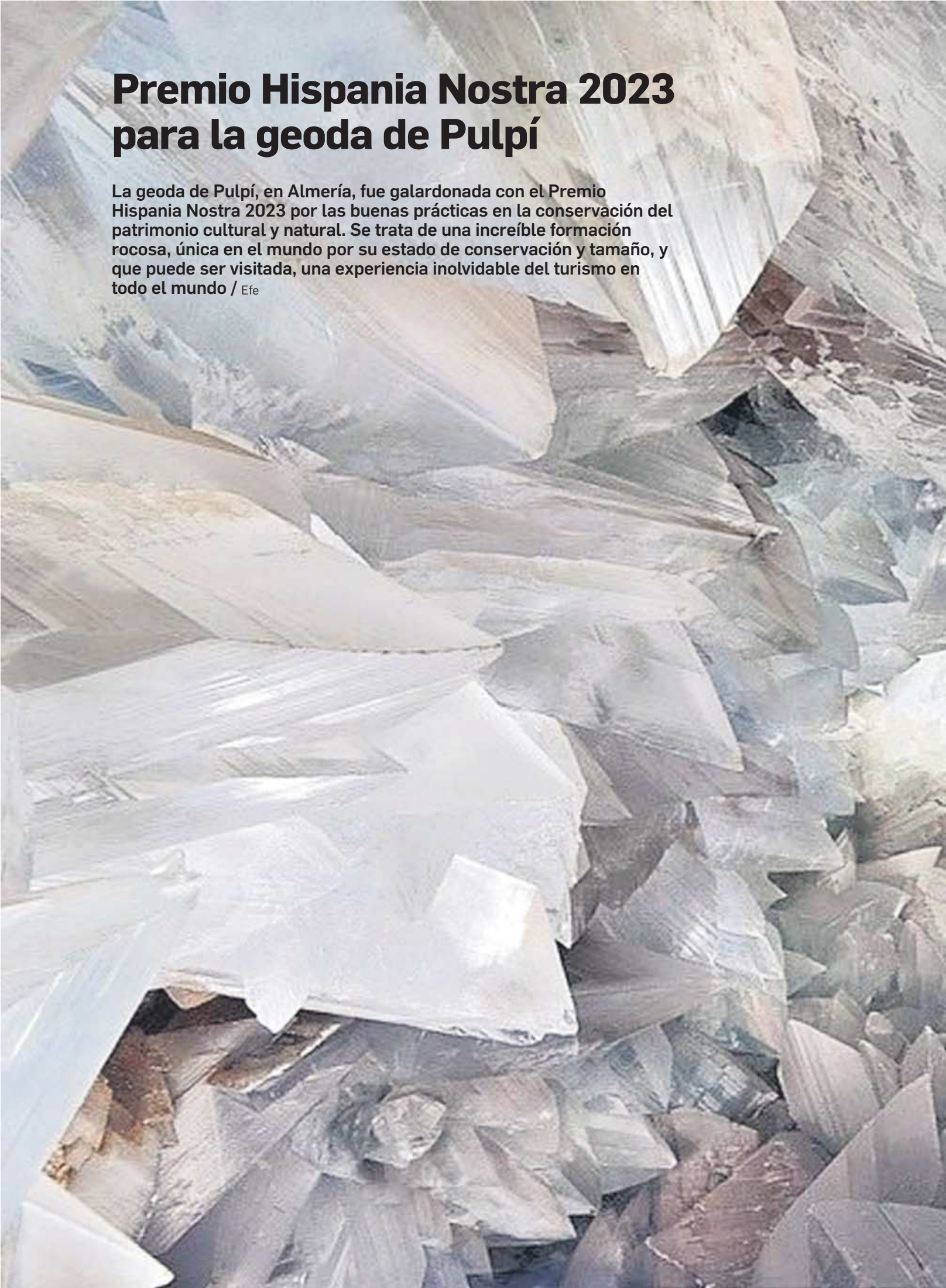
En los últimos años el Ayuntamiento de Roquetas de Mar ha hecho una gran apuesta por la accesibilidad y la modernización de los recursos y servicios en las playas. Entre ellos, cabe destacar banderas para daltónicos, aseos ostomizados, información TEA, Pulseras identificativas, zona Alfa de Aguadulce, Roquetas de Mar cuenta con puntos accesibles con zonas de sombras, pasarelas hasta la orilla y sillas anfibas en las playas de Las Salinas, Romanilla, Bajadilla, Urbanización y Playa Serena. Asimismo, se incluye una boya superficial, un sistema de control de la calidad de las aguas que permita la medición de parámetros físico-químicos, oceanográficos y meteorológicos y su transmisión en tiempo real para la monitorización en continuo de forma remota.

Roquetas de Mar tiene además seis zonas de sombra con las que cuenta en su litoral, las cuales se encuentran en las playas que tienen Bandera Azul: Aguadulce-Puerto Deportivo, Las Salinas-A la altura de Av. Polonia, La Romanilla-Paseo de Los Baños, La Bajadilla, La Urbanización-Paseo del Mar a la altura del Chiringuito La Barraca, Playa Serena-A la altura de calle Fosforito.

Por todo ello, hay razones más que suficientes para dar el 'Sí, quiero Roquetas de Mar'.

Premio Hispania Nostra 2023 para la geoda de Pulpí

La geoda de Pulpí, en Almería, fue galardonada con el Premio Hispania Nostra 2023 por las buenas prácticas en la conservación del patrimonio cultural y natural. Se trata de una increíble formación rocosa, única en el mundo por su estado de conservación y tamaño, y que puede ser visitada, una experiencia inolvidable del turismo en todo el mundo / Efe







Torremolinos: los mejores días del año

TODAS las estaciones tienen su encanto, pero es cierto que, tras el verano, los días se van acortando, y no sólo por las horas de luz, sino por la rutina. Es en esos días grises, monótonos, en los que la mente se escapa, se eleva, y tira de recuerdos soleados, de risas con la mejor compañía, de buenos ratos acompañados de una excelente comida. Los mejores días del año, las vacaciones.

Hay un lugar que escapa a esa rutina, que no entiende de estaciones y que, en este 2023, ha sido el sitio en el que más de un millón de personas de todas partes del mundo han decidido pasar esos mejores días, su tiempo libre. Han elegido Torremolinos.

La ciudad de la Costa del Sol, origen de la industria turística, ha conseguido a lo largo de este año pulverizar el que hasta ahora era el año récord del turismo, 2019. Asimismo, la ciudad ha liderado durante los meses centrales del año el número de pernoctaciones en el conjunto de Andalucía, con cifras récord desde febrero a septiembre.

Torremolinos cuenta con más de sesenta establecimientos de playa, conocidos como chiringuitos, donde se puede degustar una excelente gastronomía mientras entierras los pies en la arena, en espacios que se han reconvertido para brindar una oferta completa de ocio desde por la mañana hasta la noche.

Hacia el sur, el mar limita con la ciudad, y hacia el norte, se encuentra abrazada por la sierra. Un auténtico ecosistema natural que se puede descubrir a través de varias rutas de senderismo, disfrutar de la naturaleza, subir a la Cañada del Lobo, atalaya de la Costa del Sol; y practicar trail o descenso en bicicleta.

La Villa Deportiva de Torremolinos aún en un propio recinto piscinas olímpicas, de salto, pista de atletismo, y otros equipamientos de primer nivel al alcance de cualquier visitante que quiera hacer uso de unas instalaciones que en los últimos años se han conver-

tido en un reclamo para las élites deportivas de muy diversas disciplinas.

Torremolinos cuenta, además, con espacios únicos, vinculados a su historia y a la historia del Mediterráneo, que hunden sus raíces en la poesía, en la arquitectura, en el arte. El mirador de Sansueña, en pleno corazón de la ciudad, se erige como un balcón abierto al mar en homenaje a la Generación del 27 y a la Revista Litoral. La Casa de los Navajas, icono del Bajondillo, compone un espacio singular de belleza y paz, de reencuentro con la estética.

El Palacio de Congresos de Torremolinos es un icono de la Costa del Sol y del turismo de congresos, que atrae a miles de profesionales al año que encuentran en esta ciudad, parte esencial del área metropolitana de Málaga y a escasos kilómetros del aeropuerto, un lugar de encuentro internacional donde seguir proyectando, creando y trabajando.



La dimensión internacional de Torremolinos comienza a forjarse en los años sesenta, donde esta ciudad se convierte en un foco multicolor en un entorno que aún vivía en blanco y negro. Cuna de las libertades y de la defensa de la diversidad, esta ciudad se reivindica como destino LGTBI, no sólo como reclamo turístico, sino también comprometido con los Derechos Humanos y con la Igualdad. Múltiples eventos dan fe de este compromiso, destacando especialmente la celebración del Pride la primera semana de junio, o la Gala Drag, en febrero.

Pero Torremolinos es, sobre todo, un lugar para soñar. Para viajar a los años 50, de la mano del Rockin' Race Jamboree, para sacar los mejores disfraces con el Canela Party, para vivir una tradición centenaria, como es la procesión de la Virgen del Carmen de La Carhuela, o brindar por la vida a finales de septiembre, por San Miguel, entre carretas tiradas de bueyes en los pinares de la ciudad. Una ciudad policromática, que mezcla como ningún otro destino tradición y modernidad, naturaleza y descanso, ocio y cultura.

Hay muchas maneras de disfrutar las vacaciones, pero sólo un lugar donde sacarles el máximo partido. Gracias por elegir Torremolinos para pasar tus mejores días del año.



Islantilla

LEPE • ISLA CRISTINA
[HUELVA]



ISLANTILLA



@ISLANTILLA

www.islantilla.es

Mojácar hay que vivirla

MOJÁCAR es uno de los destinos turísticos más importantes de la provincia de Almería y sin duda uno de los más singulares del Mediterráneo. Hablar de Mojácar es hablar de un destino turístico por excelencia.

Conserva todo el sabor y encanto de la tradición e historia de los pequeños municipios, pero ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos y ofrecer lo mejor de sí misma frente al amplio abanico de expectativas que el viajero de hoy día reclama según sus gustos, necesidades o las nuevas tendencias turísticas. Todo sin perder su identidad ni su encanto.

Hoy, Mojácar se enfrenta a los nuevos retos del sector turístico con la experiencia que ofrece una larga tradición de hospitalidad y acercamiento a todas las culturas conocidas sin perder la suya propia. Ofrece la combinación perfecta entre modernidad y nuevas tecnologías en el marco de un ambiente detenido en el tiempo, que te transporta a la vida plácida, de ocio y de descanso que todos buscamos.

Mojácar forma parte de la Asociación de Pueblos más Bonitos de España desde su fundación. Un sello y garantía de calidad como lo demuestra su colaboración con la Secretaría de Estado de Turismo o su pertenencia a la Federación de los Pueblos Más Bonitos del Mundo.

Pero Mojácar es mucho más. Mojácar hay que vivirla. Más allá de su oferta de sol y playa que se prolonga casi a lo largo de todo el año, hay una Mojácar divertida, segura y tranquila que abre sus brazos a unas vacaciones que se pueden vivir en familia, donde todos sus miembros encuentran un lugar común de tiempo libre, actividades, cultura y ocio para compartir juntos.

Compartir la magia de Disney, para la que no hay edad, de sus personajes que se han establecido en Mojácar y donde se dice que nació su creador, Walt Disney.

Mojácar es uno de los primeros municipios andaluces en obtener la certificación oficial y formar parte de la Federación Española de Familias Numerosas que garantiza ser un destino familiar de calidad, tanto por la excelencia de sus playas como por su gastronomía, su dinamismo lúdico y sus servicios así como las múltiples actividades culturales y de naturaleza destinadas a ellos y desarrolladas por el Ayuntamiento a lo largo de todo el año. Garantía que cubre la estrategia y gestión turística destinada a las familias en equipamientos y servicios especializados.

Mojácar, a través de su portal turístico, comunica y difunde de manera actualizada las ofertas, descuentos y temporadas especiales, así como la gratuidad de eventos para actividades dirigidas a familias con niños.

Pero Mojácar abarca muchas opciones. Junto al turismo familiar, al de descanso, al de la cultura o el tiempo libre sin prisas ni reloj, hay otra Mojácar que vive, bulle y palpita con la juventud, el deporte, el ocio y la diversión.



Una de las típicas calles mojaqueras: estrecha, con casas encaladas y llenas de macetas

Vivir en Mojácar unos días románticos, unas vacaciones deportivas, gastronómicas, culturales, de ocio, o lo que se desee. Vibrar con sus fiestas de Moros y Cristianos, elevar la vista a cielos inabarcables donde las estrellas marcan el rumbo a su Noche de las Velas o a su Noche Romántica, a sus muchas noches que dan cabida desde adolescentes en sus viajes de estudiantes, parejas de jóvenes enamoradas hasta las no tan jóvenes.

Vivir todo un año, más allá de los meses estivales con una climatología privilegiada, pues Mojácar dispone de un abanico de posibilidades infinitas que se prolonga a lo largo de todo el año: más de 3.000 horas de sol anuales con una temperatura media que ronda los 20 °C y una temperatura marina más alta que la atmosférica que hace agradable el baño y los deportes náuticos en todas las estaciones: submarinismo, para disfrutar de sus inigualables fondos marinos, vela, surf, kitesurf, piragüismo y un sin fin de posibilidades para disfrutar de unas vacaciones en contacto con sus tranquilas costas y playas.

Aunque el Mediterráneo abraza a Mojácar a lo largo de 17

kilómetros de su costa y playas, no sólo el deporte acuático, en todas sus modalidades, tiene presencia en la localidad.

Para los amantes del senderismo o simplemente para dar un agradable paseo, Mojácar goza de senderos homologados y señalizados que transcurren a lo largo de su patrimonio natural y cultural, todos de dificultad media-baja ideales para compartir y disfrutar a todas las edades.

El Ayuntamiento de Mojácar tiene propuestas de fin de semana donde se incluyen una ruta guiada gratuita y una propuesta cultural o de ocio que hace muy atractivo un pequeño paréntesis en la rutina de la semana.

Si se quiere seguir en contacto con la naturaleza, el ciclismo ha encontrado en Mojácar lugar y sitio para la práctica de este deporte. Mojácar es el paraíso de la bicicleta. Su paisaje, su clima y la belleza de la localidad asomada al Mediterráneo, contribuyen sin duda a que no solo los nacionales sino los visitantes de media Europa elijan el destino.

Pero además otros deportes se dan cita y se benefician de su envidiable clima y entorno: la hípica, el golf y una amplia variedad de ellos sirven para completar unas vacaciones de ocio y deporte activo.

La riqueza histórica de la localidad marca todos y cada uno de sus rincones. Desde su casco antiguo, perfectamente conservado, en el que se pueden admirar restos de las culturas que han pasado y convivido en el municipio, hasta la reciente recuperación de la llamada "Mojácar la Vieja", antiguo asentamiento de la Mojácar que hoy conocemos, que sirvió de morada a los mojaqueros desde el siglo VIII al siglo XII en que se trasladaron a su nuevo emplazamiento.

Las exposiciones de arte, música en vivo, conciertos, certámenes de cine o representaciones teatrales, entre otras muchas actividades culturales, reafirman la merecida fama de Mojácar como sede de artistas.

Frente a esta riqueza histórica y cultural, Mojácar ofrece las mejores instalaciones hoteleras con más de más de 18.500 plazas, apartamentos turísticos o más de 200 restaurantes que ofrecen desde la gastronomía típica de la zona hasta la comida de cualquier lugar del mundo, siempre de alta calidad.

Tapear, bailar o tomarse una copa al borde del mar cobra un valor especial en Mojácar. Pasear por sus playas y escuchar música en vivo, admirar su entorno inigualable e integrarse en su naturaleza a través de actividades respetuosas con el medio ambiente y en cualquier época del año, hace que Mojácar sea el destino ideal para vivirlo.





TORREMOLINOS

el origen del paraíso



ConfortySabor

Hostelería con gen almeriense



Cala de los Genoveses.

PARA disfrutar de una forma completa el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar hay que saber elegir, aunque habiendo elegido este Parque Natural es difícil equivocarse. Un clima excepcional con más de 3.000 horas de sol al año y una temperatura media anual de 20º grados, conviven con una naturaleza extraordinaria en la que se mezclan las playas vírgenes con una biodiversidad única, sazonado todo con el sabor único de la cocina mediterránea.

En este lugar de ensueño nacen las raíces de ConfortySabor, un grupo hotelero y de restauración familiar oriundo de esta zona de Almería. Cinco establecimientos hoteleros y dos restaurantes se encargan de potenciar y poner en valor las bondades de la tierra y de la naturaleza.

Paco García, máximo responsable, desgrana a fondo las opciones que ofrece ConfortySabor a la hora de alojarse y degustar Almería.

- ¿Por qué el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar como ubicación?

- Por ser empresarios de la zona, desde hace dos generaciones. Al ser de aquí, autóctonos, vemos la oportunidad local del Parque Natural, además de los establecimientos que son pequeños y personalizados, que no se parecen a la oferta de otras zonas de la provincia, que tienen un turismo mucho más masificado. Tenemos un concepto muy enfocado al turismo, pensando cada experiencia que busca nuestro cliente.

- ¿Cómo se consigue esa personalización?

- Lo conseguimos teniendo un grado de atención muy alto, escuchando a nuestros

clientes y teniendo un personal muy fidelizado, que lleva muchos años trabajando con nosotros y sabe cómo desempeñar sus funciones con la máxima atención. Además, ofrecemos un producto que cuida mucho el detalle, por lo que no contamos con un servicio estándar, sino servicios personalizados y muy flexibles. En nuestros locales de restauración, tenemos recetas de la tierra, productos locales de kilómetro cero centrados sobre todo en la huerta del municipio de Níjar, que es surtida y ecológica, así como en los productos que ofrece el mar. Con todo esto conseguimos un alto número de clientes repetitivos, algo que nos empuja a seguir en esta línea. Además, el tipo de empresa, siendo una empresa local, familiar y sostenible, nos ayuda a conseguir una personalidad local muy potente.

- ¿Cuáles son los diferentes servicios que ofrecéis?

- Contamos con 5 establecimientos hoteleros, para cuatro perfiles diferentes de clientes. Tenemos 4 productos diferentes entre sí, con un concepto de calidad muy alto y una ubicación muy buena. Por un lado, contamos con Hostal del Cabo, junto

El grupo tiene cinco hoteles para cuatro perfiles de clientes, con un alto concepto de calidad y gran ubicación

al Puerto Deportivo de San José y Hostal Las Gaviotas del Cabo en la entrada de San José, ambos con una apuesta de alojamiento moderno y asequible, con opciones tanto para dos personas como habitaciones más

familiares. Nuestro hotel boutique MC San José 4 estrellas, está diseñado para que los huéspedes disfruten una gran experiencia: cuidado por los detalles, alta calidad en el servicio y unas instalaciones amplias, cómodas y con un diseño moderno y agradable.

Para una estancia más exclusiva y única contamos con Villa Singular; es nuestra propuesta de alojamiento Only Adults más exclusivo, solo 6 habitaciones sobre el mar donde los clientes más exigentes no quedan indiferentes. Y por último, hotel rural Finca el Maltés del Fraile. Se trata de un hotel rural en un espacio extraordinario donde la tranquilidad y el diseño se unen para crear un espacio único con todo lo que desees, alojamiento, eventos exclusivos, empresas.. Las diferencias en los hoteles, siendo todos pequeños y teniendo un alto grado de servicio y de calidad, es el perfil de cliente o lo que desees para un momento u otro.

Por su parte, los dos restaurantes están a pie de playa con unas vistas preciosas, uno en San José y otro en Las Negras, ambos llamados Casa Pepe. Comparten como nexo común, una decoración muy bonita y mediterránea, pero tienen sendas diferencias. Uno está en el pueblo de San José y apuesta por una cocina más tradicional y mediterránea con una apuesta firme por los arroces, verduras y los productos del mar; el otro está en Las Negras, un lugar desenfadado, bohemio y alternativo. Aquí tenemos una cocina más casual, un bar a pie de paseo marítimo y una terraza en la cubierta de todo el local con una oferta muy variada y con las mejores vistas al icónico Cerro Negro.



VILLANUEVA DE CÓRDOBA

en el corazón de la dehesa



PRÓXIMAS CITAS:

10 DE FEBRERO *XIX Fiesta de la Matanza y de la Artesanía Popular*

17 Y 18 DE FEBRERO *Carnaval. Domingo de Piñata*

17, 18, 19 Y 20 DE MAYO *Feria Chica y Romería Virgen de Luna*

DEL 6 (CABALGATA) AL 11 DE AGOSTO *Feria de agosto*

29 DE SEPTIEMBRE *Festividad de San Miguel*

13 DE OCTUBRE *Romería de llevada de la Virgen de Luna*

8, 9 Y 10 NOVIEMBRE *XXIV Feria del Jamón de Bellota 100% Ibérico DOP Los Pedroches*

GASTRONOMÍA *Ruta de la tapa, Ruta del Ibérico*



AYUNTAMIENTO
Villanueva de Córdoba

ESTACIÓN AVE VILLANUEVA DE CÓRDOBA- LOS PEDROCHES
A 20 MINUTOS DE CÓRDOBA

Más de 3.000 años de historia esperan a los visitantes que elijan disfrutar de Adra



Imagen de la costa de Adra.

A DRA cuenta con más de 3000 años de historia que le hacen ser la ciudad más antigua de la provincia de Almería y de las más longevas de España. Además, su amplio recorrido histórico y cultural, así como el enclave natural que la conforma, la designa como una de las principales potencias del Mediterráneo, tierra de pescadores y comerciantes que, proyectada dentro de Andalucía y España, es un referente a lo ancho y largo de la geografía.

La ciudad milenaria cuenta con uno de los puertos pesqueros más antiguos y una lonja de referencia

Este municipio costero destaca en muchos aspectos, pero su gastronomía y producción, tanto del mar como de la huerta, lo consolidan como reclamo turístico de los paladares más exquisitos de la cocina tradicional. Con uno de los puertos pesqueros más antiguos, una lonja referente en ciudades colindantes y 14 kilómetros de playas con distintivos de Bandera Azul y Q de Calidad Turística es evidente que la conexión con el mar es una de las señas de identidad de Adra.

