

# hosteltur

Comunicación para la Economía del Turismo

El turismo cultural, gastronómico  
y enológico en auge



Museo Nacional Thyssen-Bornemisza  
©Pablo Casares

Bodegas Ysios - Rioja Alavesa

Octubre 2018



Andalucía, Cataluña y la Comunidad de Madrid son los principales destinos

# EL TURISMO CULTURAL

crece a un ritmo del 15 %

Los viajeros con motivaciones culturales no dejan de crecer y resultan particularmente atractivos porque viajan todo el año y su capacidad de gasto es superior a la media.

El turismo cultural es el 37 % de todo el que se realiza en el mundo y experimenta un crecimiento anual de alrededor del 15 % según la Organización Mundial del Turismo (OMT). Las políticas activas de desarrollo de productos turísticos culturales y de promoción juegan un papel primordial, ya que según la OMT, el crecimiento de este tipo de turismo alcanza el 66 % en aquellos países que desarrollan políticas culturales específicas, frente al 17 % de los que no lo hacen.

Se trata de un tipo de turismo que también crece en España, como demuestra

“  
El turismo cultural está en auge y solo en Andalucía ha crecido un 15,1 %, llegando ya a suponer un tercio de los visitantes

el incesante incremento en los últimos años de las visitas a museos y monumentos. Los 16 museos de titularidad estatal dependientes del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte tuvieron 2.963.263 visitas el año pasado, un 5,4 % más que el anterior y la cifra histórica más alta desde que hay registro. También han crecido las visitas a los palacios y monasterios reales de Patrimonio Nacional, con más de 3.407.002 visitantes el año pasado, un 3,18 % más. El Museo Nacional de Artes Decorativas y el Sorolla fueron los que alcanzaron sus cifras de visitantes más altas gracias a

exposiciones como “Manolo Blahnik. El arte del zapato”, que duplicaron las entradas al primer centro hasta 71.474; y las muestras dedicadas al éxito de Sorolla en París y a sus fotografías, que aumentaron las realizadas a su pinacoteca un 18 %, hasta 255.047.

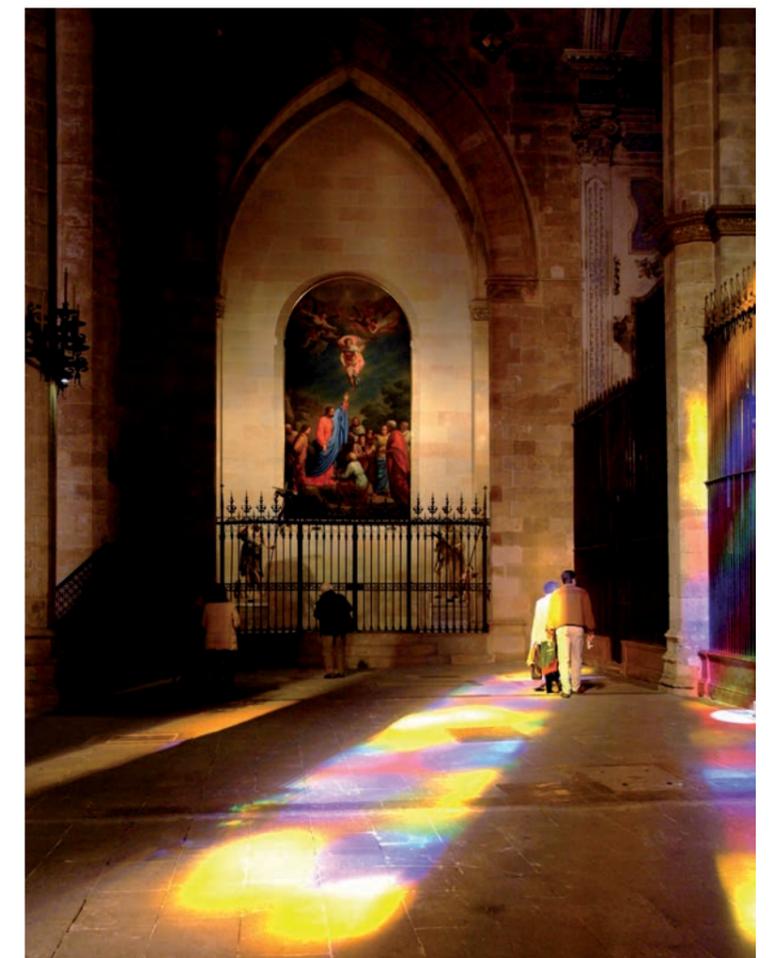
## Gastan más

Las tres comunidades de destino principal para los turistas culturales son Andalucía, Cataluña y la Comunidad de Madrid, cuyos ingresos económicos corresponden a 570,3 millones de euros, 385,4 y 290,6, respectivamente, según datos de Statista recopilados en el informe “Patrimonio Cultural y Turismo: oportunidades y desafíos de la valorización turística del patrimonio”, del centro internacional universitario Ostelea. Solo en Andalucía, el 32 % de los turistas que visitaron la región en 2017, unos 9,5 de los 29,6 millones de turistas totales, tuvo como principal motivación la cultura, un segmento que generó cerca de 4.000 millones de euros en ingresos, según datos de la Junta. Además los turistas culturales aumentaron un 15,1 % en Andalucía, el triple que el resto de tipologías.