No es menos su dedicación al cultivo de alimentos y es que las más de 1500 hectáreas de producción de frutas y hortalizas son factor de impulso de esta tierra en todo el mundo. Productos a kilómetro cero con los que los excelentes hosteleros almeritanos preparan platos que no dejan indiferente a nadie. Y es que Adra cuenta con una amplia variedad de bares y restaurantes donde degustar tanto platos de la cocina tradicional milenaria como recetas modernas. A esa gran oferta se ha sumado recientemente el conocido como Muelle Gourmet, junto a la pasarela sobre el mar transitable. Un lugar donde degustar la

gastronomía abderitana a escasos metros del mar. Los centros museísticos que alberga esta ciudad representan esa puesta en valor del patrimonio histórico y cultural almeritano, como es el dedicado a la tradición marinera, el Centro de Interpretación de la Pesca, con un recorrido por el pasado fenicio en el reflejo de las embarcaciones como la jábega, el remo y la vela o la actual traíña. Por su parte, el Museo de Adra, contempla piezas arqueológicas procedentes del Cerro Montecristo y donaciones de coleccionistas privados, así como un recorrido por la historia de las Albuferas de Adra, una reserva natural protegida con abundante biodiversidad y preservación que cuenta con más de 140 especies de aves.



El Juergas Rock, el gran festival.

Otro reclamo turístico de categoría de la historia de la ciudad milenaria es el Centro de

Interpretación de la Agricultura en el Molino del Lugar dotado de la más puntera tecnología para una explicación interactiva del pasado, presente y futuro del sector agrario en el municipio. Asimismo, la fábrica de la Azucarera es uno de los monumentos más relevantes, reliquia del cultivo y transformación de la caña de azúcar. El más reconocido signo de identidad en la ciudad es la Torre de los Perdigones, perteneciente a la antigua fábrica de fundición de plomo de San Andrés, que además cuenta con los Refugios Antiaéreos de la Guerra Civil, de gran interés entre visitantes a la antigua Abdera.

Adra es una ciudad que da pasos de gigante en el sector turístico y que avanza como una ciudad apetecible para vivir, pero también para visitar y pasar unos días, especialmente durante la época estival, ya no solo por su gran variedad de playas y calas vírgenes, sino por los eventos culturales que ofrece. No puede hablarse del verano de Adra sin referirse al festival Juergas Rock Festival, un evento más que consolidado en la ciudad, que celebrará este 2024 su undécima edición y que acoge a más de 40.000 juerguistas procedentes de todos los puntos de España en los primeros días de agosto, en los que reina el punk-rock, la buena música y el mejor ambiente.

En definitiva, son un sinfín los motivos que catalogan a la ciudad de Adra como un paraíso, la huella imborrable de su historia en los rincones que la conforman, los sabores auténticos de la tierra mediterránea o la visita a su riqueza patrimonial. Una ciudad con encanto con un pasado memorable, un presente transformador y un futuro prometedor.

En definitiva, son un sinfín los motivos que catalogan a la ciudad de Adra como un paraíso, la huella imborrable de su historia en los rincones que la conforman, los sabores auténticos de la tierra mediterránea o la visita a su riqueza patrimonial. Una ciudad con encanto con un pasado memorable, un presente transformador y un futuro prometedor.



¡Disfruta de los mejores productos de la provincia de Almería en **una experiencia gastronómica única!**



TONY GARCÍA
Espacio Gastronómico



Reservas: 673 380 270
Av. Mediterráneo, 281. Almería
Junto a Avenida Hotel
tonygarciaespaciogastronomico.com





"Tus playas de invierno" ofrece actividades gratuitas lúdico-saludables en la costa veratense.



Vera sigue creciendo como destino de teletrabajo.

Vera encuentra la fórmula para desestacionalizar su oferta turística

COMBATIR la estacionalidad turística en destinos tradicionales de sol y playa es un antiguo anhelo de empresarios y gobernantes que han intentado, desde siempre y por todos los medios, desarrollar diferentes estrategias con el fin de reducir las temidas fluctuaciones de turistas durante las temporadas altas y bajas para mantener un flujo constante de visitantes a lo largo del año.

El Ayuntamiento de la localidad de Vera (Almería), a través del área de Promoción de la Ciudad, consciente de los con-

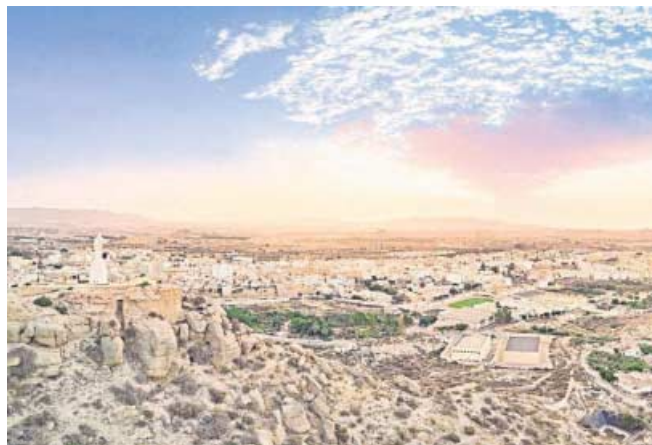
El proyecto "Tus playas de invierno" ha llenado de vida y actividad la costa de Vera tras el verano

dicionantes que influyen a la hora de elegir destino, ha puesto en marcha el proyecto "Tus playas de invierno" con el objetivo de dar a conocer la versatilidad de sus playas fuera de la temporada estival, donde vecinos y visitantes disfrutan del invierno bajo el sol. La iniciativa contempla un amplio programa de actividades gratuitas lúdico-saludables en las playas veratenses, pensado para todos los públicos y edades durante los fines de semana de otoño, invierno y primavera.

Otra estrategia en la que está trabajando Vera es la de encontrar nuevos públicos que puedan viajar a lo largo de todo el año, atrayendo en este caso al munici-

pio a nómadas digitales. Captar nuevos perfiles de profesionales que quieren trabajar sin renunciar a la opción de conocer y establecerse en nuevos destinos, con una alta calidad de vida, es uno de los principales objetivos del consistorio. Desde la puesta en marcha de este proyecto, se han recibido centenares de consultas a través del servicio personalizado de asesoramiento que el ayuntamiento tiene activado (www.bienvenidoavera.com).

Otra iniciativa para diversificar la oferta turística del municipio fuera de temporada alta se centra en un ambicioso proyecto de puesta en valor de los recursos culturales del destino. Más concretamente, en el desarrollo de un parque arqueológico visitable en el yacimiento del



Vista de Vera desde el cerro del Espíritu Santo.

Cerro del Espíritu Santo, donde se asentaba la antigua ciudad medieval de Bayra sepultada por un terremoto en 1518. El Proyecto General de Investigación que se viene ejecutando en los últimos años contempla diversas actuaciones

La iniciativa "Vera Ciudad de Teletrabajo" está asentando población en el litoral veratense

arqueológicas, además de la adecuación y puesta en valor de todo el entorno.

Muestra de que esta fórmula funciona es que varios hoteles de la costa ahora permanecen abiertos durante todo el año, al igual que diversos negocios de hostelería de la zona. Vera es, además, el municipio de Almería con mayor volumen de viviendas con fines turísticos y con la renta per cápita más alta de la provincia y, en definitiva, uno de los municipios con mayor dinamismo y con mayores perspectivas de crecimiento de todo el Levante.



- **INTERIOR.** Tesoros ocultos de la comunidad
- **MONUMENTOS.** Patrimonio milenario
- **CINEGÉTICA.** Otra forma de disfrutar
- **NÍJAR.** Destino de película
- **DIPUTACIÓN DE JAÉN.**

Gastronomía y oleoturismo enriquecen la oferta del paraíso interior jiennense

- **VÍCAR.** El municipio presume un año más en Fitur de su amplio abanico de posibilidades

- **IRYO.** Consolidará este 2024 su crecimiento con interesantes cambios para el viajero

- **EL EJIDO.** Un viaje gastronómico de la agricultura sostenible

Turismo de **interior**



Tesoros ocultos de la comunidad



Pasarela del Caminito del Rey en Málaga.



Paisaje de la Sierra de Cazorla, nacimiento del Guadalquivir.

Macarena González

ANDALUCÍA, conocida por su diversidad cultural, alberga grandes tesoros ocultos en su interior que cautivan a los viajeros que buscan descubrir la autenticidad de la región.

El turismo de interior en esta comunidad autónoma ofrece una experiencia diferente, lejos del bullicio de las costas y las ciudades, mostrando paisajes pintorescos así como tradiciones arraigadas que son las grandes desconocidas de esta tierra.

Sin duda, la gastronomía y el deporte son los grandes atractivos en este tipo de turismo. La oferta gastronómica se caracteriza por platos tradicionales elaborados con ingredientes frescos y locales, mientras que en las actividades deportivas destacan los senderos y rutas que atraviesan diferentes lugares permitiendo descubrir paisajes impresionantes.

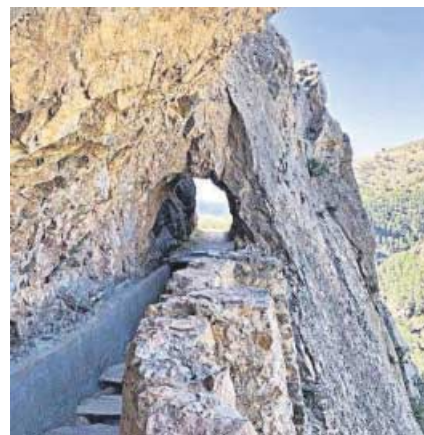
Como zonas de interior, cabe destacar la Alpujarra, tanto almeriense como granadina. Situada en ambas provincias entre Sierra Nevada y el mar, la Alpujarra cautiva con sus pueblos blancos encaramados en las laderas de las montañas. Destacan de esta zona los municipios de Pampaneira, Capileira y Soportújar en la provincia granadina donde los visitantes pueden además disfrutar de una gastronomía única que fusiona las influencias árabes y españolas, como el plato alpujarreño o el vino de la región. El senderismo en la zona almeriense contempla gran variedad de rutas



Pampaneira y sus calles con telares en la Alpujarra Granadina.



Un lugar encantado, Soportújar, el pueblo de las 'brujas'.



Ruta de la hidroeléctrica en Laujar de Andarax.

como el Sendero de la Hidroeléctrica en Laujar de Andarax o el Sendero de Las Canales entre Padules y Almócita.

El Caminito del Rey, es también un sendero que posee el gran protagonismo del turismo de interior en la provincia de Málaga. Una pasarela suspendida en las paredes del desfiladero de los Gaitanes que ofrece una experiencia emocionante para los amantes de la aventura y la naturaleza.

Si hablamos de turismo de interior tampoco podemos dejar de descubrir el entorno del Parque Natural Sierra de Cazorla, Segura y Las Villas. El mayor espacio natural protegido de España es un auténtico paraíso para los amantes de la naturaleza.

En definitiva, este es un turismo en el que los viajeros encuentran en los rincones más recónditos de Andalucía un universo por explorar.

LOS MEJORES MONUMENTOS

1) ALCAZABA DE ALMERÍA

Asentada en un cerro desde el que se domina la ciudad y la bahía de Almería, destaca por su importante capacidad defensiva y su gran visibilidad sobre el mar, que llega hasta 55 km en días claros. La fortaleza forma, junto al lienzo de muralla del cerro de San Cristóbal, uno de los más impresionantes conjuntos monumentales defensivos medievales de Al-Andalus.

2) CATEDRAL DE CÁDIZ

Conocida por los gaditanos como la Catedral Nueva, fue edificada en el S.XVI sobre la antigua Catedral gótica mandada construir por Alfonso X El Sabio.

3) LA MEZQUITA

El Conjunto Monumental Mezquita-Catedral de Córdoba resume como pocos la identidad andaluza. La complejidad de la historia muestra aquí una de sus manifestaciones más bellas. Un edificio vivo en el que se integran las capas históricas pertenecientes a diferentes culturas y civilizaciones

4) LA ALHAMBRA

Entrar en este complejo arquitectónico

sumergirá al visitante de lleno en la cultura andalusí. A través de sus jardines, sus palacios, sus torres y sus puertas podrás transportarte a una época de gran esplendor y conectar con una civilización que dejó su huella en la ciudad de una forma determinante para convertirse en lo que es hoy en día.

5) MUELLE DE LA RÍO TINTO

Este histórico Muelle del Tinto es el antiguo embarcadero de material procedente de los yacimientos de Minas de Riotinto, explotados por la empresa británica minera "Rio Tinto Company Limited". Fue construido a finales del Siglo XIX sobre el río Odiel. En su momento supuso una gran avance de la ingeniería de la construcción en hierro, precedente de estructuras como la Torre Eiffel.

6) CASTILLO SANTA CATALINA

El Castillo de Santa Catalina se alza sobre uno de los parajes más espectaculares de la provincia de Jaén, el Cerro de Santa Catalina, desde el cual se puede divisar prácticamente todo el territorio provincial: al norte y al oeste la campiña y Sierra Morena, un territorio

fértil surcado por el valle del río Guadalquivir, un lugar repleto de olivos; al sur se extiende la Sierra Sur de Jaén y los parques periurbanos Santa Catalina y Monte la Sierra; y al este Sierra Mágina, un territorio vinculado durante siglos a la frontera del Reino de Granada.

7) CASTILLO DE GIBRALFARO

La fortaleza de Gibralfaro domina toda la ciudad, encontrándose enclavada en la cresta de un alargado monte situado a 132 metros sobre el nivel del mar, cuyas escarpadas laderas descienden hacia el mar y hacia la ciudad.

8) LA GIRALDA

Tiene la estructura clásica de los alminares almohades que se seguirá usando durante siglos en la mayoría de los campanarios mudéjares. Está compuesta por un prisma central de base cuadrada, rodeada por los cuatro muros externos. La decoración exterior se basa en vanos biforos o ajimeces, bien con arcos de herradura semicirculares o polilobulados, rodeados por alfiz y acogidos por otro gran arco lobulado apuntado.

Patrimonio milenario

David García

ANDALUCÍA es sinónimo de patrimonio. Así lo atestiguan los cientos de vestigios monumentales que alberga la comunidad autónoma a lo largo y ancho de su geografía, que gracias a la influencia de multitud de culturas desde la Prehistoria ha obtenido un prolífico legado capaz de trascender al paso del tiempo durante miles de años.

Andalucía tiene en su haber hasta nueve conjuntos monumentales que son declarados Patrimo-

nio de la Humanidad por la UNESCO, todos ellos ineludibles para el visitante.

Perderser por las vetustas calles del barrio granadino de El Albaicín, complacerse en la majestuosidad de La Alham-

bra y el Generalife, quedar maravillado con el Alcázar, la Catedral y el Archivo de Indias de Sevilla o dejarse llevar por el olor a azahar de las angostas calles del centro histórico de Córdoba son solo algunos de las alternativas que ofrece esta milenaria comunidad autónoma.



María José Uroz

LA caza es un activo turístico, cultural y deportivo en Andalucía cada vez más en auge. Es incluso una forma de vida para muchos titulares de cotos privados o aficionados a la actividad. Así lo manifiestan las propias sociedades de cazadores y empresas ligadas a este mundo de la cinegética, que aseguran que a pesar de la crisis económica “cada vez son más los amantes de este de-

La cinegética, otra forma de disfrutar

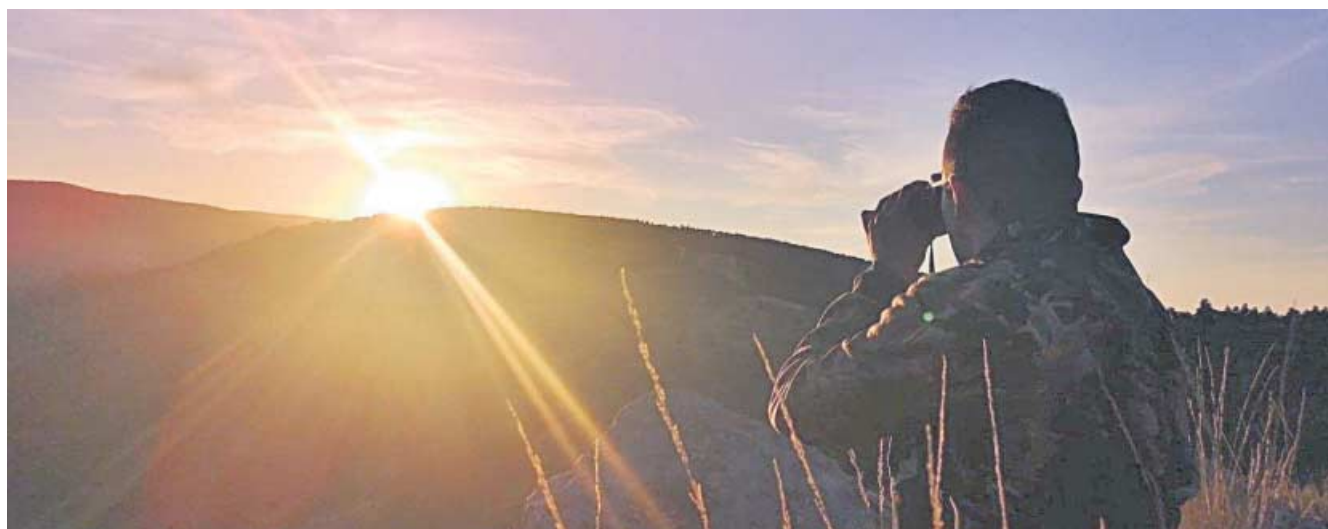
porte que se interesan por venir a las sierras de la región a cazar un trofeo o a disfrutar de alguna de las modalidades que se ofrecen a lo largo del año”.

Pero no solo son aficionados de Andalucía o españoles los que se hacen con alguno de los recechos, batidas o monterías que se ofertan, sino que cada vez son más los extranjeros que acuden en busca de las mejores reses y de las más espectaculares experiencias que conjugan deporte, turismo, naturaleza y aventura. La mayoría atraídos por la experiencia de cazar en la Sierra de Los Filabres de Almería, en Sierra Morena en Córdoba, en Andújar de Jaén, en Ronda de Málaga o en Doñana de Huelva, por nombrar sólo algunos de los enclaves más característicos. Y otros atraídos por la publicidad que difunden las sociedades de cazadores o empresarios.

La peculiar orografía andaluza, la riqueza de sus campos y una naturaleza generosa y llena de vida hacen de esta comunidad el lugar ideal para la caza de especies de todo tipo. La actividad cinegética se desarrolla dentro del estricto respeto a la naturaleza. Fruto de ello es la cría de ejemplares para su repoblación que han regenerado y mantenido diversos ecosistemas.



La peculiar orografía andaluza hace que los amantes de la naturaleza disfruten de experiencias únicas.



La riqueza de los campos y una naturaleza generosa y llena de vida hacen de Andalucía el lugar ideal para la caza de especies de todo tipo.

Andalucía ofrece maneras de cazar tan características y genuinas como la montería andaluza, los lances de jabalíes en Doñana o el correr liebres por la campiña. Además de aprovechar para ojeos la abundancia en sus campos de perdiz roja y el delicioso mancho-neo de conejos en el que también se lucen los podencos ligeros.

Si a estas ventajas naturales para el desarrollo de la actividad cinegética se suman las actividades complementarias paralelas, se obtiene como resultado un turismo alternativo de alta calidad, que incluye recorridos por rutas monumentales y poblaciones ricas en tesoros artísticos, el placer de acercarse a las costumbres de una tierra y a sus gentes, y la posibilidad de disfrutar de la riqueza de su gastronomía en la que la caza juega un papel decisivo.

Los restaurantes, principalmente en la época de caza, se afanan en distinguir en sus cartas los alimentos necesarios para elaborar tradicionales e innovadores platos de caza que también se han convertido en un reclamo turístico importante. El visitante tiene la oportunidad de disfrutar del arte culinario en distintas dimensiones, desde los almuerzos camperos que reconfortan las jornadas de caza hasta los restaurantes más exclusivos que convierten las piezas en un deleite para los sentidos. Destacan especialmente por su especialización en este tipo de elaboraciones los establecimientos hosteleros de Arroyo Frío, en la provincia de Jaén.

Dónde practicarlo

En Andalucía se pueden encontrar multitud de espacios legalmente establecidos para la práctica de este deporte, denominados cotos de caza. Desde la espesura de las sierras norteñas, pasando por las inmensas llanuras marismeñas, hasta la campiña sevillana o las tierras llanas del Guadalquivir... un sinfín de espacios en los que es posible disfrutar de una jornada de caza gozando de entornos naturales de espectacular belleza.

No obstante, las zonas más ricas dentro de la cinegética son sin duda Córdoba y Jaén, especialmente dentro de la modalidad de caza mayor que es actualmente la que concentra la mayor oferta y reclamo para los aficionados de países como Alemania, Hungría, Bélgica.



TIERRA DE CINE, DOCUMENTALES Y SERIES

Cualquiera de las ocho provincias de Andalucía ha sido escenario, y cada vez más, de grabaciones de documentales de caza o naturaleza, series y programas de televisión que tienen que ver con la cinegética. Productoras de todo el mundo se han fijado en la grandeza de una comunidad bella en sus paisajes interiores y costeros.

LOS DATOS

LA CAZA EN CADA UNA DE LAS PROVINCIAS

Almería: De la caza menor destaca la presencia de la perdiz roja, la liebre ibérica, la paloma torcaz y la codorniz. En caza mayor, el jabalí, el ciervo, el corzo y el muflón.

Jaén: Ciervos, cabras monteses, jabalíes, gamos, muflones y corzos habitan las sierra, además de conejos, liebres, perdices, zorzales, palomas y tórtolas que pueblan todo el territorio.

Granada: La perdiz, el conejo, la liebre, el jabalí, el ciervo y el muflón.

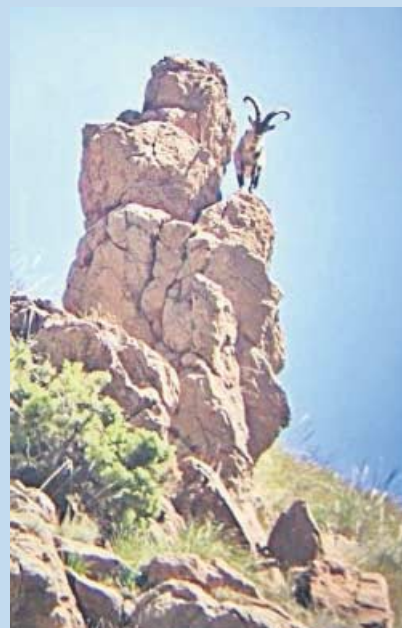
Málaga: En caza menor destaca la perdiz, el conejo, la liebre y la paloma; y en mayor, el ciervo, el jabalí, la cabra montés y el muflón.

Córdoba: Paloma dorada, paloma ala manchada y lora común, además de Jabalí europeo, chanco cimarrón, ciervo colorado, ciervo axis, ciervo dama.

Cádiz: Para la caza mayor destacan las zonas serranas y el área de alcornocales con las especies cinegéticas propias de caza mayor como son el ciervo, gamo, jabalí, cabra montés y el corzo morisco.

Sevilla: Jabalí, perdiz, conejo, ciervo y corzo.

Huelva: Perdiz, liebre, conejo y el faisán, además de ciervo, jabalí y corzo.



LA GASTRONOMÍA, UN ATRACTIVO MUY IMPORTANTE

La gastronomía es un atractivo turístico más de la comunidad andaluza. Se puede decir que es uno de los más importantes. Muchos viajeros vienen al sur de España para deleitarse con sus platos y productos más característicos, entre ellos las carnes de caza, con las que se elaboran guisos y otras recomendaciones exquisitas.

Níjar, destino de película

Nunca resulta exagerado calificar a Níjar como un “superpueblo” si lo que tratamos es definir con precisión la rica variedad de la oferta turística que podemos disfrutar en este espectacular rincón almeriense. En efecto, en el amplio término municipal nijareño —hasta 600 kilómetros cuadrados de superficie— encontramos mil y un contrastes que, cada año, sacian los deseos de cientos de miles de turistas. Es sabido que no sólo de pan vive el hombre, del mismo modo que no sólo de las espectaculares playas del Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar viven los nijareños. Por supuesto que las playas y calas del Cabo suponen el reclamo local más conocido, el mismo que logra atraer visitantes procedentes de todo el planeta. Pero en Níjar hay mucho más por descubrir.

Sin ir más lejos, la propia Villa de Níjar

es, en sí misma, un destino de paso obligado para los amantes del turismo rural. No en vano, forma parte del selecto club de ‘Los Pueblos Más Bonitos de España’, un logro obtenido gracias a sus hermosas calles y plazuelas, una bucólica belleza que no deja indiferente al visitante, así como a su rica gastronomía, a su excepcional clima, a sus gentes hospitalarias y, cómo no, a su artesanía ancestral. De hecho, los artesanos de Níjar son un atractivo turístico más, y nos ofrecen productos manufacturados de cerámica, jarapa y esparto que se exportan por toda España e, incluso, por países como Holanda o Reino Unido. Además, podemos visitar a algunos de estos maestros artesanos trabajando en sus talleres y conocer in situ cómo, mediante técnicas transmitidas de generación en generación, consiguen dar forma a esos codiciados productos que tan buena fama han adquirido, y que hacen de la artesanía de Níjar uno de los principales fuertes en lo que a turismo cultural se refiere.

El casco histórico de la Villa nos brinda es-



La alfarería es uno de los oficios más antiguos y característicos del municipio de Níjar, que dota sus calles y rincones de un encanto muy especial.



Alcalde y concejal de Turismo de la Villa de Níjar pasean por sus preciosas calles.

La Villa de Níjar es en sí misma un destino de paso obligado para los amantes del turismo rural

que recogen toda la esencia andalusí de Níjar. De bellísima factura es también la iglesia, del siglo XVI y estilo mudéjar, donde destaca el espectacular techado de madera, y que fue construida durante el reinado de Carlos I. En ella se puede observar su escudo en la torre-fortaleza, así como el reloj, que es el original. A todo lo anterior hay que sumar que Níjar no es ajena al auge del turismo rural que se viene produciendo de un tiempo a esta parte, de modo que cada vez son más los alojamientos rurales con encanto que proliferan de un

tampas bellísimas, enriquecidas además con ese sutil toque de magia y encanto que le dan sus tradiciones artesanas, donde se nos invita a perdernos por barriadas cautivadoras, como el barrio del Portillo y el barrio de la Atalaya,

tiempo a esta parte, ya sea en la Villa, ya sea en los alrededores de otros núcleos, como Rodalquilar, el Pozo de los Frailes, Huebro, o Los Albaricoques.

Y hablando de Los Albaricoques, toca hablar de cine. Porque en esta localidad nijareña se han rodado más de un spaghetti western de esos que todo el mundo ha visto aunque sea una vez en su vida. Y para muestra, unos pocos botones: ‘La muerte tenía un precio’ de Sergio Leone, con el duelo entre Clint Eastwood y Lee Van Cleff, así como las otras dos películas que conforman la denominada Trilogía del dólar, a saber: ‘Por un puñado de dólares’ y ‘El bueno, el feo y el malo’. También aquí se rodó ‘Tepepa’ con el gran Orson Welles, y ‘Los cuatro salvajes’ o con Anthony Steffen, por citar sólo dos ejemplos. Pero como decíamos al principio, el término municipal de Níjar es muy extenso, y en sus dominios se han rodado otras muchas legendarias películas, que han visto en sus paisajes platós

naturales de cine exclusivos en todo el mundo. Que se lo digan a Steven Spielberg, que rodó en la playa de Mónsul la mítica secuencia de ‘Indiana Jones y la Última Cruzada’ en la que Sean Connery derriba a un avión nazi espantando a una bandada de gaviotas ante la atónita mirada de Harrison Ford. Y por no extendernos demasiado, en éstos y en otros enclaves nijareños se han rodado parte de títulos como ‘Sierra Maldita’, ‘Lawrence de Arabia’, ‘Cara a cara’, ‘El día de la ira’, ‘Patton’, ‘Agáchate, maldito’, ‘Marco Antonio y Cleopatra’, ‘El hombre que perdió su sombra’...

En resumen: Níjar es un destino de película, pues atesora paisajes y enclaves de cine que nadie debería dejar de descubrir. Y sin dejar de lado que esa vertiente de turismo más cultural se ve reforzada cuando esos lugares mágicos se sazonan con monumentos y edificios históricos, como pasa con El Cortijo del Fraile, con la torre de los Alumbres, con el Faro de Cabo de Gata, con el castillo de San Felipe, con los molinos de Fernán Pérez, o con el poblado minero de Rodalquilar. “Somos plenamente conscientes de que en Níjar contamos con un potencial inmenso a la hora de atraer visitantes más allá de la oferta de ‘sol y playa’, pues tenemos historia, cultura, artesanía naturaleza y encanto rural, y nuestra tarea es potenciar todo eso al mismo tiempo que generamos una agenda atractiva durante todo el año”, ha explicado el alcalde de Níjar, José Francisco Garrido.

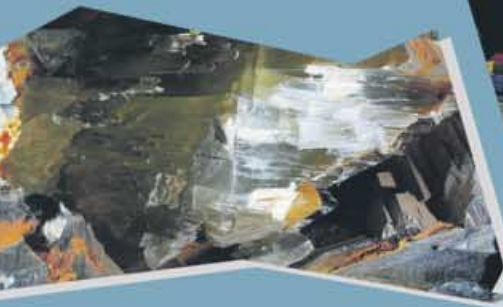
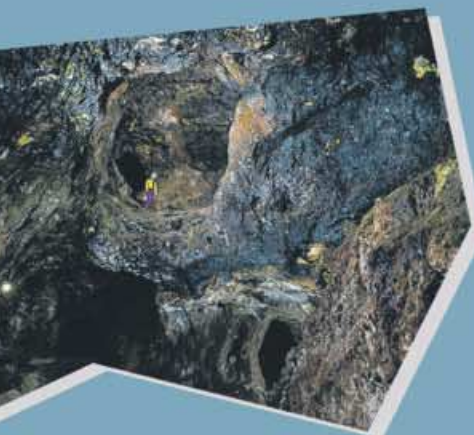
En resumen: Níjar es un destino de película, pues atesora paisajes y enclaves de cine que nadie debería dejar de descubrir. Y sin dejar de lado que esa vertiente de turismo más cultural se ve reforzada cuando esos lugares mágicos se sazonan con monumentos y edificios históricos, como pasa con El Cortijo del Fraile, con la torre de los Alumbres, con el Faro de Cabo de Gata, con el castillo de San Felipe, con los molinos de Fernán Pérez, o con el poblado minero de Rodalquilar. “Somos plenamente conscientes de que en Níjar contamos con un potencial inmenso a la hora de atraer visitantes más allá de la oferta de ‘sol y playa’, pues tenemos historia, cultura, artesanía naturaleza y encanto rural, y nuestra tarea es potenciar todo eso al mismo tiempo que generamos una agenda atractiva durante todo el año”, ha explicado el alcalde de Níjar, José Francisco Garrido.



Visita Pulpí

La Geoda de Pulpí, el Castillo de San Juan de los Terreros, la exposición del pintor Pedro Antonio y la sala de minerales luminiscentes en el Espacio Escénico de Pulpí.

Un descubrimiento a tu alcance.



¡Reserva ya tu entrada! ☎ 950 96 27 27

www.pulpí.es

www.geodapulpi.es



Gastronomía y oleoturismo enriquecen la oferta del paraíso interior jiennense



Oleoturismo en la provincia jiennense.

La provincia de Jaén ofrece infinidad de atractivos para vivir experiencias distintas en un entorno poco masificado y con una oferta turística que destaca por su calidad y singularidad, así como por su belleza natural y monumental, lo que convierte a este territorio en un auténtico paraíso interior donde también se puede disfrutar de una reconocida gastronomía y de la milenaria cultura que gira en torno al olivar.

En Jaén, el viajero siempre encuentra motivos para volver. Entre otras muchas opciones, se pueden practicar actividades de turismo activo y de naturaleza gracias a que este territorio cuenta con la extensión de espacios protegidos más grande de España y cuatro parques naturales, entre ellos el de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, que es el segundo mayor del continente europeo.

Junto a este espacio natural, son también de visita obligada el Parque Natural de Sierra Mágina, el de Sierra de Andújar y el de Despeñaperros. Asimismo, en este paraíso interior se encuentra el bosque humanizado más grande del mundo, integrado por los más de 66 millones de olivos que tapizan casi todo el territorio provincial. Un paisaje que parece infinito por momentos, que es único en todo el planeta y que diferencia a Jaén de cualquier otro lugar. Este infinito mar de olivos es la puerta de entrada para el turista que quiera sumergirse en la cultura del olivar y del aceite de oliva, que convierte a Jaén en el destino idóneo para la práctica del oleoturismo.

Cerca de 150 recursos distribuidos por esta

provincia andaluza conforman una experiencia turística que cada vez gana más adeptos atraídos por la excelsa calidad de los aceites de oliva jiennenses, los mejores del mundo. Unos aceites de oliva virgen extra que elaboran con mimo los productores jiennenses, que aspiran a lucir en sus botellas la etiqueta Jaén Selección, que concede anualmente la Diputación Provincial a los 8 mejores AOVEs de cada cosecha.

Si la actividad agota las fuerzas del intrépido viajero, Jaén también ofrece spas y balnearios para descansar y, sobre todo, una excepcional gastronomía que se ha situado como un importante reclamo turístico gracias al buen hacer de una nueva generación de restauradores que sacan el máximo partido a los productos de calidad que se elaboran en esta tierra y al aceite de oliva virgen extra. Precisamente a partir de este producto básico de la Dieta Mediterránea se articula una oferta culinaria que despunta a nivel nacional, ya que en el último lustro cinco chefs jiennenses han logrado una estrella Michelin, certificando así la excelencia de la cocina jiennense.

Tradicición y vanguardia confluyen en estos fogones para deleitar al viajero con una gastronomía en la que junto al oro líquido jiennense se pueden degustar excelentes carnes de monte, embutidos, quesos, dulces y pro-

ductos de huerta. Muchos de ellos pueden tomarse en las famosas tapas, pequeños y exquisitos bocados que permiten saborear lo mejor de esta tierra.

Junto al bosque de olivar jiennense se esconde un patrimonio natural, cultural e histórico de gran singularidad y belleza. Algunas de las ciudades y pueblos de la provincia de Jaén atesoran verdaderas joyas arquitectónicas, y sin duda, el mejor Renacimiento del Sur de Europa. Úbeda y Baeza, ciudades Patrimonio de la Humanidad, son los máximos exponentes de este estilo junto a la Catedral de Jaén.

La privilegiada situación geográfica de esta provincia del interior de Andalucía, al encontrarse en un cruce de caminos entre el norte, el sur y el este de la Península Ibérica, situó a Jaén como una tierra de frontera que actualmente concentra el mayor número de castillos y fortalezas del continente europeo. El visitante puede viajar a otras épocas siguiendo la Ruta de los Castillos y las Batallas del Reino de Jaén, que reúne buena parte de las atalayas mejor conservadas de la provincia, entre las que destacan los castillos de Baños de la Encina, Alcaudete y Segura de la Sierra o la fortaleza de La Mota en Alcalá la Real.

Y si de viajar en el tiempo se trata, el paraíso interior jiennense es el mejor lugar para conocer la primera civilización que dejó su huella en el territorio peninsular. A través del producto turístico "Viaje al tiempo de los iberos" y de sus distintas paradas, cualquier turista puede conocer cómo vivió y entendió la vida este pueblo que dejó en la provincia de Jaén infinidad de vestigios y un legado que no tiene parangón en nuestro país, como se puede comprobar en los yacimientos de Cástulo (Linares), Puente Tablas (Jaén), Cerrillo Blanco (Porcuna) o Toya, en Peal de Becerro.

Ligadas a estos productos turísticos, el viajero tiene al alcance numerosas y variadas propuestas culturales y de ocio en los distintos municipios jiennenses, con festivales de música, danza y teatro, actividades que trasladan al viajero a la época del Medioevo o el Renacimiento, o la recreación de acontecimientos que han cambiado el curso de la historia española, como la Batalla de Bailén.

Más información en la web: www.jaenparaísointerior.es



La provincia de Jaén es el lugar ideal para disfrutar de actividades singulares en un entorno sin masificar



ConfortySabor

HOTELES & RESTAURACIÓN



Cabo de Gata-Níjar, la oferta más completa de alojamiento y restauración

Cabo de Gata-Níjar: Your best options for lodging and dining



**PARQUE NATURAL
CABO DE GATA - NÍJAR**

Almería, Andalucía, Spain

Promo especial Fitur

CÓDIGO: **FITUR24**



+34 950 611 111

vacaciones@confortysabor.com

www.confortysabor.com

Vícar presume un año más en Fitur de su amplio abanico de oportunidades



Vícar cuenta con un amplio patrimonio histórico, cultural y arqueológico.

El municipio de Vícar concurre un año más a la Feria Internacional de Turismo (Fitur) para dar a conocer el amplísimo abanico de oportunidades que ofrece como eje central del Turismo Activo en el sur de España. Así, contará con doble presencia en la feria mediante su participación, por un lado, en el pabellón de Andalucía, en el stand de Almería y, por otro, en el de Pueblos Mágicos de España, entidad a la que pertenece desde hace varios años.

El patrimonio histórico, cultural y arqueológico de Vícar constituyen gran parte de su atractivo turístico donde este año destaca,

La novedad de este año es la calificación como BIC del Conjunto Hidráulico de Carcauz por la Junta

en el marco de la Sierra de Gádor, como el Barranco del Cura, donde pueden admirarse diversos vestigios de la cultura Prehistórica de El Argar.

Pero sin duda, los acueductos romanos conforman lo más relevante del legado histórico de Vícar donde se encuentran el Puente de los Poyos, el inacabado Por Rematar y el majestuoso Veinte Ojos. El acueducto de los Veinte Ojos sirve de lindero entre Vícar y Félix y emerge en este entorno rural como una de las construcciones de mayor belleza y antigüedad en la provincia. En su primer piso presenta un arco por el que discurre el agua

del barranco cuando se forman fuertes crecidas. En el piso intermedio se observan nueve pequeños arcos, y coronando el monumento diez arcos más.

Especial mención merece también el Peñón de Bernal, declarado en 2019 Monumento Natural de Andalucía, que ha seducido a montañistas, senderistas y ciclistas, así como cineastas como la imponencia de sus panorámicas. La calzada romana del siglo I, descubierta por el propio alcalde, Antonio Bonilla,

durante la desescalada del confinamiento, ha servido a la institución como hilo conductor para crear la afamada ruta de los bancos y que lleva directamente hasta Vícar Pueblo como casco histórico. En la Villa de Vícar, uno de los monumentos más emblemáticos es su Iglesia Fortaleza o de San Benito, construida en el siglo XVI, entre los años 1558 y 1570. En su interior se guardan, entre otras, las tallas del Cristo de la Salud y de San Benito, patrón de la Villa de Vícar. La Iglesia Fortaleza también fue declarada Bien de Interés Cultural con tipología jurídica de Monumento, el 29 de junio de 1985.

Por otra parte, la ubicación estratégica de Vícar, su clima y su profundo compromiso con el deporte brindan a los amantes de la actividad física escenarios únicos donde disfrutar de esta gran pasión. Un ejemplo de esto puede encontrarse en La Envía Golf, caracterizada por ofrecer a partes iguales descanso y bienestar de la mano de su imponente hotel cinco estrellas; así como un campo de golf de 18 hoyos a 25 minutos del aeropuerto de Almería y tan solo 15 de la capital.

Se trata por lo tanto de una excelente oportunidad para dar

continuidad a la seña de identidad 'Vícar es mucho' así como

otros tantos reconocimientos que confieren al municipio el carácter de Ciudad Amiga de la Infancia, en grado de Excelencia, Ciudad Educadora y Ciudad Amigable con las Personas Mayores.

Junto al patrimonio histórico-arqueológico de Vícar y sus innumerables oportunidades deportivas, el municipio presume de una potentísima oferta cultural liderada por Paseando entre Velas o el Hip Hop Street, ambos referentes dentro y fuera de la provincia. En definitiva, todo un abanico de posibilidades para disfrutar y descubrir.





HOTEL
CATEDRAL
ALMERÍA





The image shows the interior of a grand, ornate hall, likely a museum or a historical building. The architecture is classical, featuring a series of tall, fluted columns supporting a series of arches. The ceiling is high and features a series of dark wooden beams. The walls are decorated with intricate carvings and sculptures. In the center, there is a staircase with a decorative railing. To the right, there is a large, ornate wooden door with a geometric pattern. The floor is made of dark stone tiles. The overall atmosphere is one of historical grandeur and architectural beauty.

Úbeda y Baeza, 20 años de un éxito colectivo

El vigésimo aniversario de la declaración de las localidades jienenses de Úbeda y Baeza como Patrimonio Mundial por parte de la Unesco, que se conmemoró el pasado mes de julio, recuerda que esa decisión marcó un punto de inflexión y revolucionó el sector turístico de estas dos joyas monumentales / José Manuel Pedrosa (Efe)



Iryo aporta las mejores comodidades.

Iryo consolidará este 2024 su crecimiento con interesantes cambios para el viajero

IRYO es el primer operador privado español de Alta Velocidad participado por los socios de Trenitalia, Air Nostrum y Globalvia. Inició sus operaciones comerciales el 25 de noviembre de 2022 entre Madrid-Zaragoza-Barcelona y, el 16 de diciembre, entre Madrid-Cuenca-Valencia.

Durante 2023 ha seguido desplegando su hoja de ruta y abriendo nuevos destinos. El 31 de marzo fue lanzamiento de operaciones con Andalucía: Sevilla, Málaga y Córdoba mientras que el 2 de junio se realizó la conexión con Alicante con parada en Albacete y el 15 de junio completó el despliegue de la fase 1 con la llegada a Tarragona.

Iryo inauguró el pasado 10 de diciembre la primera ruta transversal que conecta las ciudades de Barcelona y Sevilla. Con cuatro frecuencias al día -dos idas y dos vueltas- los siete días de la semana, la ruta tendrá paradas en Zaragoza, Madrid de 20 minutos y Córdoba, y de forma adicional entre el 15 de junio y el 14 de septiembre de 2024 una de las frecuencias parará también en Tarragona. El número de plazas que iryo ofertará al año para esta ruta será 673.060 y conectará así Cataluña con Andalucía en cerca de cinco horas y cincuenta minutos.

En concreto, los horarios con origen en Barcelona serán 09:50 y 13:45 con llegada a las 15:36 y 19:39, respectivamente, a Sevilla. Por su parte, con origen en la capital andaluza y destino a la ciudad condal, las salidas serán a las 06:54 con llegada a las 12:45 y a las 16:20 con llegada a las 22:10.

Con trenes a primera hora para que

los viajeros puedan aprovechar la jornada laboral o de ocio en las ciudades de destino, y con el objetivo de satisfacer las necesidades de cada viajero, iryo ha diseñado cuatro tarifas: -Infinita Bistró, Singular Only YOU, Singular e Inicial que se pueden comprar tanto en iryo.eu como en agencias de viajes.

La tarifa 'Infinita Bistró' es la tarifa más completa de iryo. Está caracterizada por el confort sin límites y los servicios más premium con las mejores con-



diciones de viaje y flexibilidad. En este sentido, tiene el servicio de gastronomía incluido y disponible hasta una hora antes de la salida del tren, y ofrece beneficios de la mano de Only YOU Hotels y Nobu Hotel Barcelona. Además, ofrece incluido en el billete todas las opciones de cambios, selección de asiento y cancelación bajo mínimo coste. Y de forma gratuita si el billete se adquiere con la modalidad +Abierta.

Esta es la primera opción para el viajero de negocio junto a la denominada tarifa 'Singular Only YOU', que posee, además, espacios de trabajo en mesas de 2 y 4 asientos. Por su parte, esta tarifa es la ideal para emprendedores y empresas, con beneficios incluidos de la mano de Only YOU Hotels y Nobu Hotel Barcelona, y excelentes condiciones de cambios, cancelación y selección de asiento incluidas en el billete. También dispone de modalidad +Abierta para obtener la máxima flexibilidad.