Andalucía incide en la promoción como destino cultural porque rompe la estacionalidad ya que estos turistas llegan a lo largo de todo el año, y ante la elevada capacidad de gasto de estos viajeros, de media un 10 % superior al promedio. Destacan además por la diversidad de su procedencia y por su respeto de los valores locales.

Como revelan los datos de Andalucía, el turismo cultural presenta la ventaja de no ser tan marcadamente estacional como otras tipologías.

Si bien España juega un papel destacado como destino del turismo cultural, y es junto con Italia y China el más importante en el listado de lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, para mantener el atractivo es necesario actualizar de forma constante la oferta, ya que las actividades ligadas



Catedral de Palma de Mallorca.

“  
Los 16 museos que gestiona Cultura han aumentado un 5,4% sus visitantes y los palacios y monasterios de Patrimonio Nacional un 3,1%

al patrimonio cultural influyen positivamente en la extensión de la estancia. Para responder a las exigencias de los turistas culturales y creativos, los destinos deben crear paquetes y actividades turísticas de tipo vivencial que generen un vínculo directo con el destino y la población local, según señala el informe de Ostelea. El estudio recalca que “para que la demanda de cultura llegue a ser una palanca de desarrollo económico en los destinos urbanos se precisa que las políticas culturales faciliten el desarrollo de eventos, en diferentes escalas, capaces de encauzar entidades y organizaciones activas en el campo de la cultura”.

CC

## Baleares multiplica el valor de los recursos culturales gracias a su estrategia de turismo sostenible

La gran riqueza del patrimonio cultural de las Islas Baleares es cada vez más conocida y apreciada por turistas y residentes, gracias a las valiosas inversiones que ha estado recibiendo en los últimos años, junto a una estrategia en que la iniciativa pública y privada han ido de la mano.

El esfuerzo realizado por el Segmento de Estrategia Turística (SET) del producto Cultura ha sido determinante en este resultado, junto a los fondos procedentes del Impuesto de Turismo Sostenible (ITS) con los que se han podido recuperar edificios y otros elementos de gran valor histórico. En 2018, con motivo de la celebración Año Europeo del Patrimonio Cultural, el Govern balear ha querido llevar estos incomparables recursos al centro de la estrategia de promoción turística de las Islas Baleares en las principales ferias y eventos internacionales –Fitur, ITB y la próxima WTM–, así como en numerosas acciones.

La base del éxito es, sin lugar a dudas, el trabajo del propio SET del producto Cultura, una alianza entre el sector privado y las instituciones públicas, para desarrollar con las máximas garantías un esfuerzo conjunto que se traduzca en un producto turístico de mayor valor añadido.

El SET define la estrategia y planifica las acciones conducentes a mejorar la posición competitiva de las Islas Baleares añadiendo valor a los productos turísticos.



La rehabilitación del Convento de San Diego, en Menorca, ha sido una de las mayores inversiones.

“  
*Entre los miembros del SET de Cultura se encuentran numerosos museos y fundaciones, así como una amplia representación de la variedad de la oferta cultural*

Se organiza en mesas de trabajo especializadas que fomentan y facilitan las posibilidades de encuentro entre los profesionales del sector, para aprovechar las sinergias ge-

neradas por la cooperación público-privada, el establecimiento de estándares de calidad, o el impulso y desarrollo de productos y destinos turísticos sostenibles que favorezcan la conservación de los recursos naturales y culturales, la participación de los turistas en las vivencias propias de las islas y la reinversión del gasto turístico en beneficio de la comunidad. Su labor incluye además dar soporte a la promoción del producto cultural que realicen los consells insulares.

Entre los miembros del SET de Cultura se encuentran numerosos museos y fundaciones, así como una amplia representación de la variedad de la oferta cultural, desde la Catedral de Mallorca y la Cartuja de Va-



Las antiguas fortificaciones han sido objeto de especial atención, como la Muralla de Alcudia, en Mallorca.

lledemossa hasta el Palma Aquarium, el Jardín Botánico de Sóller o la Casa de Robert Graves.

En cuanto al objetivo mencionado de favorecer la reinversión del gasto turístico en beneficio de la comunidad, en el caso del producto cultural se produce un movimiento positivo en el doble sentido con el Impuesto de Turismo Sostenible, pues a la vez que los fondos contribuyen a la conservación del producto cultural para disfrute de los ciudadanos baleares, también permite ofrecer a los visitantes nuevos y valiosos atractivos. En el año 2017 los proyectos de recuperación y rehabilitación del patrimonio histórico y cultural financiados con el ITS recibieron más de

3,8 millones de euros. Entre ellos destaca la adquisición de seis espacios anexos al claustro del convento de San Diego, en Menorca, que ha contado con más de 800.000 euros tras los que completar el proyecto de rehabilitación de este bello espacio. También la recuperación del sistema hidráulico de la finca Galatzo, en Mallorca, con una inversión similar. Mención aparte merecen los destinados a devolver el esplendor a las fortificaciones mallorquinas y menorquinas, en concreto la recuperación y rehabilitación de las murallas de Ciutadella, que ha dispuesto de más de medio millón de euros; y el proyecto de consolidación de parte del recinto amurallado de Alcudia,



La finca y casa payesa de Sa Seineta, en Formentera, ha sido adquirida para su recuperación y protección.