La tercera tarifa, 'Singular', ofrece confort y facilidades para los viajes de trabajo. Es perfecta para que las

empresas puedan economizar sus gastos y mantenerlos bajo control sin sacrificar la flexibilidad de sus empleados. Además, a través del programa 'Singular Empresas', pone a disposición de las compañías excelentes opciones de cambios en los billetes.

La oferta de tarifas de iryo se complementa con la tarifa 'Inicial', la opción más económica sin renunciar al mejor servicio y confort diseñado para todo tipo de viajeros. Los 8 coches del tren de iryo cuentan con asientos de piel, el mayor espacio entre asientos del mercado e iluminación cálida. Por su parte, disponen de amplias mesas individuales,

El operador tiene ya a la venta los billetes para 2024 con la intención de ayudar a los viajeros en sus planes

enchufes USB y estándar, reposabrazos individuales y conectividad 5G gratuita, además de acceso incluido a la plataforma de entretenimiento a bordo 'YO'.

Junto a sus cuatro tarifas, iryo ofrece el primer bar de tapas a bordo de un tren, un concepto único en España: el 'Bar Haizea'. El operador ha presentado Haizea, una marca propia de gastronomía local que permite disfrutar ampliamente de la gastronomía española con pinchos y raciones como ensaladilla rusa, bocadillos hechos al momento y, por supuesto, una amplia variedad de vinos.

Para aquellos clientes que hayan elegido la tarifa 'Infinita Bistró', podrán disfrutar de un cuidado y excelente servicio a la plaza (en el asiento) lleno de detalles, con una cuidada selección culinaria donde el cliente podrá elegir entre más de tres menús y degustar una variedad de vinos de D.O.

Iryo tiene billetes flexibles que permiten todo tipo de cambios de fecha, hora, asiento y titular

Aquellos pasajeros que hayan elegido Singular Only YOU, Singular e Inicial, podrán añadir el Menú de Mercado durante el proceso de compra que será servido en el asiento. Además, todos ellos dispondrán del servicio de bar móvil durante el viaje, a través del cual podrán elegir los productos ofertados en la carta del menú. Si por el contrario el cliente desea disfrutar de una amplia y variada oferta de tapas y productos locales, podrá dirigirse a la zona 'Bar Haizea'.

Iryo ofrece billetes flexibles que permiten todo tipo de cambios de fecha, hora, asiento y titular. En función de la tarifa escogida, los cambios llevarán o no coste asociado. Asimismo, es posible ampliar la flexibilidad de las tarifas 'Infinita Bistró' y 'Singular Only YOU' a través de la modalidad +Abierta.

Además, el operador ya ha puesto a la venta los billetes para 2024 para permitir a los viajeros planificarse con antelación y desde finales de 2023 se puede elegir la dirección de la marcha del asiento durante el proceso de compra del billete.

Iryo ha fabricado de cero una flota de 20 trenes 'Frecciarossa', eléctricos de última generación fabricados con un 94% de materiales reciclables y propulsados por energía 100% renovable con garantía de origen y que se posiciona como la más sostenible, silenciosa y rápida de Europa, siendo además trenes interoperables en diferentes mercados. La vocación de iryo es ir un paso más allá en la Sostenibilidad e involucrar al cliente y le ofrece la posibili-



La compañía ofrece selectos menús para sus viajeros.



Uno de los trenes de Iryo.

dad de compensar la huella de carbono de su viaje con dos alternativas, de 24 y 48 horas. Así, los billetes tienen la opción de añadir un complemento verde con el que el operador está creando su 'Bosque inteligente' de la mano de Reforestación con el objetivo de sensibilizar en la lucha por la crisis climática y que tendrá un impacto positivo en la absorción de CO2, la creación de empleo rural y el freno de la deforestación. Gracias a esta iniciativa, otorga a las empresas certificados verdes que detallan el CO2 ahorrado y compensado en sus viajes corporativos.

Desde el inicio, ha tenido en su hoja de ruta ser un socio estratégico de las agencias para el canal B2B por su carácter estratégico en el desarrollo del sector turístico, su importante papel en la promoción profesional de los recursos turísticos y el elevado volumen de ventas que gestionan anualmente. iryo ha desarrollado un canal específico para las agencias (www.agencias.iryoy.eu) desde el que pueden incluso vender con-

tratos de empresas y con ventas comisionadas.

La mejor experiencia a bordo es complementada con la atención omnicanal tecnológica y humana ofrecida por los asistentes de iryo, profesionales propios del operador que han sido formados internamente para ofrecer al cliente asistencia 360° en estación, en los 'Espacios iryo' de atención al cliente, y a bordo del tren. Los asistentes cuentan con una Tablet personal y una app específica como herramienta de ejecución comercial y operativa en la que consultar toda la información del pasajero y su viaje, como el proceso de embarque, el número de reserva y fidelización, el seatingmap, la gestión de cambio de asientos, etc.

Los viajeros tienen acceso a 'Yo', programa de fidelización que permite al cliente ir escalando de categoría por número de viajes o por compra directa, entre otras opciones, y es multidivisa con puntos convertibles recíprocamente en programas de fidelización de compañías partners como Meliá Hotels o Air Europa.



Las hortalizas sostenibles son grandes ingredientes con los que elaborar platos únicos.

Un viaje gastronómico de la agricultura sostenible

La agricultura desempeña un papel fundamental en nuestra sociedad, y especialmente en El Ejido, donde se cultivan la mayoría de frutas y hortalizas que llegan cada día a nuestra mesa. La sostenibilidad se ha convertido en la base de la agricultura ejidense, ya que la forma de cultivo de las frutas y hortalizas que se consumen contribuyen a obtener un resultado excelente en nuestros platos, que cada vez son más saludables y comprometidos con el medio ambiente. Esta es la base de la que nace este

El evento pone en valor las hortalizas de la huerta ejidense de la mano de los restaurantes locales

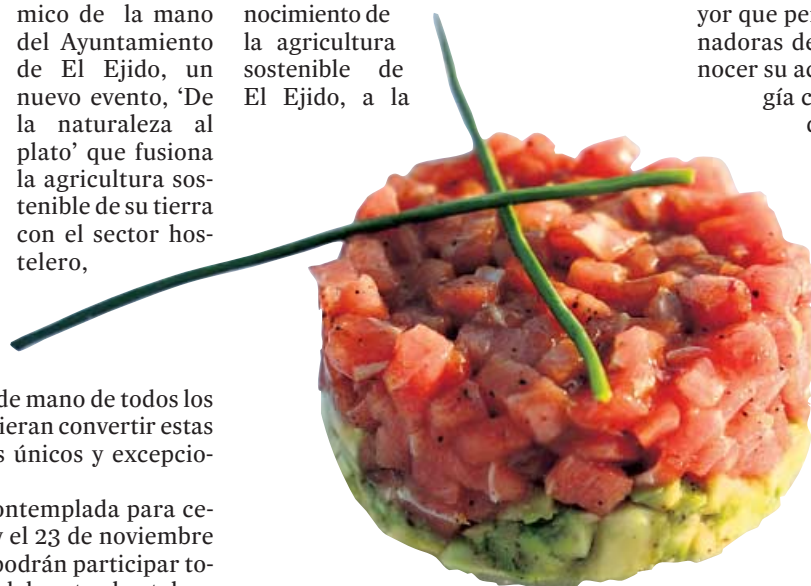
viaje gastronómico de la mano del Ayuntamiento de El Ejido, un nuevo evento, 'De la naturaleza al plato' que fusiona la agricultura sostenible de su tierra con el sector hostelero,

poniendo en valor las hortalizas del campo ejidense de mano de todos los restaurantes que quieran convertir estas hortalizas en platos únicos y excepcionales.

El objetivo es principalmente el de fomentar el conocimiento de la agricultura sostenible de El Ejido, a la vez que impulsar los hábitos de una buena alimentación saludable. Por otra parte, se trata de una actividad que permite darle mayor visibilidad a la hostelería ejidense y al comercio local, a la vez que promueve la creación de grandes sinergias entre el tejido empresarial ejidense, fomentando además la unión de dos sectores muy importantes en este territorio.

El evento surge con la intención de convertirse en un nuevo reclamo turístico para el Ejido ya que se contempla hacer una edición anual, de manera que este logro consolidarse como un evento que capte la atención, atrayendo a nuevos turistas en una cita anual con el entorno y la agroalimentación ejidense.

Existen otras actividades proyectadas que complementan el evento: Un invernadero didáctico ubicado en la plaza mayor que permita a las empresas patrocinadoras del mundo agrícola dar de conocer su actividad y mostrar su tecnología con el objetivo mostrar el modelo productivo de la agricultura ejidense a los residentes y visitantes; La exposición de vehículos sostenibles que permite a los residentes y visitantes experimentar algunos avances tecnológicos de la movilidad sostenible; Por último, se llevará a cabo una jornada de puertas abiertas en algunos invernaderos seleccionados para que los residentes y visitantes pueden ver in situ su funcionamiento y producción.





- **FLAMENCO.** Andalucía flamenca: de Ayamonte a Sierra de Almagrera
- **SEMANA SANTA.** Andalucía se echa a la calle
- **TAUROMAQUIA.** Los toros, andaluces por antonomasia
- **GASTRONOMÍA.** La mejor gastronomía, la del sur
- **GASTRONOMÍA.** Andalucía, un destino para saborearlo
- **CARNAVAL.** Don Carnal llena de magia las calles
- **DEPORTE.** La mejor excusa para viajar
- **TURISMO DE AVENTURAS.** Experiencias en cada provincia para activarse

- **DIPUTACIÓN DE HUELVA.** Ana Delgado: "Huelva para conocerla hay que vivirla"
- **CAMPO DE GIBRALTAR.** La riqueza de una comarca sinigual
- **CASTELLAR.** El más bonito del Campo de Gibraltar
- **SOTOGRANDE.** 60 años de desarrollo económico
- **SAN ROQUE.** Exclusivamente tuyo
- **TARIFA.** El sol, el mar y el viento, elementos que dejan huella en el visitante
- **JUNTA DE ANDALUCÍA.** Reforzará en Fitur la unidad de la oferta y los espacios para destinos
- **PULPÍ.** Descubrimiento por mar y tierra
- **ALMERÍA.** Tierra de cultura

Turismo **cultural** y de **ocio**



Andalucía flamenca: de Ayamonte a Sierra



Peña El Taranto: Pepín Fernández 'Tomatito' y José Sorroche



Antonio Sevillano
Historiador



Cantaor flamenco,
óleo de Carlos Prada

DESDE Huelva hasta Almería; cogiditos de la mano; el cante y la poesía.

Un enriquecedor ramalazo de arte vertebra a nuestra ancestral Andalucía; a la comunidad humana varias veces milenaria unida por sentimientos comunes. Y ello -en el caso que nos ocupa- a través del cante, toque y baile flamenco. De la música autóctona que nos distingue y por la que somos reconocidos en la totalidad del globo terráqueo. Emanada, crecida y estilizada en el crisol de academias privadas y cafés cantantes; espacios escénicos importados de centro Europa, aunque en Andalucía el flamenco fue su leiv motivu y no la denominada música "cultu".

Continuada por la -a veces injustamente denostada- llamada Ópera flamenca (con elencos profesionales "kilométricos" en gira por toda España, de norte a sur, generalmente en locales abiertos y preferentemente en primavera/verano), festivales y/o peñas surgidas ya en la segunda mitad del siglo XX a partir de la malacitana Juan Brea, la nazarieta Platería y la almeriense El Taranto; obligadas estatutariamente a su conservación y divulgación. Arte que tiene en el Concurso Jondo de Granada de 1922 (impulsado por Manuel de Falla y García Lorca, entre otros) uno de sus hitos más reseñables, con Manolo Caracol y El Tenazas como protagonistas laureados. En cuanto a cafés es obligado refe-

renciar al de Silverio y El Burrero (Sevilla), Chinitas, Siete Revueltas y El Turco (Málaga), Café de Cuéllar y Suizo (Granada), salón El Recreo y Gran Capitán (Córdoba), Casino Almeriense y Lión d'Or (Almería), La Jardinera y Café del Perejil (Cádiz); del Conde y La Vera Cruz (Jerez), etcétera.

Una Andalucía cuna natal de los onubenses Paco Toronjo y Niño Miguel, de los sevillanos Silverio Franconetti, Niña de los Peines, Pepe Marchena Mairena; de los cordobeses Cayetano Muriel y Fosforito, los gaditanos Camarón, La Perla y Chano Lobato, los jerezanos Manuel Torre y Antonio Chacón; los jienenses El Gallina y Carmen Linares, los malagueños Juan Brea y Trinidad Navarro "La

El flamenco es el Guadalquivir de la cultura andaluza, que nos identifica dentro y fuera de las fronteras. Está presente en nuestras fiestas públicas y privadas

Trini", los granadinos Frasquito Yerbabuena, Morente y Habichuelas o los almerienses Pedro el Morato, Carmencita Doucet y Tomatito. Artistas a los que cabe añadir los originarios de Madrid, Barcelona, Campo de Cartagena y Extremadura; áreas geográficas periféricas o ciudades determinantes en desarrollo e influencia. Encabezados por Paco de Lucía, Manolo de Sanlúcar y Niño Ricardo, el catálogo de guitarristas y bailaoras/es (de Pastora Impero a Antonio Gades) se haría interminable.

Después de un fallido intento por defectos formales en su presentación, tal título le fue adjudicado en 2008 a La Partum de Berga, fiesta tradicional en Cataluña. Posteriormente la UNESCO (organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) incorporó el flamenco a su selectiva Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en su reunión de 16 de noviembre de 2010 en la ciudad keniana de Nairobi. Así se expresa la Junta de Andalucía en uno de sus muchos documentos al respecto: Esta manifestación cultural, única y múltiple, símbolo de identidad de Andalucía y que la representa artísticamente en todo el mundo, cuenta desde entonces con el respaldo de la mayor institución cultural mundial que vela por el mantenimiento de la cultura y los valores tradicionales.

Ley Andaluza del Flamenco

El Flamenco es el Guadalquivir de la cultura andaluza, que nos identifica dentro y fuera de nuestras fronteras. Está presente en nuestras fiestas públicas y privadas. Es herencia de nuestros mayores a través de las más antiguas herramientas de transmisión de la cultura: la oralidad. Es industria cultural, motor económico, objeto de estudio y reclamo turístico. Es presente, pasado y futuro, tradición y vanguardia y una de las manifestaciones culturales más ricas y complejas del mundo. Por todo ello, la UNESCO le otorgaba su máximo reconocimiento para la cultura inmaterial.

Un reconocimiento que ya le había concedido nuestra comunidad autónoma al incluirlo en el nuevo Estatuto de Autonomía y con el que las instituciones públicas nos comprometimos a proteger, estudiar y difundir este arte. El nuevo compromiso adquirido con la UNESCO vela por el mantenimiento de nuestra tradición flamenca a la par que la promociona dentro y fuera de Andalucía.

La Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía vela por la profesionalización del sector, por el refuerzo de la actividad del tejido asociativo, por la conservación de sus raíces y su historia, por su difusión y su conocimiento riguroso y por el mantenimiento de festivales y reuniones dedicados a esta manifestación cultural en

le Almagrera



Café cantante: crisol de voces, danzas y guitarra

los centros neurálgicos y en los nuevos espacios del Flamenco.

O como bien ratificó la propia UNESCO: El flamenco es una expresión artística resultante de la fusión de la música vocal, el arte de la danza y el acompañamiento musical, denominados respectivamente cante, baile y toque. La cuna del flamenco es la región de Andalucía, situada al sur de España, aunque también tiene raíces en otras regiones como Murcia y Extremadura. El cante flamenco lo interpretan, en solo y sentados generalmente, un hombre o una mujer. Expresa toda una gama de sentimientos y estados de ánimo – pena, alegría, tragedia, regocijo y temor – mediante palabras sinceras y expresivas, caracterizadas por su concisión y sencillez. El baile flamenco, danza del apasionamiento y la seducción, expresa también toda una serie de emociones, que van desde la tristeza hasta la alegría. Su técnica es compleja y la interpretación es diferente, según quien lo interprete: si es un hombre lo bailará con gran fuerza, recurriendo sobre todo a los pies; y si es una mujer lo ejecutará con movimientos más sensuales. El toque de la guitarra flamenca ha trascendido, desde hace mucho tiempo, su primitiva función de acompañamiento del cante. Éste se acompaña también con otros instrumentos como las castañuelas, y también con palmas y taconazos.

El flamenco se interpreta con motivo de la celebración de festividades religiosas, rituales, ceremonias sacramentales y fiestas privadas. Es un signo de identidad de numerosos grupos y comunidades, sobre todo de la comunidad étnica gitana que ha desempeñado un papel esencial en su evolución. La transmisión del flamenco se efectúa en el seno de dinastías de artistas, familias, peñas de flamenco y agrupaciones sociales, que desempeñan un papel determinante en la preservación y difusión de este arte.

Flamenco, Patrimonio de la Humanidad

Pablo Laynez

UNO de los grandes artes de Andalucía, el flamenco, fue declarado Patrimonio cultural inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en noviembre de 2010. “Enhorabuena a toda Andalucía porque hemos conseguido que el flamenco no sólo sea patrimonio nuestro”, manifestó el por entonces presidente de la Junta, José Antonio Griñán. No era la primera vez que este arte aspiraba a ser reconocido. Ya lo intentó sin éxito en 2005.

“Es la música más importante del siglo XXI y ya está bien de que se dé tanta importancia a cosas que no la tienen y se ignore a una cosa tan auténtica”, declaraba el guitarrista ‘Tomatito’. El reconocimiento llega “un poquito tarde, porque

La RAE define al flamenco como “manifestaciones socioculturales asociadas generalmente al pueblo gitano, con especial arraigo en Andalucía”

este es un arte del mundo desde hace mucho tiempo”, manifestó por su parte el cantaor José Mercé.

La RAE define el flamenco como “manifestaciones socioculturales asociadas generalmente al pueblo gitano, con especial arraigo en Andalucía”. El cante -con sus palos, las variedades tradicionales-, el toque -la postura y la técnica de los guitarristas- y el baile son sus principales facetas.

Los espectáculos de flamenco de Andalucía han ido tomando su forma actual sobre todo en los dos últimos siglos. Y aunque cada local y cada compañía flamenca tiene sus propios esquemas, con propuestas musicales propias, un espectáculo básico se sustenta en los tres grandes pilares antes citados.

Más allá de éstos, los artistas de flamenco pueden interpretar diferentes variedades de música, que se diferencian unas de otras por su progresión armónica, su esquema rítmico, su carácter... Es lo que se llama palo y la lista es muy extensa. Los más importan-

RUTAS DE FLAMENCO

1) RUTA DE LA BAJAÑÍ

Pasa por la tierra natal del cantaor de Camarón de la Isla y del compositor y guitarrista Paco de Lucía, por las provincias de Cádiz y Sevilla.

2) RUTA DE CAMARÓN

Transcurre por San Fernando (Cádiz), cuna de Camarón de la Isla. Recorrido que evoca esta mítica figura.

3) COMPÁS TRES POR CUATRO

Paseo flamenco por Sevilla y Cádiz. Recorrerás el barrio de Triana, Utrera, Lebrija, Alcalá de Guadaíra, Cádiz, Dos Hermanas, Jerez de la Frontera...

4) HUELLAS DE CHACÓN

Una ruta para conocer, a ritmo de fandango, la vega granadina y los barrios flamencos de Granada.

5) CANTES ABANDOLAOS

En honor al cantador de flamenco Cayetano Muriel, el ‘Niño de Cabra’, esta ruta transcurre por la sierra cordobesa con parada en su capital.

6) RUTA MINERA

Se desarrolla entre las provincias de Almería y Jaén y te proporcionará una visión muy cercana de estilos como los fandangos de la Puerta de Segura, las jotas de Siles, de Albarche y de El Ojuelo.



tes serían: bulerías, tangos, fandangos y cantes de Levante...

Para poder disfrutar del flamenco en Andalucía hay que acudir a un

tablao o a un evento de este

tipo. Los tablaos

son restaurantes

especializados

en este tipo de

música, que si-

guen la tradición

de los cafés cantan-

tes. Se trata de locales

de comidas y cenas cuya particularidad es que en el salón alberga un pequeño escenario donde tiene lugar el espectáculo. En toda Andalucía hay auténticos templos del flamenco.

Semana Santa, Andalucía se echa a la calle



José Luis Laynez Bretones

S Hay una actividad genuinamente andaluza es la Semana Santa. Sin caer en un folklorismo trasnochado, lo cierto es que ciudades y pueblos andaluces registran las mayores afluencias de visitantes cuando hay fiestas patronales y la correspondiente procesión. Esos días de Semana Santa en los que cristos y vírgenes desfilan por el casco histórico de la localidad y en una esquina surge un cantaor que desgarrar la noche abriña con el sentimiento de una oración cantada que le sale de su corazón

compungido, la saeta, no tiene parangón posible en ningún otro lugar de España. 'No eres tú mi cantar / no quiero cantar ni puedo / a ese Jesús del madero / sino al que anduvo en la mar', escribió Machado al Cristo de los Gitanos. La actividad que generan las Cofradías en la localidad donde se hallan radicadas es de gran importancia cultural... y económica. Miles de visitantes realizan esos días el llamado 'turismo cultural' que dota de vida pueblos minúsculos, engrandece los medianos y abarrota las ocho ciudades andaluzas. Hoteles, restaurantes y comercio en general 'hacen su agosto' en la única semana del año que tiene ocho días: la Semana Santa.



LAS 8 PROCESIONES

1) ALMERÍA. VÍA CRUCIS DEL CRISTO DEL ESCUCHA

Sale la madrugada del Viernes Santo. 20.000 personas lo siguen bajo un silencio sepulcral y cánticos de dolor.

2) GRANADA. CRISTO DE LOS GITANOS.

La madrugada del Miércoles Santo llega al Albaicín y al Sacromonte.

3) JAÉN. 'EL ABUELO'.

Denominación popular de la Cofradía de Jesús Nazareno.

4) MÁLAGA. EL NAZARENO.

Conocida como Cofradía de Jesús 'El Rico' que goza del privilegio de dar la libertad a un preso casa año.

5) CÓRDOBA. LOS DOLORES

Esta Virgen procesiona con el Cristo de la Clemencia el Viernes Santo.

6) SEVILLA. LA MACARENA.

Sale de San Gil la 'madrugá' del Jueves santo y coincide con Jesús del Gran Poder, otra procesión icónica.

7) CÁDIZ. LA VERA CRUZ.

Es la más antigua de Cádiz, fundada en 1564 y procesiona con la Soledad bajo el mejor Palio gaditano.

8) HUELVA. EL NAZARENO.

La más multitudinaria de Huelva que sale en procesión la madrugada del Viernes Santo ante decenas de saetas.



en turismo



Vícar *es mucho*

Vícar se consolida como destino privilegiado para el Turismo Activo al sur de Andalucía. Su ubicación estratégica y su rico patrimonio histórico, cultural y arqueológico, junto a la recién descubierta calzada romana del siglo I, convierten a Vícar en un destino colmado de sorpresas para practicar la actividad física, entre rutas mágicas y llenas de encanto, que se suman a la serenidad de Vícar Pueblo y al remanso de paz del paraje de la Envía. También en Turismo, Vícar es mucho.



Ayuntamiento de Vícar
Corazón del Poniente

Los toros, andaluces por antonomasia



EL DATO

EN ANDALUCÍA ESTÁN DOS DE LAS SEIS PLAZAS DE 1ª

Enumerar los cosos taurinos andaluces sería largo y prolijo y siempre caeríamos en alguna omisión de algún pequeño pueblo. En Andalucía tenemos dos de las seis plazas de toros de 1ª que hay en España: la Maestranza sevillana (1881) y la Malagueta malagueña (1876); las del resto de capitales son de 2ª. No olvidemos la de Ronda (1875), la más antigua de Andalucía declarada BIC en 1993 ¿Toreros andaluces? Más que de ninguna otra comunidad. Un botón de muestra, un mito viviente: Curro Romero que a sus 90 años levanta pasiones por donde va. Y no olvidemos las Escuelas Taurinas, en las que se enseña a niños de 14 años en adelante a 'ser toreros', toda una filosofía de vida, mucho más que ponerse ante un toro de lidia.

José Luis Laynez Bretones

I GUAL que anteriormente hemos dicho de la Semana Santa podemos decir de los toros. Mientras que en otras comunidades se politiza el tema en Andalucía nadie se atreve a cuestionar las corridas de toros, con toda la riqueza que generan. Toreros, cuadrillas, ganaderos, mozos, representantes, talleres de enseres taurinos, tiendas de recuerdos... todo ello desaparecería y, con ello, el sustento de miles de familias.

Las corridas de toros atraen a gran cantidad de visitantes por su belleza, singularidad y sentimiento

Los toros son festejos de celebración secular en los países mediterráneos, donde se celebran desde la Antigüedad clásica en Grecia y Roma. En España existen desde la Edad Media, los 'juegos de toros y cañas', en los que los caballeros medían sus fuerzas en tiempos de paz entre ellos y contra toros. Desde el siglo XIX ha sido la Fiesta Nacional por antonomasia y nadie en democracia puede prohibir una fiesta; y menos en Andalucía. Raro es el pueblo que en fiestas patronales no incluye una corrida de toros si el tiempo no lo impide y con permiso de la autoridad competen-



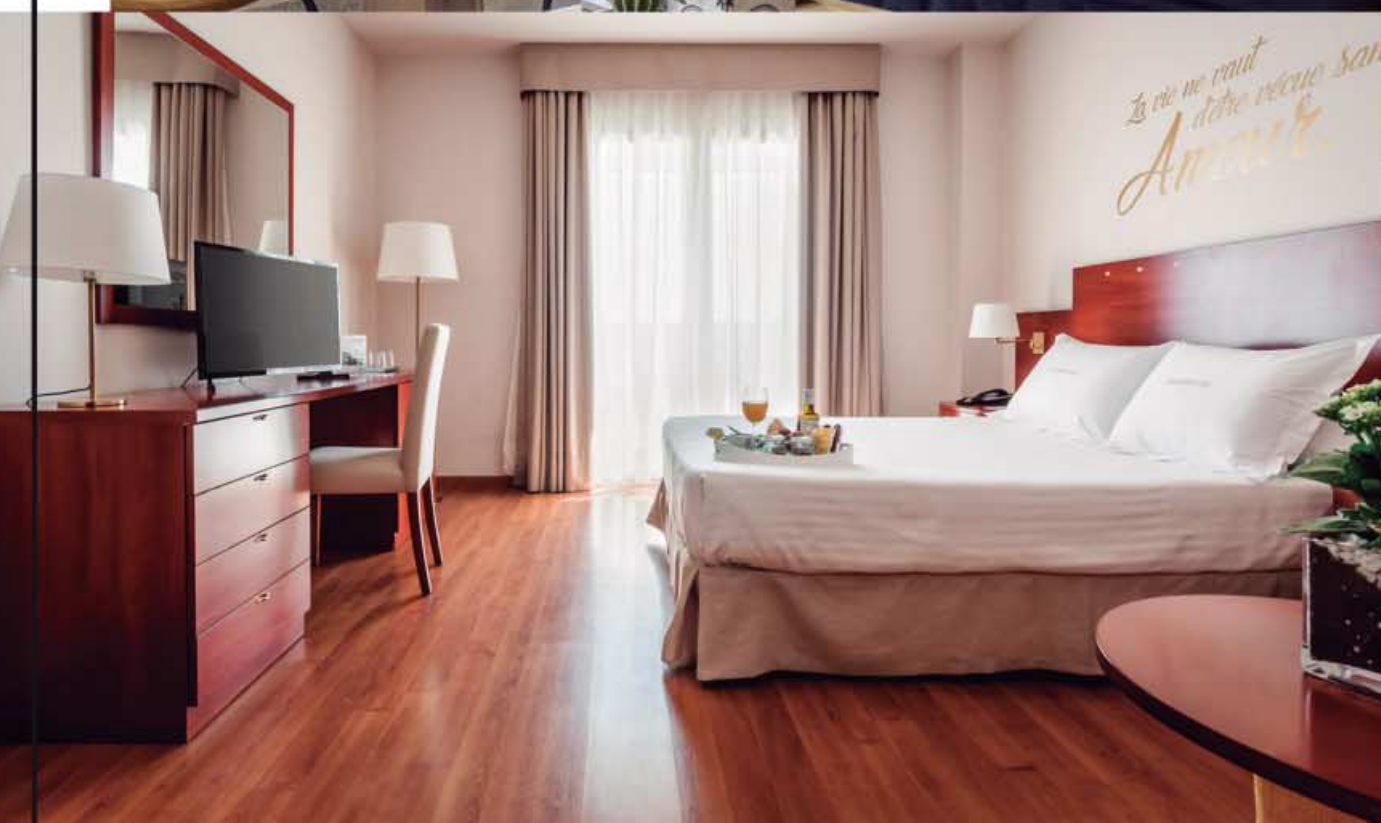
te, como rezan los carteles.

Un festejo taurino no es una lucha sin cuartel entre el hombre y el toro sino un espectáculo público con su reglamentación entre la fuerza y la inteligencia en el cual normalmente sale victoriosa la segunda, la que es característica del ser



humano; pero no siempre sucede así. Recordemos los casos de Joselito, Manolete, Paquirri, Yiyó o Iván Fandiño. Los toros es el segundo mayor espectáculo de masas en España y como tal merece un respeto y una mayor consideración.

Vanguardia y tradición en el corazón comercial de Almería



TONY GARCÍA
Espacio Gastronómico



MICHELIN
2024



La mejor gastronomía, la del sur



Las migas de Almería se cocinan en los días de lluvia y son, en las fiestas de los pueblos, motivo de reunión.

Carlos Javier Lillo

CANTABA Rafaella Carra que lo bueno del sur era cómo se hacía el amor pero se le olvidó un detalle, la gastronomía. Andalucía es una tierra de sabores que merece la pena recalcar en este especial que pretende desgranar las claves sobre por qué la comunidad tiene un atractivo turístico incomparable.

Lo gastro es, en la comunidad, motivo de encuentro y de tradición. De las tapas de la zona oriental a los grandes acontecimientos de la vertiente occidental, como las ferias o los momentos especiales, hay un sinfín de platos.

La comida define la idiosincracia de una región que vive rodeada de platos. Pocos

sabrán que en Almería cada vez que llueve, acontecimiento especial en pleno desierto, se compran sacos de harina para hacer migas. Una manera de celebrar, incluso, la climatología. En ciudades como Sevilla, las épocas litúrgicas se definen al compás de los alimentos que se sirven. El incienso se junta en un aro-



Personas degustan una ración de salmorejo en Córdoba.

ma especial con los platos de las torrijas. El andaluz sabe comer y elegir. La región vive por la gamba de Huelva o el salmorejo de Córdoba, estándares únicos de una comunidad que se alimenta y alimenta al resto con los olivares de Jaén o la 'huerta de Europa', cuchareando con el frío los mejores guisos de pueblo.



Las papas con choco, receta por excelencia de Sevilla.

Los platos de Andalucía son parte de su manera de ser y la definen ante un mundo que valora la pasión por el comer que se siente en el sur. En pocos lugares se paladea cada sabor como en tierras andaluzas.

Es la comida a su vez motivo de frases populares que nos definen como sociedad y que nos permiten sentenciar cuando se necesita un punto mordaz. “El que se pica, ajos come”, dijo alguno. “Esto es la pescadilla que se muerde la cola”, vociferó otro.

El saber popular toma de la gastronomía expresiones que le invitan a retratar el mundo en el que se encuentra. El comer se lleva a todas horas del día, incluso aunque ningún alimento se pueda vislumbrar en el horizonte. La gastronomía se cuele en cada rendija de la vida de los andaluces.



Pero, sobretodo, el comer es motivo de visita para quienes eligen Andalucía. Pocos planes tienen mejor pinta que una copa de vino y un surtido de deliciosos platos mirando al mar Mediterráneo o la inmensidad del océano desde los paseos marítimos de los diferentes núcleos costeros. Un plan en el que el sabor de las elaboraciones de los mejores cocineros andaluces, referencia a nivel internacional, se mezcla con las temperaturas agradables que se pueden disfrutar los doce meses del año, en lugares “donde el sol pasa el invierno”, como el refranero insta en recordar a Almería. El buen comer es el mejor complemento a las maravillas turísticas que las ocho provincias andaluzas ofrecen a quienes buscan descubrir un lugar que no tiene comparación.

LAS MEJORES RECETAS QUE OFRECE ANDALUCÍA

1) ENSALADILLA CON GAMBAS DE HUELVA

Pelar las gambas y reservar los cuerpos. Poner las cabezas y cáscaras en un cazo. Colamos pensando en las cabezas y reservamos. Poner agua hervir y meter las patatas y la zanahoria lavadas y sin pelar, durante media hora a fuego medio-fuerte. Comprobamos si están tiernas pinchando con un tenedor. Cocer un par de huevos y reservar las yemas y picar las claras. Hacer la mahonesa y pasar las gambas por una sartén. Pelar las patatas y zanahoria. Mezclar todo.

2) SALMOREJO CON LA RECETA CORDOBESA

Para preparar el salmorejo al estilo de la provincia de Córdoba, lo primero que deberá hacer el lector será remojar el pan duro con el agua y el vinagre durante una hora aproximadamente. Majar en un mortero los ajos con un poco de sal y de pimentón. Añadir los tomates y majar hasta conseguir una pulpa homogénea y agregar la miga de pan previamente muy bien escurrida. Después hay que verter el aceite a chorro fino y seguir removiendo. Servir.

3) HUEVOS A LA FLAMENCA DE SEVILLA

Pelamos y escaldamos los guisantes en agua hirviendo y pasado un par de minutos los enfriamos en agua helada. Picamos los tomates y los freímos durante media hora a fuego lento y hacer salsa. Cortamos las patatas en panaderas y las freímos. Cortamos el chorizo el cuadrado y lo freímos bien. Freímos los cuatro huevos. En la base del plato colocamos las patatas revueltas con la salsa de tomate. Justo encima le añadimos los huevos fritos, chorizo y el resto.

4) TORTILLITA DE CAMARONES DE CÁDIZ

Añadir las dos harinas e ir haciendo la masa. Agregar a la mezcla los camarones previamente cocidos, la cebolla bien picadita, el perejil troceado y la sal. Calentar el aceite de oliva en una sartén y ponerla al fuego hasta que comience a hervir. Separar del compuesto, lo que quepa en una cuchara corriente y freír en el aceite hasta que se dore. Uno o dos minutos al fuego, bastarán para cada tortillita. Después se sirve en el plato y a disfrutar de esta receta.

5) PORRA ANTEQUE-RAÑA HECHA EN MÁLAGA

Comienza pelando los tomates, pepinos, pimientos y dientes de ajo. En una licuadora o procesador de alimentos, coloca los trozos de tomate, pepino, pimiento verde y los dientes de ajo. Agrega también la miga de pan y el aceite de oliva virgen extra. Agrega vinagre, sal y pimienta. Transfiere la porra a un recipiente y refrigérala durante al menos 1 hora. Esto permitirá que los sabores se mezclen y que la sopa adquiera la temperatura fresca deseada.

6) TORTILLA DEL SACROMONTE GRANADINO

Para empezar, hemos de picar en brunoise la cebolla y el perejil. Diluir la harina con la cerveza y un poco de sal hasta formar una masa cremosa, es muy importante este punto, la masa debe de quedar cremosa para que la consistencia sea óptima y el resultado final más positivo. Aquí llega el momento de incorporación tanto de la cebolla como del perejil y los camarones. Dejar reposar la masa durante dos horas. Aplastar la tortilla y freírla hasta que esté crujiente.

7) OCHÍO, EL PAN QUE SE HACE EN JAÉN

Primeramente haremos una mezcla fermentada con la levadura, que luego se debe disolver. Fermentar veinte minutos. Mezclar con el resto de la harina, amasar y agregar el huevo, el aceite y el agua templada. Dejar reposar 45 minutos. Volcar la masa en una superficie enharinada, Espolvorear y presionar la masa. Añadir el anís y más azúcar. Hacer con la masa bolitas de unos 50 gramos cada una. Dejar reposar 45 minutos y meter al horno.

8) PAPAIEJOS, EL DULCE DEL INTERIOR ALMERIENSE

Lo primero, se cuecen las patatas y se trituran con un tenedor. Se incorporan a un bol y se mezclan con el huevo y la leche. Se bate y se incorpora poco a poco la harina. Calentar aceite en una sartén a fuego medio e incorporar en tandas de 4 o 5 con una cuchara. Freír por todos sus lados. Retirar en un plato y esperar a que enfríen. Rebozar con azúcar y canela y cubrir de uno en uno. En ese momento ya se puede comenzar a degustar este dulce típico.

Andalucía, un destino para saborearlo



Noor, con el chef Paco Morales a la cabeza, ha logrado su tercera Estrella Michelin que lo coloca en lo más alto de la cocina.

ANDALUCÍA no solo tiene espectaculares playas, ciudades monumentales llenas de historia o pequeños pueblecitos blancos donde perderse. La comunidad ofrece mucho más al turista, por ejemplo, una rica y variada oferta gastronómica que está, sin duda, entre las mejores del mundo.

Muestra del enorme potencial andaluz en el ámbito culinario es el amplio número de restaurantes premiados por la prestigiosa Guía Michelin, considerada por muchos como “la biblia gastronómica”. Andalucía es la tercera región española con más estrellas, con 25, solo superada por Cataluña (54) y Madrid (28), y en igualdad con la Comunidad Valenciana, que también posee 25.

Así pues, Andalucía es uno de los grandes destinos escogidos por los turistas para hacer turismo gastronómico. Tanto es así que toda la región está atravesada por una gran cantidad de rutas gastronómicas de primer nivel: la ruta del jamón de Jabugo, la del arroz en la provincia de Sevilla, la de los vinos y licores en Jerez, Montilla o la serranía de Ronda, o la de la pesca del atún de almadraba en la costa de Cádiz son algunas de las más destacadas. Pero cualquier punto de Andalucía es capaz de mostrar su cultura a través de su gastronomía.

Pero puestos a buscar la excelencia gastronómica, donde la innovación abandera la apuesta pero sin olvidar los sabores de siempre, hay que ir a visitar alguno de

estos restaurantes con Estrella Michelin, que se reparten por casi toda Andalucía, si bien es Málaga la que destaca por encima del resto, con ocho. Cádiz tiene seis restaurantes con estrella, Jaén cinco (habiendo sido la grata sorpresa de la última gala de Michelin al obtener tres nuevos locales galardonados), Sevilla y Córdoba tienen dos cada una, mientras que Granada y Almería tienen sendos restaurantes galardonados.

Dos de los restaurantes andaluces

Andalucía es la tercera región con un mayor número de restaurantes con Estrella Michelin



cuentan con el máximo galardón posible: tres Estrellas Michelin. Son Aponiente, en El Puerto de Santa María (Cádiz), y Noor, en Córdoba, que este año ha sumado la tercera. En toda España tan solo hay 15 restaurantes con esa máxima distinción.




Aponiente tiene en los fogones al famoso chef Ángel León, conocido como “El chef del mar”. Su cocina busca asombrar con nuevas técnicas e ingredientes (embutidos marinos, plancton, bioluminiscencia, cocinados con agua de sal...), construyendo siempre su

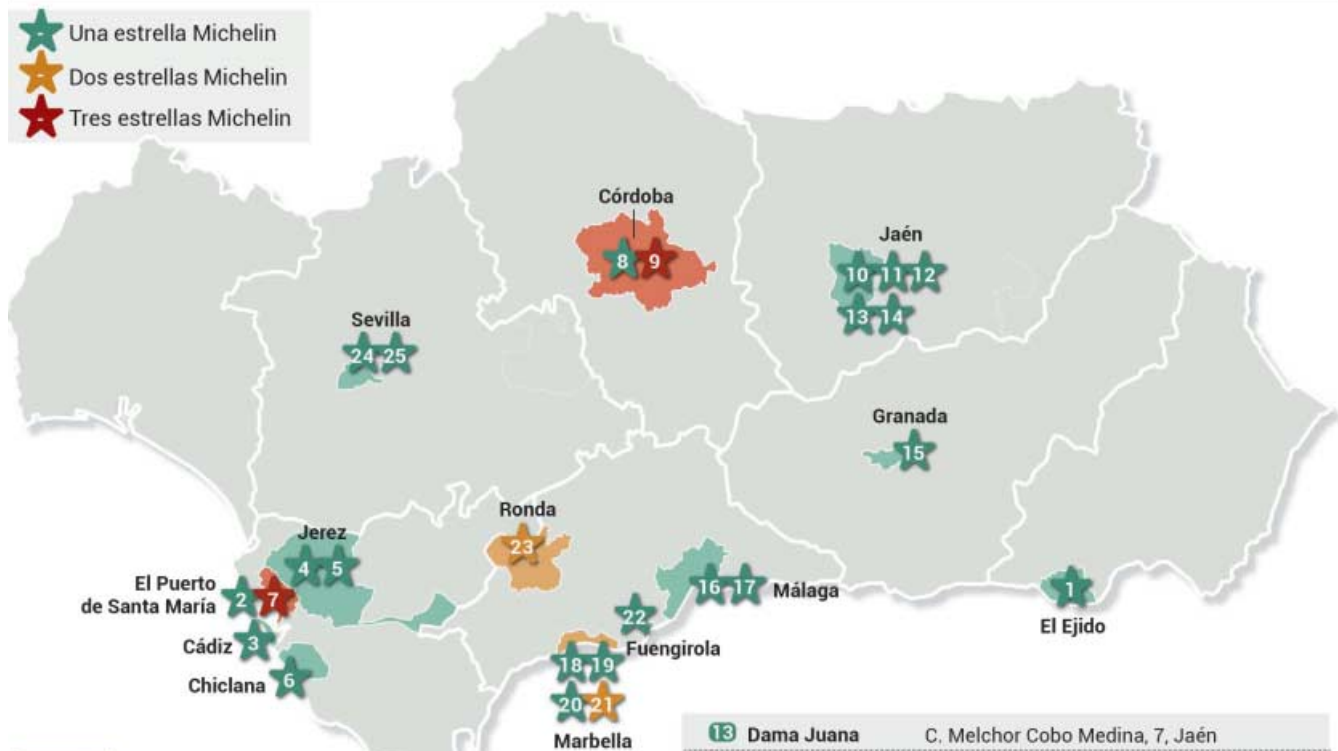
filosofía culinaria en base al reciclaje, al uso de esteros naturales o a la constante defensa de los pescados de descarte. La propuesta actual, basada en un mar infinito que explota sobre todo los recursos del Mediterráneo y del Atlántico, sorprende especialmente en el apartado dulce, pues consigue fusionar el mundo marino con las particulares texturas de los postres, como un sorprendente mochi de morena o el jamón de atún con chocolate.

Muy distinto es el concepto de Noor, que logra sacar de las tinieblas esa Córdoba medieval que deslumbró desde el Califato de Abderramán III. Su chef, Paco Morales (bien secundado por la jefa de cocina Paola Gualandi), recupera la esencia de la cocina andalusí desde los conceptos y técnicas actuales. Cada temporada se centra en una época y, actualmente, aborda el Siglo de Oro español a través de tres menús (Mudéjar, Morisco y Al-Yazira) que reinterpretan el esplendor culinario de los siglos XVI y XVII. Ofrece platos como la pasta de trigo duro, mantequilla ahumada, fondo de gallina y calamarcito (una reinterpretación de la Abbasiya) o, de postre, las Naranjas del barrio con azahar, almendra frita y aceite de oliva virgen extra.