“

*En 2017 los proyectos de recuperación y rehabilitación del patrimonio histórico y cultural financiados con el ITS recibieron más de 3,8 M €*

que recibió más de 400.000 euros. No obstante, el de mayor presupuesto, con un millón de euros, fue para Formentera, destinado a la adquisición de la finca y casa payesa Sa Seineta, cantidad que incluirá su recuperación para un uso público compatible con su protección.

Anteriormente, en 2016, el producto cultural recibió 2,3 millones de euros procedentes del impuesto, asignados a proyectos de recuperación de edificaciones históricas y a otros de gran diversidad, como pueden ser la nueva sede la Orquesta Filarmónica de las Islas Baleares, dotada con 400.000 euros, o el plan de actuación para la gestión y recuperación del Camí de Cavalls en Menorca.

Con todo ello, con los nuevos proyectos en marcha, y el esfuerzo diario de un sector comprometido con la revalorización de la cultura y la fijación de un modelo turístico sostenible, las Islas Baleares se sitúan a la vanguardia de los destinos turísticos de Europa y el Mediterráneo.



**AGÈNCIA D'ESTRATÈGIA  
TURÍSTICA DE LES ILLES  
BALEARS (AETIB)**

Parc Bit. C/ de Rita Levi, s/n, 07121 -  
Palma. Spain  
971-176699  
[www.illessostenibles.travel](http://www.illessostenibles.travel)

Exposiciones, aniversarios y festivales marcan una actividad que cada vez suma más adeptos

El turismo que sigue la

# AGENDA CULTURAL

Los destinos preferidos por los turistas para quienes la cultura es la principal motivación de las vacaciones se preparan para el inicio de su temporada alta y pujan entre sí con atractivas programaciones que marcan citas ineludibles en el calendario con nombres como Van Eyck, Balthus, Picasso y Toulouse-Lautrec.

El turismo de cultura está en auge en toda España, donde en otoño e invierno experimenta un alza en muchos destinos, gracias a las esmeradas programaciones culturales que se diseñan. No en vano, buena parte de los turistas para quienes la motivación cultural es el principal razón para viajar asocian esta actividad a las visitas a museos y monumentos, a disfrutar de la arquitectura y las artes escénicas, así como también de la gastronomía y los productos autóctonos. Madrid y Barcelona compartirán este año exposiciones, como sucede con

“Beckmann. Figuras del exilio”, que se presentará en el Museo Thyssen y luego podrá verse en CaixaForum Barcelona desde el 21 de febrero. El viaje opuesto realizará “Toulouse-Lautrec y el espíritu de Montmartre” desde la sede barcelonesa al CaixaForum Madrid. El Museo del Prado ha comenzado las celebraciones de su 200 aniversario con “Doce fotografías en el Museo del Prado”, fruto del trabajo inspirado en las obras que atesora la pinacoteca, el aura que las envuelve y el edificio que las cobija. El recorrido por la historia de la institución seguirá en noviembre con



Beckmann. Figuras del exilio”, en el Thyssen-Bornemisza exposición monográfica dedicada a este artista, uno de los más destacados del siglo XX.

“Museo del Prado 1819-2019”. Simultáneamente, el Prado dedica una muestra a Bartolomé Bermejo desde el 9 de octubre y a partir del 23 de octubre a “La Fuente de la Gracia”, de Jan Van Eyck. El Museo Nacional Thyssen-Bornemisza abrirá el 23 de octubre “Beckmann. Figuras del exilio”, una muestra sobre este artista alemán del siglo XX que reúne más de medio centenar de obras, entre pinturas, litografías y esculturas. En febrero de 2019, el Thyssen albergará una retrospectiva sobre otro de los grandes artistas del siglo XX, Balthus Klossowski de Rola, conocido como Balthus, y ya entrado 2019 presentará “Balenciaga y la pintura española” (18 de junio) y “Manet, Degas, los impresionistas y la fotografía” (15 de octubre). El Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía acoge desde finales de septiembre “El mapa y el territorio”, retrospectiva de Luigi Ghirri Scandiano (1943-1992) y desde el 3 de octubre “Dorothea Tanning. Detrás de la puerta, invisible, otra

puerta” sobre una de las mujeres artistas más importantes y polifacéticas del siglo XX. Otros protagonistas de la temporada son Dierk Schmidt, Luis Camnitzer y Jaume Plensa. En cuanto a CaixaForum Madrid, su variado programa comenzará con “Faraón. Rey de Egipto”, una muestra con más de 150 piezas procedentes del British Museum, que se podrá visitar del 17 de octubre al 20 de enero de 2019. En febrero llegará a Madrid la exposición “Toulouse-Lautrec y el espíritu de Montmartre”, que se inaugura en CaixaForum Barcelona.

## Año del patrimonio

El centro barcelonés de Caixaforum abrirá la temporada con más de 350 obras que muestran la eclosión del barrio parisino que fue epicentro cultural a finales del siglo XIX, con artistas de todas las facetas, marcados por su radicalidad y vanguardia. Pinturas, dibujos, grabados, esculturas, diarios, carteles,

“  
Madrid y Barcelona compartirán la próxima temporada exposiciones programadas en ambas ciudades en distintos momentos

//

La Agencia Catalana de Turismo (ACT) se suma al Año Europeo del Patrimonio Cultural con exposiciones, jornadas y nuevos folletos de las principales rutas temáticas culturales, entre otras acciones



La Pedrera acogerá la III Jornada de Patrimonio Cultural, que organiza la ACT en el marco del Año Europeo del Patrimonio Cultural.

fotografías y objetos originales de la época conforman esta exposición que sitúa a Toulouse-Lautrec en el centro del movimiento cultural por su obra y por su relación con pintores como Paul Signac, Van Gogh o Pierre Bonnard, escritores como Émile Goudeau y Alphonse Allais, y músicos como Erik Satie.

Y a partir de noviembre, "Velázquez y el Siglo de Oro", tercera exposición organizada conjuntamente por la Obra Social la Caixa y el Museo del Prado, reunirá el mayor número de obras del pintor de "Las Meninas" expuestas en Barcelona, con obras como "Felipe IV" y la "Adoración de los Reyes Magos".

La Agencia Catalana de Turismo (ACT) se ha sumado al Año Europeo del Patrimonio Cultural, para reivindicar el papel de la cultura y del patrimonio como factor clave de diferenciación de Cataluña como destino turístico, con la organización de exposiciones concebidas especialmente, rutas y visitas culturales nuevas, veladas artísticas, mejoras de la señalización turística de los recursos culturales y edición de nuevos folletos de las principales rutas temáticas culturales. En el marco del Año del Turismo Cultural se celebrará el 8 de noviembre

—>  
SIGUE EN PÁGINA 10...

El director gerente del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza, Evelio Acevedo

## “El Museo Thyssen es una de las principales razones para visitar Madrid”

Tres cuartas partes de quienes recorren el Thyssen son turistas. Pionero en el uso de la tecnología y de “business intelligence” para dar a conocer sus exposiciones, fondos y actividades, el museo es uno de los grandes atractivos turísticos de Madrid y de España.

### ¿Qué papel juega el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza como polo de atracción turística?

Sin duda es una de las principales razones para visitar Madrid. Nuestra colección es única por su extensión –ocho siglos de arte occidental– y por la calidad de sus obras y artistas. Las exposiciones temporales y las actividades culturales son también un gran reclamo, así como la tienda y las terrazas, que contribuyen a que la experiencia en el museo Thyssen sea para recordar y recomendar. Para mercados lejanos, como el chino o el coreano, es una excelente introducción al modo de vida occidental: A través de las obras de arte pueden descubrir cómo hemos comido, vestido y vivido los últimos ochocientos años.

### ¿De dónde proceden los visitantes del museo? ¿Se tiene en cuenta al programar?

Un 78 % del total son turistas. Los visitantes extranjeros llegan al 62 % y destacan franceses, italianos y estadounidenses, seguidos de personas procedentes del Reino Unido, Alemania y Portugal; está aumentando notablemente la presencia de latinoamericanos y asiáticos, especialmente de China y Corea. Se programa pensando en todo tipo de público, independientemente de su procedencia.

### ¿Qué destacaría de la próxima temporada?

La calidad y la diversidad de nuestros programas expositivos. El próximo año ofrecemos tres muestras excepcionales: “Balthus” (del 19 de febrero al 26 de mayo), “Balenciaga y la pintura española” (del 18 de junio al 22 de septiembre) y “Manet, Dégas, los impresionistas y la fotografía” (del 15 de octubre al 26 de enero).

### ¿Cómo ha evolucionado el museo para responder a un turismo cada vez más marcado por la tecnología?

Creo que somos el único museo público de España con un departamento de promoción y marketing; con un plan enfocado en clientes individuales, corporativos y del sector profesional del turismo. Estamos ejecutando una estrategia enfocada en el conocimiento de nuestros públicos, gestión de datos, marketing digital y business intelligence. Buscamos eficiencia y calidad en lo que hacemos en aras de la mayor sostenibilidad del museo pero, sobre todo, para cumplir cada día mejor con nuestra misión de divulgar la colección y transmitir conocimiento a la sociedad.

### ¿Qué tal funciona el canal online para profesionales del turismo creado hace 4 años?

Fue una gran iniciativa que tuvo una muy buena acogida y que nos ayudó a poner al museo en el mapa del sector profesional del turismo. Cuando mejor estaba funcionando nos vimos obligados, lamentablemente, a cambiar de proveedor y eso nos originó incumplimientos de servicio que hoy día están ya resueltos. Ahora estamos muy satisfechos, es



Evelio Acevedo, director gerente del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza de Madrid.

totalmente diferenciador y sabemos que responde a las expectativas de nuestros clientes, facilitándoles su trabajo.