Además, en la provincia de Málaga hay dos restaurantes con dos estrellas cada uno, que son Bardal, en Ronda, y Skina, en Marbella. En el primero, el chef Benito Gómez propone una cocina creativa

Mapa de los restaurantes con estrellas Michelin en Andalucía

-  Una estrella Michelin
-  Dos estrellas Michelin
-  Tres estrellas Michelin



ALMERÍA

1 La Costa Blvr. de El Ejido, 48, El Ejido

CÁDIZ

- 2 Tohqa** C. Los Moros, Número 4, El Pto. de Sta María
- 3 Código de Barra** C. San Francisco, 7, Cádiz
- 4 Mantúa** Pl. Aladro, 7, Jerez de la Frontera
- 5 Lú Cocina y Alma** Calle Zaragoza, 2, Jerez de la Frontera
- 6 Alevante** C. Amilcar Barca, s/n, Chiclana de la Frontera
- 7 Aponiente** C. F. Cossi Ochoa, s/n, El Pto. Sta María

CÓRDOBA

- 8 Choco** C. Compositor Serrano Lucena, 14, Córdoba
- 9 Noor** C. Pablo Ruiz Picasso, 8, Córdoba

JAÉN

- 10 Malak** Pl. de la Constitución, 11, Jaén
- 11 Radis** C. Tablerón, 10, Jaén
- 12 Vandelvira** Pl. San Francisco, Baeza

- 13 Dama Juana** C. Melchor Cobo Medina, 7, Jaén
- 14 Bagá** C. Rreja de la Capilla, 3, Jaén

GRANADA

15 La Finca de la Loja A-333, km. 65,5, La Bobadilla, Loja

MÁLAGA

- 16 José Carlos García** Puerto de Málaga, Plaza de la Capilla, 1
- 17 Kaleja** C. Marquesa de Moya, 9, Málaga
- 18 Messina** Av. Severo Ochoa, 12, Marbella
- 19 Nintai** C. Ramón Gómez de la Serna, 18, Marbella
- 20 Back** C. Pablo Casals, 8, Marbella
- 21 Skina** C. Aduar, 12, 29601 Marbella
- 22 Sollo** Av. del Higuero, 48, Fuengirola
- 23 Bardal** C. José Aparicio, 1, Ronda

SEVILLA

- 24 Cañabota** C. Orfila, 1, Sevilla
- 25 Abantal** C. Alcalde José de la Bandera, 7-9, Sevilla

sin estridencias ni etiquetas, basada en unos sabores reconocibles que enlazan con la tradición local y se presentan transformados en un sutil juego de contrastes y texturas. En Skina, escondido entre estrechas callejuelas del casco antiguo marbellí, el joven chef toledano Mario Cachinero ofrece una cocina creativa y sincera que busca evolucionar el recetario tradicional andaluz y se auto-define como “de armonías y contrastes”; eso sí, en base a un excelso tratamiento de las materias primas (pescado gallego salvaje capturado de forma artesanal, aceites premium de Jaén producidos en olivares de montaña, carnes exclusivas...) para respetar aún más su sabor.

Con una estrella, galardón extremada-



mente complicado de conseguir y que premia la calidad, creatividad y cuidado de su cocina, hay otros 21 restaurantes andaluces: La Costa (El Ejido), Tohqa (El Puerto de Santa María) que se estrena en la guía Michelin 2024, Alevante (Chiclana de la Frontera), Código de Barra (Cádiz), Lú Cocina y Alma (Jerez de la Frontera), Mantúa (Jerez de la Frontera), Choco (Córdoba), La Finca (Loja), Bagá (Jaén), Dama Juana (Jaén), Malak (Jaén), Radis (Jaén), Vandelvira (Baeza) —los tres últimos son novedades de este año—, José Carlos García (Málaga), Kaleja (Málaga), Messina (Marbella), Nintai (Marbella), Sollo (Fuengirola), Back (Marbella), que es otra de las novedades, Abantal y Cañabota, ambos en Sevilla.

Don Carnal llena de magia las calles



Pablo Laynez

L LEGA la guasa y el cachondeo a las calles de Andalucía. Una vez que de la Navidad ya sólo quedan algunos kilos por los excesos gastronómicos, don Carnal se apodera de las ciudades y los andaluces sacan a relucir todo su arte para celebrar una de las fiestas más divertidas y esperadas, que atrae a miles de turistas cada año.

cualquier rincón de la ciudad, se ultiman los detalles de los disfraces (en Cádiz se conocen como tipo), algunos de ellos verdaderas obras de arte y el gaditano vive con toda su alma uno de los acontecimientos lúdicos más esperados, quizá de los carnavales españoles el que tiene una imagen más jocosa y divertida.

Andalucía, de por sí ya alegre y llena de luz, se tiñe esos días de finales de invierno de colorido. Chirigotas, comparsas, coros, cuarteros... Cada provincia tiene sus costumbres y celebra a su manera el carnaval, pero lo cierto es que cualquier punto de la comunidad es propicio para disfrutar de una fiesta conocida a nivel internacional, en el que la única obligación es reírse.



Aunque el carnaval se celebra en toda Andalucía, el centro neurálgico del buen humor y la diversión carnalera está en Cádiz. La ciudad entera se vuelca con el bullicio, es una ocasión perfecta para conocer y disfrutar del ingenio y la gracia de los gaditanos. La música carnavalesca se oye por



LOS CARNAVALES MÁS POPULARES

1) CÁDIZ

Es el carnaval por excelencia en Andalucía. El concurso de agrupaciones carnavalescas (COAC) celebrado en el Gran Teatro Falla todos los años es el pistoletazo de salida para la fiesta más grande de los gaditanos. El concurso suele comenzar en enero para que la final coincida con febrero y con la semana de carnaval, momento en el que tanto los gaditanos como los aficionados de otras localidades se echan a la calle disfrazados para participar de esta fiesta. Además, por las calles de la ciudad desfilan carrozas, bateas con coros y todo tipo de agrupaciones que cantan las coplas de su pueblo. Además, junto con el de Santa Cruz de Tenerife y el de Águilas (Murcia), este carnaval está reconocido como Fiesta de Interés Turístico Internacional desde 1980.

2) ISLA CRISTINA (HUELVA)

Huelva también tiene una tradición carnavalesca innegable. El carnaval de Isla Cristina es uno de los más antiguos del país, dado que tiene su origen en el siglo XIX. Los isleños han conseguido, con el paso de los años, que su carnaval sea una fiesta consolidada y que haya sido declarada Fiesta de Interés Turístico de Andalucía. En esta localidad onubense, también cantan las agrupaciones carnavalescas, como las comparsas, las chirigotas, los coros o los cuarteros, y tiene uno de los concursos de disfraces más importantes de la provincia.

3) CHICLANA DE LA FRONTERA (CÁDIZ)

Chiclana de la Frontera presume de tener un carnaval que se celebra desde 1984 y que también ha sido catalogada como Fiesta de Interés Turístico de Andalucía. En este pueblo, las agrupaciones llenan las calles para cantar mientras que los vecinos y visitantes se deleitan con el ambiente exquisito que deja febrero.

4) MÁLAGA

Estos carnavales se celebra en pleno centro de la ciudad malagueña, y también han conseguido hacerse un nombre en la comunidad autónoma. Los pasacalles con vecinos disfrazados toman el centro y desfilan alegremente al ritmo de la orquesta.

Punta Umbría

TURISMO



AYUNTAMIENTO DE PUNTA UMBRÍA



Maratonianos de todo el mundo tienen una cita a finales de diciembre en Málaga para correr el maratón

El deporte, la mejor excusa para viajar

Pablo Laynez

POCAS excusas habrá mejores que el deporte para planificar una escapada a Andalucía. Y el calendario de actividades deportivas es tan amplio que cualquier época del año es maravillosa para competir en una tierra donde el buen tiempo acompaña de forma perenne.

De un tiempo a esta parte, el turismo deportivo ha ganado impulso y se ha convertido en una maravillosa modalidad para desarrollar un hobby saludable, a la par que conoces nuevos destinos. Hablando siempre de deporte aficionado [aunque el profesional también permite viajar a los aficionados de los diferentes equipos], son miles de personas las que cada año van a distintos puntos de Andalucía a correr un maratón, acompañar a los niños a alguna competición tipo Copa COVAP, pegarse un chapuzón para completar un triatlón, ver las habilidades gimnásticas de los más pequeños de la casa...

Lo más positivo que tiene este tipo de turismo para la ciudad es que rompe con la estacionalidad, permite a los hoteles abrir en fechas en las que habitualmente estarían cerrados. Sin embargo, las vacaciones escolares de Navidad y Semana Santa se convierten en una época ideal para que las canteras de los diferentes equipos viajen de una provincia a otra para disputar torneos.

CARRERAS DE CABALLOS



UNA CITA INELUDIBLE EN VERANO EN SANLÚCAR

En 2023 se ha cumplido la 178 edición de las Carreras de Caballos en las playas de Sanlúcar, un evento que reúne a miles de personas en las playas de Sanlúcar cada verano. El espectáculo comienza cuando cae la tarde y baja la marea. Son las carreras de caballos de Sanlúcar de Barrameda, aquellas que nacieron hace casi dos siglos y que están declaradas de Interés Turístico Internacional desde 1997. Las carreras, cita por excelencia del verano, se pueden ver desde los palcos o desde la playa, donde el espectáculo es gratuito. Un acontecimiento que cada mes de agosto concentra en la ciudad a miles de visitantes que acuden para presenciar en directo las carreras de caballos con el atardecer en Doñana de fondo.

En los últimos años, lo que mayor volumen de visitantes está levantando son las pruebas atléticas, con los maratones como grandes protagonistas. Málaga [8.000 corredores en el pasado mes de diciembre de 2023] y Sevilla [12.000 dorsales para esta edición de 2024 en febrero] tienen las más destacadas de la comunidad. Pero además hay medias maratones en todas las provincias, está el Triatlón de Pulpí, el Duatlón Playas de Punta Umbría, BTT Cross Nocturna Batalla de las Navas de Tolosa, Trail Sierra de Cazorla...

El calendario es muy amplio, ocupa todos los meses del año ya que muchas pruebas hacen referencias a circuitos que se celebran en la comunidad andaluza o incluso a nivel nacional y que atrae a múltiples participantes.

Maratones, triatlones, BTT o pruebas infantiles como la Copa COVAP copan el calendario de este turismo

Así, con el turismo deportivo en plena expansión, sobre todo después de la pandemia, se necesita también el respaldo de las instituciones, puesto que la recirculación económica para los municipios es enorme y, además, se fomentan los hábitos saludables de práctica de deporte y una alimentación con productos de la mejor huerta, la andaluza.

CHICLANA

TRIMILENARIA Y PARAÍSO



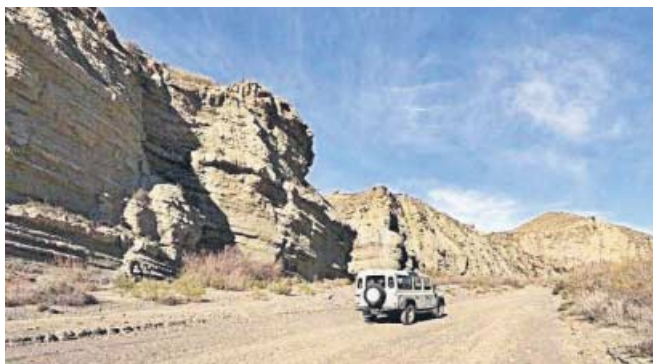
Los tesoros ocultos de la Alhambra

El Museo de la Alhambra posee la mayor colección de arte hispano-musulmán. Sus más de 200.000 piezas lo sitúa también en los primeros puestos del ranking en cuanto a contenidos de todos los espacios de exhibición del mundo islámico. / Antonio L. Juárez · Photographerssport





Almería



Barranquismo, rutas 4x4 por el desierto y submarinismo

La provincia de Almería constituye un placer difícil de encontrar en el Mediterráneo. Los Parques Naturales de Sierra María-Los Vélez con su castillo, sus cuevas rupestres y una riquísima fauna, el Cabo de Gata-Níjar de playas desiertas, agrestes acantilados y fondos marinos transparentes, dan vida a un paisaje que ofrece al viajero una experiencia inolvidable. Además, la magia de la nieve en la Sierra de Los Filabres y en Sierra Nevada, el bosque mediterráneo y el desierto

ofrecen las propuestas más sorprendentes del turismo activo de toda Andalucía. Es quizá una de las provincias más ricas en este tipo de turismo de aventura. Destacan el barranquismo en Bayárcal y Paterna del Río, la espeleología en la Cueva del Yeso (Sorbas), el puenting en Huéchar o vías ferratas en Vícar, así como las rutas en 4x4 por el desierto de Tabernas, que constituyen una experiencia que sólo puede ofrecer un entorno natural tan singular como éste.

Huelva

Escalada y rappel

En la comarca de la sierra esperan al viajero para realizar senderos de ensueño y un sinfín de actividades de aventura aptos para los más valientes: Barranquismo, escalada, espeleología, rutas en kayaks, puenting, orientación, rappel, tiro con arco o tirolina. El Risco Levante es el centro neurálgico de la escalada en la Sierra de Aracena.



Jaén

Cazorla, Segura y Las Villas

En el Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas se puede practicar, por ejemplo, kayak en el Embalse del Tranco, rafting en el Alto Guadalquivir, paramotor desde el aeródromo El Cornicabral (de Beas de Segura,) descenso de cañones en la Cerrada del Utrero, BTT por sus numerosos caminos y senderismo.



Una aventura en cada provincia, ocho experiencias para activarse

LOS apasionados al deporte, a la naturaleza y a las experiencias salvajes tienen en Andalucía el mejor enclave para disfrutar de un sinfín de ofertas. El turismo activo en esta comunidad autónoma, que a menudo recibe el nombre de turismo de aventura, ofrece muchas posibilidades, a veces desconocidas pero cada vez más atractivas y visitadas por aquellos viajeros interesados en experimentar nuevas emociones. Andalucía es un destino privilegiado para la práctica de todo tipo de deportes. Las magníficas condiciones climáticas y la calidad de las instalaciones deportivas con las que cuenta hacen que la región sea elegida como lugar preferente a lo largo de todo el año. En familia, con amigos, excursiones temáticas, expertos y aficionados están llamados a adentrarse en cada uno de los rincones de una comuni-

LA OFERTA

UN SINFÍN DE ACTIVIDADES

Senderismo, alpinismo, esquí, escalada, parapente y ala delta, piragüismo, pesca, espeleología, ciclismo, rutas 4x4, caza, surf, vela, bajada de ríos con piraguas, tirolina, kayak, multiaventura, puenting, actividades ecuestres, buceo, windsurf, rafting, vuelo en globo., son sólo algunos ejemplos de las actividades que se pueden

realizar y con solo unas horas de diferencia entre un entorno y otro (mar y montaña). No existe una región española con más días de sol al año, que cuente con el mayor número de campos de golf, que se puedan practicar deportes en la montaña, en el mar, en zonas urbanas, etc., y que sus instalaciones deportivas sean envidias a nivel nacional, por calidad y número de ellas.

dad que aglutina prácticamente todas las modalidades que se pueden desarrollar en espacios naturales, la mayoría de ellos además de alto valor ecológico. El contacto con la naturaleza, conocer gentes y lugares nuevos, vivir experiencias excitantes y divertidas, es el fin de cada vez más fami-

lias, jóvenes, y no tan jóvenes. Mezclar las vacaciones tradicionales con actividades lúdicas, deportivas, gastronómicas..., es un plan interesante y enriquecedor.

Por su gran extensión y por su variedad de paisajes, son muchas las posibilidades que ofrece el turismo activo en Andalucía.

Granada

Alta montaña y actividades de nieve, principales atractivos

La provincia de Granada presume de tener la sierra más elevada de toda la Península Ibérica: Sierra Nevada. Las actividades de nieve son la joya de la corona entre el amplio abanico de ofertas que ofrece. Granada es uno de los destinos favoritos para los amantes de las actividades que se desarrollan en montaña, co-



mo es el caso de los alpinistas. El Mulhacén, la montaña más alta de la España continental con 3.482 metro de altitud, así como de otro pico de gran dificultad como El Veleta, de 3.389 metros sobre el nivel del mar, no solo atrae a profesionales sino también a apasionados de esta modalidad deportiva.

Córdoba

Descenso de ríos y tirolinas

Descender río abajo en un balsa, navegar a toda velocidad sobre las aguas del embalse, bajar por una ladera junto a un arroyo cristalino, diferentes pruebas deportivas entre árboles y tirolinas en plena naturaleza o demostrar las mejores cualidades sobre una piragua o una tabla de paddle surf son algunas de las más famosas y entretenidas actividades que la provincia de Córdoba ofrece para todas las edades



Cádiz



El surf en todas sus vertientes y los paseos a caballo

En Cádiz, la diversión está en el agua. Es uno de los rincones de Andalucía más activos y propicios para la práctica de actividades en el medio acuático, especialmente para el surf en todas sus variantes: kite-surf, windsurf, paddle-surf, bodysurfing, incluso el submarinismo. Pero no hay que perder de vista las rutas y

paseos a caballo al aire libre, que son, cada vez más, una de las actividades más demandadas. Disfrutar de los caballos y del contacto de la naturaleza en el litoral costero o en los pinares del interior es un privilegio. El barranquismo, la escalada o la aventura del descenso están también pensadas para los atrevidos.

Málaga

Senderismo y espeleología

Entre las posibilidades que ofrece el destino de la provincia de Málaga destaca especialmente el senderismo con un enclave privilegiado como es el Caminito del Rey. Para los amantes de la espeleología es imprescindible visitar la Cueva de Nerja, que ostenta el calificativo de la 'catedral natural de la Costa del Sol'. Y para los aficionados al golf, los mejores campos están situados a lo largo de la costa.



Sevilla

Puenting y orientación

El barranquismo en Almadén de la Plata, la espeleología en Carmona, la navegación en piragua en numerosos puntos del río Guadalquivir, el descenso de aguas bravas en el cauce bajo del río Genil (Écija), la orientación en los pinares de Aznalcázar y Puebla del Río o el puenting en Aznalcázar son las propuestas más interesantes que ofrece la provincia de Sevilla y que se reparten por todo su territorio.





Ana Delgado, diputada de turismo de la provincia de Huelva. / JULIÁN PÉREZ.

Ana Delgado: “Huelva para conocerla hay que vivirla”

ANA Delgado, la diputada de Turismo de Huelva, está enamorada de su provincia. A la vista queda cuando resalta las ventajas de elegir la tierra de los onubenses como destino turístico. Con ese cometido, el de proyectar a nivel global lo que hoy ofrecen quienes en 1492 cambiaron el rumbo de la humanidad, nació a finales de 2023 la Agencia Destino Huelva. Ahora se presenta en FITUR como herramienta de la Diputación para dar a conocer y poner en valor todos los rincones de la provincia.

- Acaba de ver la luz la Agencia Destino Huelva, ¿De dónde surge? ¿En qué consiste?

“La Agencia Destino Huelva es un Organismo Autónomo Local, perteneciente a la Diputación Provincial, que pretende unificar la gestión del destino implantando un modelo de desarrollo integral, innovador y sostenible que aborde la gestión del territorio con la participación colectiva de todos los agentes implicados. Es una nueva forma de entender el turismo que se hace muy necesaria, entendida desde un punto de vista global, ya que las experiencias turísticas y la propia gestión del destino se hallan en un proceso de cambio en base a la obtención y determinante tratamiento del dato como una herramienta indispensable en el nuevo modelo de promoción. Por ello, se hace más necesario que nunca acometer esta evolución del anterior modelo existente hacia una organización que sea más dinámica y moderna.”

-¿Cuáles son los objetivos de este organismo para 2024?

“2024 será un año con grandes objetivos. Sólo llevamos seis meses en el gobierno de la Diputación Provincial y tenemos mucho por hacer en el ámbito turístico. Nos hemos encontrado un modelo anticuado ahora renovado gracias a la Agencia Destino Huelva. Su puesta en marcha es uno de los retos más importantes a los que nos enfrentamos. Dar participación a todos los agentes sociales y empresariales que operan en el ámbito turístico es parte fundamental en esta nueva gestión. Y también convertir el Destino Huelva en un Destino Turístico Inteligente, romper la estacionalidad o dar a conocer las bondades de Huelva. Y me refiero no solo a los potenciales turistas, sino también a los propios onubenses.”

-¿Qué planes o proyectos se van a llevar a cabo para impulsar el turismo en la provincia?

“Si algo tiene de positivo el aislamiento que ha sufrido Huelva en relación con las infraestructuras de transporte es que somos un destino poco masificado, que somos la provincia con más kilómetros de playas vírgenes y salvajes en España -un 40% de nuestras playas son vírgenes-, que somos la provincia con más espacios naturales protegidos

-más del 30 % de nuestro territorio-, y que contamos además con la Certificación Biosphere. Por tanto, pondremos en marcha proyectos que otorguen valor a la sostenibilidad de nuestro destino como reclamo para los amantes del ecoturismo y del turismo de naturaleza. Estamos trabajando también, junto con el Puerto de Huelva, en la puesta en marcha de experiencias turísticas exclusivas para los cruceristas. Se pretende aumentar considerablemente el número de cruceros que lleguen a Huelva. Para este perfil de visitantes estamos creando diferentes productos que den a conocer nuestra tierra, lo que incluye, por ejemplo, experiencias como la degustación de una comida con productos gourmet de Huelva maridada con vino del Condado en un lugar emblemático mientras se asiste a un espectáculo flamenco. O la recreación de un camino del Rocío. O la posibilidad de jugar al golf en alguno de nuestros campos de primer nivel. Otro de los proyectos que queremos poner en marcha es abrir la puerta de Huelva a los propios onubenses para que conozcamos nuestra provincia, que desarrollemos el sentimiento de pertenencia a esta tierra. Y estoy convencida de que los propios onubenses vamos a ser los mejores embajadores de nuestra provincia.”

-Un lugar turístico, pero ¿es también un buen lugar en el que establecerse?

“Sin duda. El que viene a esta tierra y conoce su clima, su luz, su gastronomía, la calidad de su gente, sus tradiciones, ya no quiere marcharse de Huelva. Precisamente vamos a lanzar en esta edición de FITUR una acción denominada ‘Huelva hay que vivirla’. Incluye un sorteo entre los profesionales que visiten nuestro espacio que tiene como premio una estancia en una villa cerca del mar. Y lo más importante es que allí podrán establecer la oficina de su empresa durante 21 días. Esta acción irá acompañada de experiencias por toda la provincia, porque Huelva, para conocerla, hay que vivirla.”