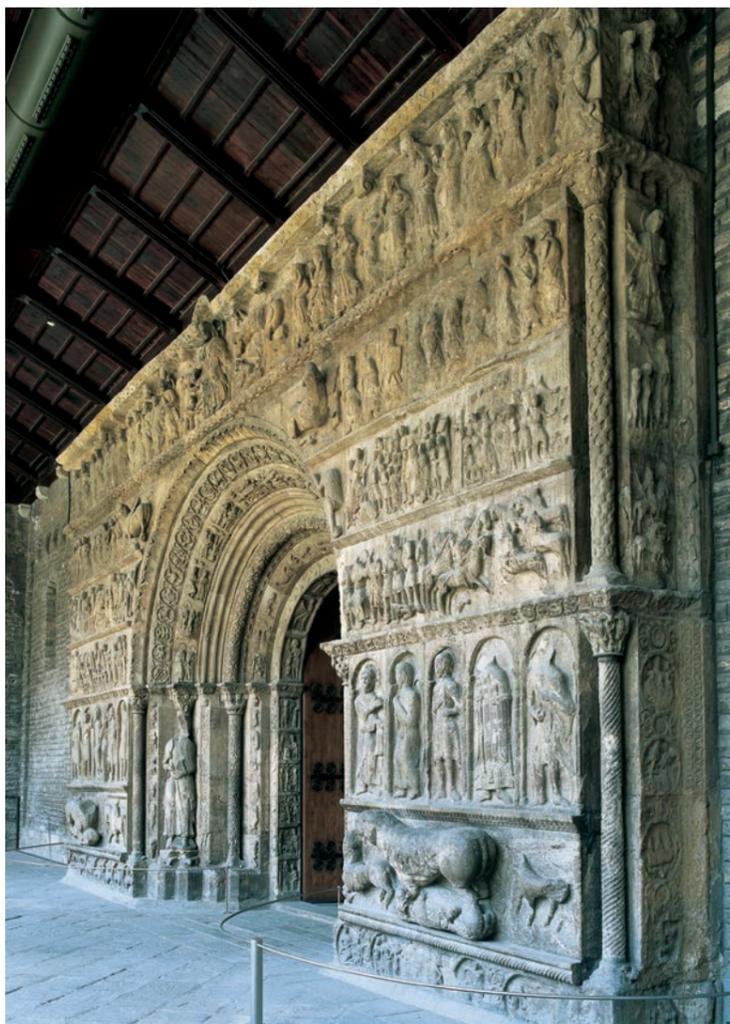
### ¿Qué espera de la negociación para que la colección privada de Carmen Thyssen continúe en el museo?

Esperamos que finalmente llegue a buen puerto. Sinceramente, creo que tanto por parte de la Baronesa como por parte del Gobierno existe una intención de llegar a un acuerdo estable y duradero que acabe con esa incertidumbre. La colección de Carmen Thyssen es el complemento perfecto de la gran colección que el Estado compró al Barón hace ya veinticinco años y que hoy es una de las piezas más valiosas de nuestro patrimonio nacional.



### INFORMACIÓN:

[www.museothyssen.org](http://www.museothyssen.org)  
+34 917 911 370  
[cavthyssen@museothyssen.org](mailto:cavthyssen@museothyssen.org)



El monasterio de Ripoll aspira a ser declarado Patrimonio Mundial de la Unesco. Foto ACT Imagen MAS.

←  
...VIENE DE PÁGINA 8

la III Jornada de Patrimonio Cultural en La Pedrera, una de las joyas del modernismo en Cataluña, que albergará este evento con la participación de ponentes nacionales e internacionales.

La ACT ha ido organizando encuentros entre empresas catalanas y operadores turísticos de distintos países para promocionar la oferta catalana de turismo cultural. Si en abril tuvieron lugar en Estados Unidos, mercado que creció un 29,1 % el año pasado, y también en Canadá, están previstos encuentros próximamente en Australia y Nueva Zelanda y también en Asia.

Las acciones de la ACT se apoyan en el

patrimonio artístico y monumental único de Cataluña en Europa, con hasta once bienes declarados Patrimonio Mundial por la Unesco y en su intensa actividad cultural, con festivales, espectáculos culturales, música, teatro, cine, y actividades ligadas a la gastronomía y el vino durante todo el año. El Año del Turismo Cultural también ha supuesto una destacada presencia en XVI Biental de Arquitectura de Venecia, y que Cataluña fuera en marzo la invitada de honor en el XXXIII Festival Internacional de Cine de Guadalajara (México).

### De aniversario

Y si Cataluña se suma al Año Europeo del Patrimonio Cultural, León celebra sus casi 2.000 años de historia este 2018, conmemorando su origen de un campamento militar romano con actividades en toda la ciudad.

Coincide además con otros cumpleaños, los 125 años de la Casa Botines, obra de arquitecto Antonio Gaudí que abrió al público hace casi año y medio y que organiza visitas teatralizadas. El Museo Gaudí Casa Botines abrió al público como museo dedicado a la historia de la Casa, la figura y la obra de Antonio Gaudí y la pintura y el arte en los siglos XIX y XX, con obras, entre otros artistas, de Francisco de Goya, Salvador Dalí, Ramón Casas i Carbó, Raimundo de Madrazo, Joaquín Sorolla, José Gutiérrez Solana, José Navarro Llorens, Ignacio Pinazo, Nicanor Piñole y Joaquín Mir Trixet. Este año ha inaugurado la musealización de la segunda planta del edificio, ampliando su exposición permanente en un espacio de más de 500 metros cuadrados, con la incorporación de dos nuevas áreas expositivas.

Casa Botines se consolida como un activo turístico de primer orden para León, como acredita su reciente incorporación a la Ruta Europea del Modernismo (Art Nouveau European Route), la organización internacional más importante en el ámbito de este movimiento arquitectó-

→  
SIGUE EN PÁGINA 12...



## Nuevos desayunos Sercotel + calidad, + donde elegir, + para ti.

### 🍏 Selección de producto

15 espacios que abarcan desde productos de panadería, cocina caliente... Hasta las opciones **más saludables**.

### 🏆 Primeras marcas

Selección de alimentos de gran calidad apostando por productos típicos de la zona y de **Km 0**.

### 🍽️ Diseño de menaje

Menaje apropiado para cada uno de los alimentos, **pensado para el producto** y en como realizar sus cualidades.



La Casa Botines, obra de Antonio Gaudí en León, cumple 125 años.

←  
...VIENE DE PÁGINA 10

nico y artístico, integrada por ciudades e instituciones de todo el mundo. León, encrucijada de caminos y reino entre culturas ha sabido conjugar su patrimonio con modernidad y con la hospitalidad que caracteriza la ciudad. Ahora, con la alta velocidad, ya no hay excusa para perderse por sus callejuelas buscando el bar de moda, o disfrutando de la gran variedad de productos gastronómicos. Además de Casa Botines, destacan joyas como las vidrieras de la Catedral, el Panteón Real de San Isidoro o el MUSAC, exponente de la arquitectura moderna junto con el Auditorio Ciudad de León. Además, en la ciudad siempre hay música, teatro y festivales como el de Jazz, el certamen internacional “León vive la magia” que tiene lugar a finales de diciembre, el de Teatro Clásico, el festival mod por antonomasia en Espa-

ña el “Purple Weekend” que este año es del 7 al 10 de diciembre, o el Encuentro Internacional Ocultura, inspirado en el término anglosajón “occulture”, que abarca corrientes sobre las que se levantan patrones fundamentales de la cultura y que, por uno u otro motivo, no son de amplio conocimiento público. El Museo Guggenheim de Bilbao acoge este otoño “De Van Gogh a Picasso. El legado de Thannhauser”, una muestra que presenta obras de grandes figuras del Impresionismo y del Posimpresionismo, así como de los primeros maestros modernos, como Paul Cézanne, Edgar Degas, Édouard Manet, Pablo Picasso y Vincent van Gogh y además organiza desde el 19 de octubre “Alberto Gicometti. Retrospectiva”. El Museo Picasso de Málaga expone este otoño “El sur de Picasso. Referencias andaluzas” y desde el 26 de febrero del año que viene “Olga Picasso”. ■



# LEÓN CIUDAD DE REYES

*Hola, Olivia.  
Te escribo desde un lugar increíble. He descubierto una ciudad con dos mil años de historia que no ha renunciado a estar al día en arte, cultura y eventos. Es más... me he encontrado con dos actuaciones en la calle. Sí, ya sé que estarás pensando ¿en invierno?. Pues sí. Porque aquí, aunque hace frío, saben disfrutar de la calle y el sol brilla de una manera especial.*

*Y... qué decir de su maravillosa Catedral, o de ese gran tesoro románico que es el Panteón Real de San Isidoro, o la increíble Casa Botines de Antonio Gaudí... y mucho más que me queda por ver todavía, pero quería escribirte unas líneas antes de continuar con mi viaje por León.*

*Ah! No sé cómo describirte lo fantásticamente que se come, o lo increíble de sus tapas, es todo una mezcla de manjares como dicen aquí. Imposible guardar la línea ;) Me despido ya... que me esperan. ¡Nos vamos a comer!*

*Ahora entiendo cuando te hablan de su historia. León es Ciudad de Reyes.  
La próxima vez tienes que venir. Besos.*



# Arona abierto por vacaciones las 24 horas, los 365 días al año

El municipio ofrece una programación cultural de alto nivel con eventos que apuestan por la diversidad cultural. Talleres y charlas de destacadas personalidades en Arona Bussines&Culture Pride, encuentros literarios y artísticos con personajes reconocidos de las artes y las letras, sin olvidar las costumbres, el patrimonio histórico y la tradición.

Arona brinda un amplio y destacado contenido para diferentes perfiles y target de turistas en una estrategia turística que apuesta por la diversificación. Acciones atractivas para personas con inquietudes tanto deportivas, como culturales y sociales en un marco incomparable. A través de nuevas experiencias, los visitantes pueden descubrir un destino que ofrece mucho más que sol y playa, los 365 días del año.

El municipio consolida su apuesta integradora e inclusiva, vinculada a la visibilización del colectivo LGTBIQ, con proyección internacional. El 'Arona Bussines&Culture Pride', realiza talleres y charlas de destacadas personalidades de la cultura, la ciencia, la política y la sociedad. Un producto único, que también se abre paso con la gran gala de entrega de 'Premios Alan Turing',

“  
*Arona Bussines & Culture Pride se consolida tras dos años de éxito con personalidades destacadas de la cultura, la ciencia, la política y la sociedad*”

con galardonados de la talla de José Luis Rodríguez Zapatero, Juan Fernando López Aguiar o Carla Antonelli. Junio se ha convertido en la fecha especial para este evento destacado, que celebrará su tercera edición en 2019. Una cita que repercute positivamente en la sostenibilidad del destino, tanto económica como social

Octubre está marcado por los encuentros literarios y artísticos con 'Arona de las artes y las letras', este año con Arturo Pérez-Reverte y Juan Bordes como cabezas de cartel, una apuesta fuerte que supone una programación cultural de primer nivel. En el evento, cada año los jóvenes comparten una experiencia enriquecedora con los personajes más reconocidos de la literatura y el arte.

Pero Arona también es música y poesía con los encuentros de los artistas más destacados. Una puesta en escena en el



auditorio Infanta Leonor en la que se han sumergido cantantes y poetas como Marwan, Nach o Lucía Galindo, ofreciendo las realidades de la vida actual a modo de verso. Otro evento, más que consolidado, que ya cuenta con dos ediciones de éxito.