-¿Por qué recomendaría a cualquier persona elegir Huelva como destino?

“Porque Huelva es más que un destino, te atrapa, es playas salvajes de arena fina y sorprendentes atardeceres. Huelva es el Parque Nacional de Doñana, es sierra, es cultura y tradiciones, es gastronomía. Huelva es vino del Condado, es cuna del Descubrimiento, Huelva es minera y andevalleña, es Rocío, es Semana Santa, Huelva es naturaleza, es golf, es sostenibilidad, diversión y recogimiento. Gruta de las Maravillas y calidez de su gente. Es emprendedora, es luz. Porque Huelva es todo lo que puedes imaginar. Si no te quieres enamorar lo mejor es no venir a Huelva.”

“La agencia Destino Huelva nace como un nuevo modelo para la organización más dinámico y moderno”

“Pondremos en marcha proyectos que pongan en valor la sostenibilidad de nuestro destino”



ILUSTRE AYUNTAMIENTO DE
SAN ROQUE
*Extraordinariamente
tuyo*



San Roque
Delegación de Turismo



www.sanroque.es

Campo de Gibraltar, la riqueza de una comarca sinigual

S OBRAN motivos para descubrir y dejarse encantar por las virtudes del Campo de Gibraltar. Su estratégica posición geográfica, al sur del sur, en un privilegiado enclave en el Estrecho de Gibraltar; crisol de culturas desde tiempos ancestrales; su amplio y diverso patrimonio histórico, arquitectónico y cultural; sus espacios naturales, entre dos aguas, entre dos mares, y abrigados en su interior; una tierra aderezada por los múltiples sabores de su rica gastronomía; sus opciones de ocio y disfrute, su oferta deportiva y turística; y su gente, su buena gente... son solo algunas de las muchas razones que hacen de esta comarca de la provincia de Cádiz, integrada por ocho municipios, un destino único en el mundo.

EL DATO

EL CAMPO DE GIBRALTAR ES UN DESTINO PROPIO DENTRO DE TURISMO ANDALUZ

El Campo de Gibraltar contará con un espacio propio como destino dentro del pabellón de la marca Andalucía en FITUR 2024. La apuesta de la Junta de Andalucía conllevará un pabellón

más grande, con más espacios expositivos, zonas separadas de trabajo, presentaciones, showcooking, deportes, etc y un sinfín de experiencias audiovisuales. Esta iniciativa supone todo un reto a la hora de preparar el producto que recogerá los diversos y numerosos atractivos de los ocho municipios.

La Mancomunidad, consciente del valor del destino, tiene una firme apuesta por el desarrollo sostenible del mismo, no en vano, su modelo de gestión basado en la metodología de los Destinos tu-

rísticos Inteligentes ha sido subvencionado con el Plan de Sostenibilidad Turística que promoverá una modernización del sector así como una preservación de sus recursos turísticos.

Algeciras



El Centro de Interpretación Paco de Lucía, en este 2024

Algeciras es un importante centro comercial e industrial, que vive sobre todo de cara a su tráfico marítimo. Su puerto es uno de los más importantes del mundo en tráfico de mercancías. Está conectada magníficamente con Ceuta y Marruecos, Barcelona, Italia, Portugal y Sudamérica. Esto hace que sea una ciudad moderna y en constante evolución, que ofrece a sus visitantes lugares de gran belleza en el marco del Parque Natural de Los Alcornocales y del Estrecho así como es-

pectáculos naturales como la observación de la Migración de las Aves a su paso por el Estrecho de Gibraltar. Durante el 2024, el municipio inaugurará el Centro de Interpretación Paco de Lucía en el que lo visitantes podrán apreciar el significado y trascendencia de la obra del maestro algecireño, considerado el mejor guitarrista de flamenco de toda la historia y el más virtuoso del instrumento a nivel mundial. El centro representa un hito cultural para Algeciras.

Los Barrios

En plena naturaleza

Ubicado dentro del Parque Natural Los Alcornocales y el Paraje Natural Marisma de Palmones, se encuentra esta localidad. Goza de una red de senderos bien equipados y adaptados, que son referente para el cicloturismo. Palmones atrae al visitante por su buena mesa y en 2024 se proclamó Centro Gastronómico del Campo de Gibraltar.



Jimena de la Frontera

Un pueblo de Reconquista

Declarada BIC en 2004 por los valores históricos, artístico-urbanísticos y arquitectónicos que aún conserva en su trazado. La posición estratégica de su castillo, de los siglos XIII y XIV, favoreció la creación de un núcleo urbano que se ha mantenido al paso de los siglos, con calles estrechas, manzanas irregulares y una multitud de plazuelas.



La Línea de la Concepción



Una ciudad marinera donde degustar deliciosas recetas

Es una de las ciudades más jóvenes de España, con apenas un siglo de existencia. El carácter alegre de sus ciudadanos, la hacen una ciudad animada y muy acogedora. La Línea posee dos extensas playas donde se pueden practicar todos los deportes náuticos por el abrigo de sus aguas e infraestructuras tu-

rísticas como es el Puerto Deportivo Alcaidesa Marina, el Palacio de Congresos e innovadores alojamientos flotantes. Destaca la calidad de su gastronomía típica marinera, convertido en un lugar de referencia para degustar deliciosas recetas y tapas alrededor de la plaza de la Iglesia de la Inmaculada Concepción.

Tarifa



Un templo para amantes de deportes náuticos y de viento

Tarifa es uno de los pueblos más turísticos de la costa andaluza, con una amplia oferta de deportes náuticos y de deslizamiento, en todas sus modalidades. Sus aguas transparentes son ideales para la práctica del buceo. Muy interesante es la visita al conjunto arqueológico de la ciudad romana de Baelo Claudia, dentro del Parque Natural del Estrecho, así como a la Isla de

Tarifa y al Castillo de Guzmán el Bueno". Tarifa es un lugar estratégico para el avistamiento de aves y el fenómeno de la migración, así como de cetáceos y el Estrecho de Gibraltar, entre el océano Atlántico y el Mediterráneo. Sus especialidades gastronómicas se basan en el atún de almadraba, carne de vaca retinta y las especialidades en conservas, así como dulces artesanos.

Castellar de la Frontera

Pueblo Bonito de España

Castellar de la Frontera integra la prestigiosa lista de Pueblos Más Bonitos de España, una asociación que realza lugares de gran belleza que destilan historia y cultura. Uno de los lugares emblemáticos de Castellar es su Complejo Turístico y Medio ambiental de la finca Almoraima, un lugar excepcional para relajarse en plena naturaleza, disfrutando de un convento del S. XVI.



San Roque

Sotogrande, su bandera

Su precioso casco antiguo de calles empinadas, balcones con rejas y flores, y patios en calados está declarado Monumento Histórico-Artístico. Las Ruinas de Carteia, una importante ciudad romana, es uno de sus monumentos más destacados. Mención especial merece su fervorosa Semana Santa y el complejo turístico 'Sotogrande' que cuenta con magníficas instalaciones para la práctica de polo, tenis, vela y golf.



San Martín del Tesorillo

Ideal para desconectar

Tesorillo es un pueblo joven con sus inicios como colonia, que se remontan a finales del siglo XIX. Se trata de un lugar con encanto no solo por sus paisajes, recursos y edificios, también por la simpatía y participación de sus vecinos. Entre los lugares pintorescos y más significativos se encuentra la conocida Casa de Larios, que los tesorilleros llaman cariñosamente casita de campo.



Castellar, el más bonito del Campo de Gibraltar

CASTELLAR de la Frontera es el corazón natural de la comarca del Campo de Gibraltar y destino obligado del viajero que visita la zona. En este pueblo no se entiende de Levante ni Poniente porque todos los días del año son buenos para pasear por sus bosques y visitar su Castillo. Dan fe de ello los de dentro y los de fuera.

De lo que sí se entiende y se cuida es, por ejemplo, de tirar cañas. En bares y restaurantes se toman muy en serio ese primer contacto con el cliente. La atención en la mesa o en la barra mejora porque el turismo es cosa de todos. La fórmula para conseguirlo ni es mágica ni sofisticada. Es un clásico de toda la vida: dar ejemplo.

En 2019 el Área Municipal de Turismo del Ayuntamiento de Castellar encaló por dentro y por fuera, se vistió de limpio y se puso a trabajar por su pueblo. Ya era bonito sí, pero ahora se vocea en el mundo entero. Las inversiones municipales relacionadas con este importante sector estratégico se multiplican.

Se ultiman proyectos de gran calado como la apuesta de más de 800.000 euros por recuperar espacios públicos en el Castillo o el colosal complejo que Zagaleta levantará en su término, con los más altos estándares de diseño y calidad, privacidad y exclusividad, el estandarte del lujo silencioso en Andalucía. Oro blanco y verde para la prosperidad de este pueblo, que se enfrentará a la difícil tarea de no perder su identidad ni morir de éxito.

Para que esto no ocurra, también se consolidan iniciativas más humildes pero de gran eficacia. La ruta "De Tapa en Tapa 'Abogados'", rompe una lanza en noviembre por generar ingresos extra en los establecimientos turísticos del municipio. En su cuarta edición se preparan nuevas ideas para aumentar beneficios, que en 2023 rondaron los 15.000 euros de impacto directo.

Otra iniciativa de gran calado y poco esfuerzo es la atención al comercio local. La puesta en marcha de incentivos para ampliar sus ventas repercute en otro aspecto más relevante: el del aumento de los hábitos de consumo. Porque otro de los retos del turismo que viene es que pueblos y ciuda-

des se llenen de vida, vacunándose contra el vacío del comercio online y recuperando los espacios para la gente. Porque los vecinos y veci-

nas de un lugar son tan interesantes como sus monumentos. Y los bares y los comercios llenos, señal de buena salud y carácter auténtico.

Hablar de Castellar de la Frontera implica hablar de la empresa pública La Almoraima S.A. propietaria de casi el 80 por ciento del suelo del término municipal. En 2021, los planes de Inversión del Ministerio de Transición Ecológica coronaron con 25 millones de euros a este fascinante lugar de España, alzándolo como el modelo del cambio en políticas transversales. Una cantidad jamás antes invertida en esta enorme finca de incalculable valor natural donde la industria del corcho, el turismo cinegético y el de naturaleza tienen mucho futuro.

Así que no lo piensen, estamos de buena añada. El pueblo más bonito del Campo de Gibraltar les espera con sus encantos naturales, históricos y mundanos. Para celebrar y para compartir. Para conocer y regresar, para sentirse como en casa.



Castellar de la Frontera está desde 2019 en el coqueto club de Los Pueblos Más Bonitos de España



La fortaleza de Castellar Viejo se alza sobre un cerro en pleno Parque Natural Los Alcornocales.

UNIVERSO

Tarifa



#destinadoaencontrarte



Imagen de la Reserva Club. El complejo alberga algunos de los mejores campos de golf de Europa.

Sotogrande, 60 años de desarrollo económico



Suite Penthouse en el Hotel SO/Sotogrande.

SOTOGRADE, es uno de los destinos más codiciados de Europa donde disfrutar de un estilo de vida elegante y refinado. Lo que comenzó como un ambicioso y vanguardista proyecto residencial celebró el pasado año su aniversario de diamante, habiéndose transformado en un enclave turístico de primer nivel, con algunos de los mejores y más premiados campos de Golf en Europa, el más importante destino de polo en España, y un referente del desarrollo económico en la región con 7.000 propiedades privadas y más de 300 empresas afinadas en él.

Un sueño hecho realidad

A mediados del siglo XX, el empresario y visionario filipino Joseph McMicking ad-



El galardonado Spa & Wellness Club del Resort 5*.

quirió 4 cortijos y sus terrenos correspondientes en la costa de San Roque, dentro de la provincia de Cádiz, España. Inspirado por los resorts de lujo que había conocido durante su vida en Estados Unidos y Filipinas, McMicking concibió la idea de Sotogrande como un paraíso mediterráneo de exclusividad y sofisticación, gracias a su vasta tierra fértil, sus extensas y vírgenes playas, reservas de agua, el río Guadiaro y su proximidad al Aeropuerto de Gibraltar, al que posteriormente se unió el Aeropuerto de Málaga.

Sotogrande ocupa una superficie de 20 km2 desde el mar Mediterráneo hasta las estribaciones de la Sierra Almenara. Con una ubicación privilegiada, Sotogrande ha logrado posicionarse como uno de los

principales destinos residenciales, de ocio y deportivos de Europa con instalaciones de primera clase donde disfrutar de la práctica del Polo, pádel, tenis y multitud de deportes acuáticos, así como de sus clubs de playa, su pintoresca marina con boutiques y restauración de primera calidad, así como del hotel y spa de 5 estrellas SO/ Sotogrande. Pero si hay un deporte que realmente ha consagrado a Sotogrande, ese es sin duda el golf.

Paraíso del golf

Desde sus orígenes, Sotogrande apostó por el golf, un deporte hasta esa fecha inexistente en toda la provincia, y prácticamente desconocido en el resto de España. Su favorable situación geográfica y los más de 320 días de sol, convierten a Sotogrande en uno de los destinos de golf por excelencia.

Uno de los destinos más codiciados de Europa donde disfrutar de un estilo de vida elegante y refinado

Hoy en día Sotogrande cuenta con 4 campos de golf en un radio de sólo 15 minutos y ha sido recientemente reconocido como "Mejor Destino de Golf de España" y el tercer mejor en Europa por National Club Golfer; permitiendo a los apasionados de este deporte disfrutar de algunos de los mejores campos de golf de Europa y España como los legendarios: #1 Real Club Valderrama, antiguo Ryder Cup, actual sede de LIV Golf; #2 Real Club de Golf Sotogrande, sede del Andalucía Masters del DP World Tour; y #7 La Reserva Club, reciente sede del ARAMCO Team Series, parte del Ladies European Tour.

Del mismo modo, Almenara Golf, situado junto al parque natural de Los Alcornocales, ofrece otra opción variada y di-

vertida, esta vez con 27 hoyos repartidos en tres circuitos de 9 hoyos, recientemente remodelados por el legendario golfista local Manuel Piñero.

Epicentro del polo internacional

Sotogrande es también uno de los destinos internacionales de polo más influyentes del mundo, con cinco clubes en la zona. Ha celebrado 52 ediciones del Torneo Internacional de Polo de manera ininterrumpida, siendo uno de los 4 principales Destinos del Grand Slam de Polo junto con Palm Beach (USA), Conrwall (UK) y Palermo (ARGENTINA).

La Reserva representa el siguiente capítulo de la historia con una superficie de 400 hectáreas

En el corazón de Sotogrande, se encuentra La Reserva Club de Sotogrande, una exclusiva comunidad residencial que ofrece un estilo de vida único. Enclavada en un parque natural exuberante, y donde cada propiedad se integra armoniosamente con el paisaje circundante. La Reserva representa el siguiente capítulo de la historia del famoso Sotogrande, un complejo residencial y de ocio que ocupa una superficie de 400 hectáreas compuesto por un campo de golf de 18 hoyos, uno de los mejores de España, dos restaurantes, pistas de tenis y de pádel, un club de playa interior que cuenta con una playa de arena, una piscina semi-olímpica sólo para adultos y una laguna para deportes acuáticos como el paddle surf, el kayak o el jetboard, así como una zona de bienestar y un club infantil.



Una playa artificial en la que disfrutar de la tranquilidad y el bienestar.

EL DATO

UN RESIDENCIAL ÚNICO

Rodeado del maravilloso paisaje del sur de Andalucía y con vistas al Mar Mediterráneo, la Reserva se sitúa como un extraordinario y sofisticado complejo residencial en el corazón del reconocido Sotogrande. Creado para ofrecer exclusivamente lo mejor para un estilo de vida familiar, La Reserva da la oportunidad a todos sus socios y residentes de tener acceso a una especial selección de actividades de ocio y múltiples servicios en un entorno excepcional. Además se encuentra a pocos minutos del reconocido Colegio Internacional de Sotogrande.



El polo es uno de los deportes más destacados del entorno.

La naturaleza y el refinamiento juegan un papel importante, así como su baja densidad con una construcción de sólo el 25% del terreno. Sotogrande se ha situado siempre en las antípodas del modelo marbellí, motivado por la filosofía empresarial con la que el fundador impreg-

nó a su proyecto y que está fundamentada en dar tranquilidad, comodidad y privacidad a todos sus residentes. Esta filosofía provocó, el crecimiento de Sotogrande de manera más tranquila y privada, convirtiéndose en un distinguido refugio.

En Sotogrande Alto, rodeado de exuberantes verdes colinas e idílicos valles con vistas al Mediterráneo se encuentra SO/ SOTOGRADE SPA & GOLF 5* RESORT, situado en el antiguo Cortijo de Santa María de la Higuera. Con una arquitectura que evoca la estética de un tradicional pueblo andaluz y unos interiores meticulosamente cuidados, el primer cinco estrellas en la zona rinde homenaje a la moda, el diseño, la gastronomía y el golf en la costa andaluza.

Este complejo de 152 habitaciones con terraza privada y 36 suites promueve experiencias culinarias inolvidables, entretenimiento de alta calidad, emocionantes deportes terrestres y acuáticos, así como tratamientos de spa y bienestar de nivel internacional.

La propuesta gastronómica de SO/ Sotogrande abarca cuatro restaurantes y bares, donde saborear recetas tradicionales de Andalucía, propuestas con una visión renovada y más de 40 cócteles artesanales de autor.

Además, los huéspedes pueden disfrutar de tres piscinas al aire libre, jardines privados, un animado Kid's Club y un multipremiado Spa & Fitness Centre de 3000m² y 8 cabinas de tratamiento con vistas al mar.

Tras seis décadas de historia, Sotogrande ha pasado de ser un sueño en la mente de su fundador a un referente del turismo de lujo del sur de Europa. Con una propuesta única de calidad, baja densidad y un modelo de negocio dirigido a la privacidad, a la familia y a la naturaleza, este destino es hoy considerado uno de los más exclusivos y codiciados en Europa, y reconocido también por la crítica internacional por la excelencia en sus campos de golf, hotel, clubes de playa, cuidada propuesta residencial y un estilo de vida inigualable.



Playa de Sotogrande, un atractivo indudable para disfrutar en vacaciones y como segunda residencia.

San Roque, exclusivamente tuyo

LA ciudad de San Roque presenta en Madrid su oferta turística, deportiva, gastronómica, cultural y de entretenimiento. Una amplia oferta que la convierte en un destino único en la provincia de Cádiz y uno de los más atractivos de España. El alcalde de San Roque, Juan Carlos Ruiz Boix, el concejal de Turismo, Alfonso Valdivia, junto a técnicos de la delegación, aportarán a todos aquellos sectores interesados las indudables bondades del municipio para el turismo residencial, deportivo y vacacional.

Estos tres ejes son la base de la oferta turística, ampliamente asentada a lo largo de las últimas décadas.

En lo que se refiere al turismo residencial, en San Roque se ubica una de las mejores urbanizaciones europeas, Sotogrande, que está ligada a la excelencia y constituye un atractivo indudable para disfrutar en vacaciones y como segunda residencia.

En el plano deportivo, tres son los ejes fundamentales que atraen a los turistas hasta San Roque. Por un lado, los deportes náuticos, que cuentan con una excelente base en el Puerto Deportivo de Sotogrande, sede, no ya solo embarcaciones de recreo, sino también de competiciones.

Por otro lado se encuentra el polo, una disciplina que celebra torneos durante todo el año, aunque el punto álgido se produce cada mes de agosto con el Torneo

Internacional de Polo, en especial la Copa de Oro, que concita la visita de miles de personas en las canchas de Santa María Polo Club y que ya supera las cincuenta ediciones.

Y en tercer lugar, los está la oferta de golf, con siete campos ubicados en San Roque que otorgan al municipio una de las más altas consideraciones en el plano golfístico internacional. La localidad acoge la celebración de torneos de máxima relevancia a nivel internacional, principalmente en el Real Club de Golf de Sotogrande y en el Real Club Valderrama, sin olvidar el Campo Municipal



El alcalde, Juan Carlos Ruiz Boix.

de Golf La Cañada y su escuela municipal.

El turismo vacacional constituye otro de los grandes atractivos del municipio, sustentado, no solo en sus más de 300 días de sol al año, sino en sus 15 kilómetros de playas, algunas de ellas totalmente vírgenes y todas con servicios de primer nivel, avalados por cinco banderas azules.

La oferta se completa con la enorme variedad gastronómica, contando con

decenas de restaurantes de todo tipo; la riqueza patrimonial, con especial protagonismo del Conjunto Histórico Artístico de San Roque; la Semana Santa, declarada de Interés Turístico Nacional de Andalucía; o el yacimiento arqueológico de Carteia, junto al turismo verde que gira en torno al Pinar del Rey y a la finca la Alcaidesa.

Con todos estos mimbres se completan una rica y variada oferta turística capaz de satisfacer las necesidades de un amplio espectro de personas que pueden encontrar en San Roque el lugar ideal para pasar sus días de vacaciones, tener su segunda residencia o practicar deporte.

(Fitur)

2024



¡VIVE UNA EXPLOSIÓN
DE EMOCIONES!



MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS
DEL CAMPO DE GIBRALTAR



La estación de esquí de Sierra Nevada ya cuenta con su renovado telecabina

Dotado de la última tecnología, el nuevo telecabina supera dos kilómetros y medio en sólo 8 minutos. Dispone de 77 cabinas y es más eficiente que el antiguo. El presidente de la Junta, Juanma Moreno, lo inauguró durante la Navidad / Miguel Ángel Molina





El sol, el mar y el viento, elementos que dejan huella en el visitante de Tarifa



Tarifa es una ciudad que atrapa al visitante.

TARIFA brinda oportunidades y experiencias únicas por su sólo entorno. Sol, playa, viento son en este rincón de Europa elementos reinterpretados para ofrecer al visitante una oferta que deje huella y atrape, cada uno a su manera.

La ciudad es mundialmente conocida por sus condiciones para la práctica de los deportes del viento y deslizamiento. En este 2024, sus playas vuelven a ser capital internacional de disciplinas innovadoras como el wingfoil, el kitesurf o el windsurf. Competiciones de élite se reparten por el litoral tarifeño en un espectáculo propio que es imagen internacional.