Una ciudad que no se olvida de la importancia del patrimonio, acogiendo en noviembre el 'XX Simposio de Centros Históricos y Patrimonio Cultural de Canarias'. El municipio será el epicentro internacional de estudio para la conservación y la gestión del patrimonio-histórico cultural con la asistencia de profesionales, equipos de restauración, conservación y gestión, que han participado en la recuperación de algunas obras de arte y entornos históricos-monumentales más reconocidos a nivel mundial.

Y tan importante es conservar el patrimonio como su tradición. Cada año, el casco histórico se convierte en un lugar de antaño, con sus costumbres canarias. Desde la comida típica hasta el folk-

“  
*La ciudad apuesta por las artes, las letras, la música, el patrimonio histórico y las tradiciones con numerosos eventos de primer nivel adaptados a todos los públicos*”



lore. Parrandas y deportes tradicionales llenan las calles de música y quehaceres a la antigua usanza. Una oportunidad para los visitantes y turistas de acercarse a la cotidianidad del lugar, tal y como se hacía en siglos anteriores.

En sus cuatro costados Arona es sostenibilidad, en cada una de sus esencias: medioambiental, social, política y económica. Un municipio turístico de referencia internacional y de calidad, que ha obtenido la destacada certificación 'Biosphere Tourism'. Territorio accesible, con recintos que facilitan el disfrute de todas las personas. Un destino que aumenta su competitividad e interés preservando la identidad y la cultura para todos.

## INFORMACIÓN:

[www.arona.travel/#/es](http://www.arona.travel/#/es)  
[www.arona.org](http://www.arona.org)  
Ayuntamiento de Arona  
Teléfono: 922-76-16-00  
Tenerife, Islas Canarias

El gasto medio de los turistas interesados en esta modalidad es más alto y no deja de crecer, un 3,4 % en el último ejercicio, según Acevin

## LAS VISITAS A BODEGAS Y MUSEOS DEL VINO AUMENTAN UN 18 %

El turismo ligado a la enología vive un momento de esplendor, como demuestran los datos de visitas a bodegas y museos del vino recabados por la Asociación Española de Ciudades del Vino (Acevin) que indican que las Rutas del Vino recibieron 3.213.267 visitas el año pasado, un 18,23 % más que el anterior.



Cuarta vendimia ecológica de Juvé & Camps.

El impacto económico del enoturismo es relevante, con un volumen de negocio de las Rutas del Vino de España de 67.191.579 de euros, un 23,9 % más respecto a la cifra recabada por este club de producto en 2016. Este dato suma el precio de la visita estándar y el gasto medio por visitante en bodegas, museos y centros de interpretación del vino, pero no tiene en cuenta el alojamiento o el gasto en restaurantes y comercios, por lo que la cifra total de negocio generada por el enoturismo es muy superior.

Los datos más recientes indican que el gasto medio del turista del vino continúa aumentando y se sitúa en 161,9 euros por persona y día en el segundo semestre de

2017 y el primero de 2018, un 3,4 % más que en el mismo período anterior, según el “Informe sobre la Demanda del Turismo del Vino”, realizado por el Observatorio Turístico de las Rutas del Vino de España. El estudio revela que ha aumentado el gasto en alojamiento, compra de vino, visitas a bodegas y museos, y el relativo a la restauración se mantiene en índices similares a los del anterior informe, con una mínima bajada de 0,3 euros.

El gasto medio del enoturista es superior al del turista general, ya sea extranjero (137 euros, según Egatur 2017) o nacional (45,34 euros, según Familitur 2017).

En cuanto al perfil, hay más mujeres (55,3 %) que hombres (44,7 %), y la mayor parte de los encuestados tienen entre 46 y 65 años, si bien cada vez es mayor el número de personas de entre 36 y 45 años que visitan las Rutas del Vino (38,2 %). Los viajes en pareja y con amigos o compañeros de trabajo siguen siendo las formas más frecuentes de hacer las Rutas del Vino de España, aunque también aumentan los viajes en familia un 1,3 %. El 58,7 % pernocta en el destino y el 41,2 % opta por las escapadas sin estancia. La estancia media son 2,43 días. El tipo de alojamiento preferido por los enoturistas son los hoteles de cuatro estrellas, con un aumento de los alojamientos de turismo rural, los segundos más elegidos, por el 19 % de los viajeros. Un 53,5 % de enoturistas reserva por internet, con un crecimiento de más de un 2 % de este canal. Solo un 20,1 % llega sin haber reservado nada.

El efecto desestacionalizador del turismo del vino es relevante porque el otoño y la primavera son las temporadas preferidas, aunque por primera vez el mes de agosto supera a los demás, con 361.414 visitas. Octubre (359.204 visitas) y abril (354.735 visitas) son los siguientes en la llegada de visitantes, seguidos muy de cerca de septiembre y mayo.

### Visitar, comer y beber

Las actividades preferidas de los enoturistas son la visita de bodegas (86,8 %), con una media de 1,94 bodegas; disfrutar de la gastronomía local (56,8 %) y degus-



tar vino (54,4 %). Experimentan un notable ascenso las visitas a los municipios vitivinícolas (del 31,7 % al 48,8 %), lo que revela el interés creciente de los enoturistas por descubrir el patrimonio.

El nivel de satisfacción de los enoturistas que visitan las Rutas del Vino de España alcanza los 8,47 puntos sobre 10 (el pasado año se situaba en 8,39). El 99,6 % recomendarían el viaje.

La señalización turística y las carreteras y senderos son los únicos aspectos que cuentan con una valoración por debajo del 8, asignatura pendiente de las empresas y entidades involucradas en el desarrollo del enoturismo.