Pero Tarifa contiene también otros atractivos que son regalos para los sentidos. Hay una Tarifa gastronómica que se saborea en la excepcional oferta de restaurantes y bares. Tres rutas -Atún, Ibérico y Esencias- se reparten en el calendario en torno a productos excepcionales que invitan al disfrute.

Hay una Tarifa gastronómica que se saborea en la nutrida oferta de bares y restaurantes, con productos excepcionales

Es también un escenario fronterizo que permite disfrutar de espectáculos naturales como la migración de miles de aves entre Europa y África coincidiendo con sus desplazamientos migratorios. El avistamiento de cetáceos en su hábitat natural tiene también en el Estrecho de Gibraltar una de las localizaciones más importantes de Europa para disfrutar de los mamíferos marinos. Esa misma ubicación geográfica, entre dos espacios naturales, los parques del Estrecho de Gibraltar y el de los Alcornocales hace de la zona un escenario de interés para el senderista que busca paisajes y enclaves únicos. Has-



Ofrece enclaves únicos para el senderismo.

ta tres senderos europeos de gran calado recorren el municipio en una oferta abierta igualmente al ciclismo, la escalada y en definitiva a todos los que ansían verse rodeados de naturaleza en estado puro.

La Tarifa de costumbres y tradiciones pervive además en un casco histórico milenario, rico en patrimonio arquitectónico al borde del paseo diario. La fortaleza medieval del Castillo de Guzmán el Bueno, o el yacimiento arqueológico de la antigua ciudad romana de Baelo Claudia son atractivos más monumentales.

Pero además, la delegación de Turismo del Ayuntamiento de Tarifa impulsa con ilusión y

convencimiento nuevos proyectos para redescubrir el municipio. Del 12 de abril al 3 de mayo, Tarifa acogerá "The Nomadbase", primer retiro internacional de la comunidad nómada en el municipio. Más de 300 nómadas digitales se darán cita en la localidad para vivir una concentración novedosa. Tres semanas de encuentros e interacción entre profesionales que compartirán talleres, conferencias y actividades en una apuesta por concretar una propia marca oficial, la "Workations Tarifa, paraíso para nómadas digitales".

El municipio es ya nodo europeo y referente internacional para el trabajo a distancia de profesionales de medio mundo. Conscientes de ello, el Ayuntamiento de Tarifa de la mano de La Cocotera, primer hostel coworking de Europa, ubicado en pleno corazón de la población apuestan por promocionar este mercado emergente. El objetivo no es otro que impulsar el destino y sus excepcionales condiciones entre un sector innovador que no renuncia a compaginar sus obligaciones profesionales con el conocimiento y disfrute de enclaves únicos como el tarifeño. En un momento de cambios profundos y nuevas dinámicas, Tarifa quiere responder así a la revolución digital y a su nueva realidad con apuestas atractivas que hagan de la zona un destino completo.

Otra de las novedades es la adhesión de Tarifa a la red de ciudades de la Andalucía Film Commission. Una herramienta de promoción clave para impulsar el municipio como espacio escénico de rodajes y localización de producciones audiovisuales. Los recursos paisajísticos, la idiosincrasia de la arquitectura monumental y popular han llamado ya la atención de la industria del cine, la televisión o la publicidad. Pero con el amparo de toda una red consolidada, bajo la Andalucía Film Commission se quiere implementar con mayor eficacia y agilidad el conjunto de estrategias diseñadas en Andalucía para impulsar los rodajes y producciones audiovisuales. Todos los activos que reúne Tarifa, monumentos, paisaje, patrimonio cultural y etnográfico pueden verse reforzados en el ámbito nacional e internacional de una industria audiovisual que encuentre aquí mecanismos engrasados para su trabajo.





**Visita
Castellar de la Frontera**
Uno de los Pueblos más Bonitos de España



Andalucía reforzará en Fitur la unidad de la oferta y los espacios para destinos



Pabellón de Andalucía, repleto de profesionales, en la pasada edición de FITUR.

LA Consejería de Turismo, Cultura y Deporte llevará a cabo una transformación de su presencia en la próxima edición de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid, acentuando la profesionalización del pabellón y la unidad de la oferta de Andalucía, además de ampliar los espacios para los destinos y de aplicar la tecnología para incrementar la productividad.

El espacio de la región en el encuentro estará adaptado a la nueva campaña de comunicación del destino estrenada esta semana, bajo el lema 'Andalucía te rompe', y contará

con los materiales creativos dirigidos al mercado nacional.

Los cambios que se realizarán contemplan un incremento de la superficie neta de exposición, pasando de los 5.300 metros cuadrados de la edición de 2023 a 6.500 metros cuadrados en la del año próximo, lo que se traducirá en un incremento de los espacios para provincias y ciudades andaluzas.

Para la profesionalización y mejora de la funcionalidad del pabellón, se unificarán diversas zonas de usos similares, integrando áreas comunes en un único conjunto para

evitar espacios independientes. Así, el área negocio superará los 750 metros cuadrados para dar cabida a un mayor número de mesas de trabajo dedicadas a las reuniones de los profesionales andaluces.

Se establecen además tres zonas diferenciadas. Un primer espacio al comienzo del pabellón dirigido al impacto inicial en el visitante al expositor, una segunda área para la promoción de los destinos y, en el tramo final, la dedicada a la generación de negocio y los contactos comerciales.

También se aúnan las salas destinadas a las

'Andalusian Crush', la espectacular campaña de turismo de la Junta

ANDALUCIAN Crush' es el nombre de la campaña de turismo utilizada por la Junta de Andalucía en la recta final del pasado 2023, cuya creatividad gira en torno al impacto que la cultura, el patrimonio y el legado histórico de la comunidad genera en los viajeros. Una campaña que busca acabar con los tópicos, provocar, sorprender y atrapar al visitante con un anuncio de un minuto que encierra el senti-

miento andaluz con embajadores de la talla de Lorca, Picasso, Lola Flores o Paco de Lucía.

El consejero de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta, Arturo Bernal, destacó en su presentación la necesidad de cambiar la percepción exterior de Andalucía, y para lograrlo, apostar por la cultura como elemento fundamental. Según él, la cultura andaluza es "nuestro extra", una mezcla única

de artistas y un extenso patrimonio que posiciona a la región como un destino incomparable.

La marca Andalucía ya está asentada y valorada, pero la campaña 'Andalusian Crush' busca no solo consolidar los mercados tradicionales europeos sino también expandir su presencia en Norteamérica, Asia y el Pacífico. El objetivo es claro: captar la atención de la Generación Z, actualmente los prescriptores del mercado turístico y los futuros consumidores.

Con una inversión de 38 millones de euros (con la ayuda del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, FEDER) y



Juanma Moreno y Arturo Bernal presentan los resultados de 2022.

presentaciones que se desarrollan durante la feria, así como las áreas de trabajo abiertas y otros espacios, como los dedicados a comunicación o salas de reuniones, que contarán con doble planta para un mejor aprovechamiento de la superficie.

Además, se hará especial hincapié en la aplicación de soluciones tecnológicas para mejorar la productividad y analizar en tiempo real todo lo que se desarrolla en el pabellón, con el objetivo de mejorar la experiencia de la visita y colocar al profesional y al público en el centro de la acción promocional.

Contenido ofrecido con la colaboración de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía

De este modo, se buscará una inmersión global en el destino de Andalucía, a través de una gran bienvenida y de la reunión de los destinos y empresarios alrededor del espacio central del pabellón, constituido como gran plaza andaluza

con toques característicos reales para todos los sentidos.

Visión global del destino

El expositor contará por tanto por un formato diáfano que permita la visión global del destino como conjunto, en el que todas las propuestas turísticas de la comunidad giren alrededor del visitante para que tenga una experiencia única durante su estancia en el pabellón.

Será además un espacio completamente profesional en las jornadas de miércoles a viernes, que se transformará en zonas de ocio durante el fin de semana dedicado al público general, pero manteniendo en todo momento la apuesta por las experiencias, actividades, vivencias, cultura y tradiciones del destino.

Por tanto, se presentará una imagen atractiva y conjunta de toda la oferta turística de la comunidad, a través de un diseño visualmente rompedor, con el objetivo de que el espacio de Andalucía en Fitur 2024 permita sentirse andaluz al visitante profesional y al público final.

más de 800 acciones de comunicación, la campaña despliega su presencia en icónicos lugares como Londres, Nueva York y varios enclaves clave en México, Canadá, Japón y China.

Los directores creativos ejecutivos de Ogilvy, la agencia maestra detrás de la campaña, explicaron que la idea es mostrar lo que Andalucía puede provocar en quienes la visitan, en lugar de simplemente retratar su imagen postal. El viaje interior está narrado por el famoso actor estadounidense Peter Dinklage, conocido por su papel como Tyrion Lannister en la serie 'Juego de Tronos'.



Pantallazo de la campaña 'Andalusian Crush'.

APUNTES

CINE

Pocos territorios pueden ofrecer una filmografía tan densa y una conexión tan directa entre su tierra y la creación cinematográfica, pocos lugares pueden exhibir como Andalucía la extensa lista de películas míticas rodadas en sus diversas y magníficas escenografías. La Consejería de turismo propone un viaje visual por Andalucía, con la especial mirada que aporta el cine, de la mano de los paisajes y escenografías elegidas por multitud de realizadores que pensaron en esta tierra para situar aquí sus historias, como 'Lawrence de Arabia', 'Muere otro día', 'Como ganó la guerra', 'La muerte tenía un precio', 'Indiana Jones'...



CRUCEROS

Un clima excepcional, una magnífica ubicación y un entorno repleto de atractivos turísticos completan los ingredientes para asegurar unas vacaciones de ensueño. No en vano, la tradición marítima de Andalucía impregna bellas estampas marineras y no es difícil evocar a un intrépido Colón descubriendo nuevos mundos o al pirata Barbarroja atacando costas gaditanas. Los puertos comerciales principales son Huelva, Sevilla y Cádiz, en la costa atlántica; y Algeciras (el primero en tráfico total de España), Málaga (el 2º en número de cruceros de la Península), Motril y Almería, en el Mediterráneo. Todos ellos son destinos vacacionales de relevancia internacional, con multitud de propuestas y actividades enfocadas al turismo de cruceros.

MICE

Una excelente red de comunicaciones, instalaciones vanguardistas, modernas infraestructuras y una oferta hotelera con las más altas exigencias de calidad. Una cultura singular, paisajes de ensueño, gente acogedora y un clima excepcional. En definitiva, es el lugar ideal en el que el entretenimiento y los negocios conviven en un equilibrio perfecto, complementando las jornadas de trabajo con experiencias únicas y sorprendentes.

Pulpí, un descubrimiento por mar y tierra

DESCUBRIR Pulpí es adentrarse en sus entrañas, en las de la Sierra del Aguilón donde esconde uno de los mayores tesoros naturales del mundo, la Geoda Gigante de Pulpí. Pero descubrir este municipio almeriense también es conocer sus preciosas playas, sus barriadas, su amplia oferta cultural, donde destacan el Museo de Luminiscencia, la sala Pintor Pedro Antonio y su castillo de San Juan de los Terreros.

Pulpí está de moda. El primer municipio del litoral andaluz en el Mediterráneo constituye uno de los paisajes más pintorescos y paradisíacos de la geografía de la región. Su patrimonio natural es sorprendente, destacando la Geoda Gigante, que es la geoda visible más grande del mundo. Está declarada como Monumento Natural de Andalucía y se esconde en el interior de la Mina Rica, un amplio complejo de galerías excavadas por los mineros en el siglo XIX.

A unos 60 metros de profundidad se encuentra la Geoda Gigante, una cavidad en la roca de unos 8 metros de longitud por 2 metros de altura recubierta de enormes cristales de yeso, alguno de los cuales llega a medir casi dos metros. Su transparencia y estado de conservación la convierten en una joya de la naturaleza. Constituye un fenómeno único a nivel mundial dadas sus dimensiones y la perfección, tamaño y transparencia de los cristales y porque es la única geoda visitable en todo el mundo.

Pero la Mina Rica no solo es la Geoda Gigante, si bien ese es el colofón más espectacular. Durante la visita se recorren diferentes galerías con sus entibados, los pozos y contrapozos, las cámaras de explotación y sus pilares de sostenimiento, y otros muchos elementos que constituyen un ejemplo palpable del rico patrimonio minero que alberga la



La geóloga y coordinadora de las visitas de la Geoda, Milagros Carretero, en el interior de la misma.

EL DATO

CANDIDATA A PATRIMONIO NATURAL DE LA UNESCO

La relevancia de la Geoda de Pulpí es tal que podría convertirse en un futuro próximo en Patrimonio Mundial de la Unesco, en el apartado de Patrimonio Natural. El Ayuntamiento pulpifeño ya ha iniciado los trámites para este reconocimiento, presentando ante la Dirección General de Patrimonio Histórico la candidatura.

mina. Como patrimonio geológico se encuentra una amplia variedad de minerales muy característicos, además de otras pequeñas geodas.

Saliendo del interior de la tierra, Pulpí tiene mucho más por descubrir. Así, por ejemplo, siguiendo con el patrimonio geológico, el espacio escénico del municipio cuenta con el "Museo de la luminiscencia", la muestra de minerales luminiscentes más grande de Europa. Es una colección compuesta por 1.000 minerales de todas partes del mundo, única y espectacular. La oscuridad desvela un mundo diferente donde los minerales brillan y se convierten en obras de arte. Es una exhibición inigualable en una sala oscura donde los minera-

les, al ser iluminados con luz ultravioleta, brillan con una increíble variedad de colores vibrantes.

Pero la oferta cultural de Pulpí va mucho más allá, destacando la Sala Pintor Pedro Antonio en el auditorio, que recoge ocho obras de arte que el Ayuntamiento de Pulpí ha ido adquiriendo desde el año 1993.

Su patrimonio monumental también es destacable, como el Castillo de San

Juan de los Terreros, el edificio más antiguo del municipio de Pulpí, que está catalogado como Bien de Interés Cultural con la categoría de Monumento. Es el símbolo de la villa y fue construido en 1764 como un fuerte para la vigilancia y defensa costera.

Este castillo mira desde las alturas a la amplia línea costera de Pulpí, donde la naturaleza ha sido generosa ofreciendo calmadas playas doradas de aguas cristalinas, como en San Juan de los Terreros, y espectaculares calas de acantilados, así como la famosa Playa de los Cocedores, una bellísima bahía natural y que ha sido declarada Paisaje Natural Protegido. En total Pulpí cuenta con 10 kilómetros de costa que son un marco inmejorable para disfrutar del sol y del mar todo el año. A lo largo de esta costa se extienden 13 playas y calas que brindan un amplio abanico al turista.

Y todo esto enmarcado en un municipio turístico, ganadero y agricultor, cuyas frutas y hortalizas se comercializan por toda Europa y que dotan al pueblo de una exquisita gastronomía donde destacan platos como migas con tropezones, ajo colorao, arroz con habichuelas y de matanza, caracoles con gurullos, gazpacho, gurullos con conejo, olla gitana, papas a lo pobre, pelotas, potaje de trigo o escabeche de pescado, entre otros.

En definitiva, Pulpí tiene mucho por descubrir durante todo el año. Es un paraíso entre la tierra y el mar.



La espectacular playa de Los Cocedores, Paisaje Natural Protegido.



El Castillo de San Juan de los Terreros es el edificio más antiguo.



Envuélvete de lo extraordinario todos los días

Con extensas playas vírgenes y un clima privilegiado, Sotogrande inspiró a Joseph McMicking en 1962 para crear un destino único que ofreciera la combinación perfecta de vistas panorámicas, instalaciones de clase mundial y un estilo de vida sin igual. Un lugar para disfrutar de lo que realmente importa: la familia, la seguridad y la privacidad, con acceso a las mejor comodidades. 60 años después, Sotogrande se ha convertido en uno de los destinos más codiciados de Europa para vivir, trabajar y disfrutar.

Descubre nuestro destino único y los distintos paquetes exclusivos de golf.

SOTOGRAÑDE[®]
ANDALUCÍA

+34 856 560 922
sotogrande@sotogrande.com · sotogrande.com

Descubre nuestro
destino único y los
distintos paquetes
exclusivos de golf



Gruta de las Maravillas, de las más bellas del mundo

Localizada en la localidad onubense de Aracena, es un manantial de belleza inagotable, forjada por el tiempo sobre la propia naturaleza, con ayuda de elementos tan sencillos como el agua y la piedra. El excepcional conjunto de galerías, salones, lagos y cursos subterráneos que el tiempo y el agua han labrado en el seno de Cerro del Castillo, se ha formado sobre calizas paleozoicas en un continuo sistema kárstico, testigo de eras y climas pasados. / Clara Carrasco



Almería, tierra de cultura

ALMERÍA ciudad ha concluido 2023 de forma positiva ya que sus datos y cifras se van acercando a los años prepandemia. La capital ha consolidado durante estos doce meses los segmentos turísticos de congresos, cruceros, deportivo y de cine. La ciudad cuenta con un clima excepcional y unas instalaciones y servicios de excelente calidad. Ello, unido a su oferta cultural, monumental y de ocio y la ausencia de masificación, la hacen única en la costa española.

El Ayuntamiento viene haciendo una gran apuesta para convertirse en un lugar ideal para la celebración de congresos, ferias y conferencias, destacando para ello el Palacio de Congresos y Exposiciones Cabo de Gata-Ciudad de Almería, referente para concentrar la actividad congresual de la ciudad. Moderno y dotado

de todo tipo de instalaciones, tiene una capacidad para 5.000 personas en sus más de 8.000 metros cuadrados. Allí se han celebrado en 2023 un total de 31 congresos con la asistencia de más de 25.000 personas. Entre esta treintena de eventos, han destacado el 'Sun&Blue', con 900 asistentes, el congreso sobre turismo azul e innovación más importante de Europa; VESTIAL, un congreso que ha aunado agricultura, gastronomía, productores y cocineros, con similar afluencia; o el Nego.Connection, que cada año reúne a más de 600 profesionales del sector turístico.

La Red Municipal de Museos sigue aumentando también su oferta cultural. Durante el año recién terminado se han unido dos nuevos espacios museísticos que mostrar en la ciudad: el Yacimiento Arqueológico Barrio Andalusi, a las faldas de la Alcazaba; y la Casa Natal de Antonio de Torres, creador de la guitarra española. Así, más de 190.500 personas han pasado por los diez espacios museísticos durante estos doce meses.



El Palacio de Congresos y Exposiciones de Cabo de Gata-Ciudad se ha erigido en un referente para aglutinar toda la actividad congresual de la ciudad de Almería.



La inauguración del yacimiento arqueológico Barrio Andalusi ha sido uno de los grandes hitos del año.

Las calles de Almería han sido testigo de 28 rodajes a lo largo de 2023, destacando series como 'Berlin'

Entre todos ellos, destaca el Centro de Interpretación Patrimonial que ha registrado casi 55.000 visitantes. La ciudad posee museos singulares como los Refugios de la Guerra Civil, únicos en Europa; la Casa del Cine, donde John Lennon se inspiró para componer una de sus mejores canciones 'Strawberry Fields Forever'; el Museo de la Guitarra, que muestra el origen del instrumento más tocado en todo el mundo; o la Casa del Poeta, donde vivió el dramaturgo José Ángel Valente. Este año, además, la ciudad contará con un nuevo espacio museístico, el undécimo, con la apertura del Museo de la Vega, en homenaje a nuestros agricultores y a un sector que ha hecho grande a Almería.

Durante 2023, Almería Ciudad también se ha erigido como una ciudad de destino a tener en cuenta por los cruceros. Así, durante estos 365 días se han atendido a un total de 21 navieras, siete más que en 2022, con casi 11.000 cruceristas a bordo. Para este año 2024, el Área de Turismo del Ayuntamiento de Almería va a trabajar conjuntamente con la Autoridad Portuaria para aumentar esa cifra de recepción de cruceros. Se ha creado, en este objetivo, la Asociación Amigos de los Cruceros para que la capital se convierta en un destino costero para las principales compañías crucerísticas.

Igualmente, la ciudad también ha destacado por el turismo de golf. Este deporte, uno de los más practicados en el último lustro, ha hecho que el Campo Municipal Alborán Golf concluya el año con más de 60.000 salidas, su dato más alto en los 19 años de vida.

Ello ha supuesto una media diaria de 160 jugadores en sus instalaciones, de Almería,

pero también del resto de España y extranjeros, principalmente de los países escandinavos. Las expectativas para 2024 son superar la veintena de torneos organizados y las citadas salidas, además de seguir aumentando el número de abonados en el campo, que actualmente supera los 500. Hay que tener en cuenta que este campo de golf se encuentra en la zona más turística de la ciudad, El Toyo, con el Pabellón de Deportes, el Pala-

cio de Congresos, hoteles de 4 y de 5 estrellas y su amplísima costa que llega hasta Cabo de Gata, entre otros tantos servicios.

En este recién estrenado año, Almería ciudad seguirá afianzándose también como uno de los destinos de confianza tanto para el turismo nacional como internacional y, para ello, seguirá trabajando dentro del Plan Turístico de Grandes Ciudades. Además, como es habitual en los últimos años, la capital seguirá siendo plató natural de multitud de rodajes cinematográficos y anuncios televisivos. En 2023, no en vano, sus calles han sido testigo de 28 rodajes, destacando las grabaciones de la serie 'Berlin' de Netflix; la serie 'Suspect' de Disney Plus o el programa 'Camino de Sefarad' de RTVE.

Todo ello, junto a otros factores que ha desarrollado el Área de Turismo durante este tiempo, han conseguido posicionar a la ciudad como un destino turístico preferente para miles de visitantes. Así, la media de ocupación hotelera anual ha sido del 71%, acercándose a las cifras prepandémicas.



VALNEST

LUXURY HOTELS & RESORTS

ALINEAR INCENTIVOS



ANÁLISIS DE INVERSIÓN HOTELERA



EJECUCIÓN DE INVERSIÓN HOTELERA



GESTIÓN Y COMERCIALIZACIÓN HOTELERA





HAY PUERTAS
QUE ABREN
LAS TUYAS

ANDALUSIAN CRUSH

MEZQUITA - CATEDRAL (CÓRDOBA)

Andalucía



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Junta
de Andalucía