En 2017, las más visitadas fueron la Ruta del Vino y Brandy del Marco de Jerez (con 574.242 visitantes) y la Ruta del Vino y el Cava del Penedès Enoturisme Penedès (con 438.112). Les siguen Ribera del Duero, Empordà, Calatayud, Rioja Alta, Rioja Alavesa y Rías Baixas, todas con más de 100.000 visitantes anuales. Acevin destaca la importancia del desarrollo turístico que propicia el enoturismo, porque contribuye a desestacionalizar y también al equilibrio territorial, ya que la mayor parte se realiza en zonas vitivinícolas de carácter rural, casi todas en el interior del país. ■

“  
El nivel de satisfacción de los enoturistas que visitan las Rutas del Vino de España alcanza los 8,47 puntos sobre 10

El turismo ligado al vino va mucho más allá de las catas, degustaciones y visitas a bodegas y alcanza desde el senderismo entre viñedos a la participación activa en la vendimia, la fabricación de vino ecológico y los recorridos por bodegas rupestres en cuevas, entre otras muchas opciones.

La oferta no deja de crecer y de articularse. El club de producto de turismo enológico Rutas del Vino de España lo forman actualmente 28 destinos vitivinícolas localizados por toda la geografía. Agrupa a más de 550 municipios y a unas 2.000 empresas, de las que 600 son bodegas. En los últimos meses se han incorporado dos nuevas: la Ruta del Vino de Arribes (Castilla y León) y de la Ruta del Vino de La Rioja Oriental (La Rioja), la tercera subzona de la DO Calificada Rioja que cuenta ya con ruta propia.

Además, la Asociación Española de Ciudades del Vino (Acevin) ha suscrito un convenio de colaboración con la Asociación de Museos del Vino de España para establecer las bases de trabajo y promoción conjunta de ambas entidades.

#### Desarrollo rural

Una iniciativa reciente es Spain Through its Wineries, una alianza entre algunos de los mejores grupos bodegueros españoles para situar a España como referente mundial de enoturismo a través de un turismo de calidad, basado en tres ejes: sostenibilidad (medioambiental, económica y social), desestacionalización y desarrollo rural.

Es una oferta nueva y diferente, que permite al viajero recorrer España a través de los viñedos de las 31 bodegas pertenecientes al Grupo Terras Gauda Barbadillo, Bodegas Familiares Matarromera, González-Byass, Grupo Freixenet, Osborne, Pagos del Rey (Grupo Félix Solís), Ramón Bilbao (Zamora Company) y Vivanco, impulsada por el Foro de Marcas y la Organización Mundial de Turismo, y con el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo. Las

La oferta de enoturismo mejora en calidad

## DISFRUTAR EXPERIENCIAS VITIVINÍCOLAS



Spain Through its Wineries es la alianza de nueve grandes grupos bodegueros para impulsar el enoturismo.

experiencias ofertadas se vinculan a las grandes fortalezas de estas ocho zonas de importante tradición vitivinícola (Galicia, Jerez, Rueda/Toro, Penedés, Ribera del Duero, Rioja, Somontano y Toledo), como son la cultura, la gastronomía, el paisaje y el medio ambiente. Además de estos 9 grandes grupos bodegueros y del respaldo institucional, otras empresas como Cajamar, Paradores, Hacienda Guzmán, Bodegas Berroja, Gatospass, Madison y Catenon se han sumado al proyecto como afiliados. Esta alianza es la primera iniciativa en España que no solo promociona el enoturismo en los diferentes destinos españoles "sino que va un paso más allá conformando una oferta y la comer-

cializándola con el objetivo de llegar a un target de turista nacional e internacional de gasto medio/alto que busca experiencias únicas", señala Spain Through its Wineries.

La oferta se conforma englobando recursos diferenciales de cada destino entorno a las bodegas, con experiencias cerradas y a la carta. Se organizan en cinco preferencias la hora de organizar el viaje o evento, ligando bodegas y arte, gastronomía (wineries & eat local), naturaleza, deporte y salud.

Para su promoción y comercialización los mercados prioritarios son Reino Unido, Alemania, Francia, Países nórdicos, Estados Unidos, Canadá y México. ■

Al legado monumental de la antigüedad se suman obras cumbre del modernismo y la arquitectura del siglo XXI, más de 400 museos y festivales de música de todos los estilos

## Cataluña, un destino donde la amplia oferta cultural marca la diferencia



Los tradicionales "castellers" son patrimonio inmaterial de la UNESCO. ©ACT Turismo Verde SL.

Tierra de artistas y emprendedores, la amplia oferta de turismo cultural atrae anualmente a millones de visitantes a Cataluña.

#### De ayer a mañana

Los vestigios culturales han dejado huella en Cataluña de la prehistoria a la actualidad, pasando por los íberos, los griegos y romanos. Desde el yacimiento de Empúries y la Tarraco romana, hay ejemplos monumentales del románico, el gótico y el modernismo, pero también de arquitectos del presente como Jean

Nouvel, Norman Foster, Richard Meier y el estudio de Olot RCR que ganó el premio Premi Pritzker de arquitectura en 2017.

Cataluña alberga once bienes reconocidos por la Unesco como Patrimonio Mundial, entre ellos el Palau de la Música Catalana y Hospital de la Santa Creu i Sant Pau, y buena parte del legado de Antoni Gaudí, que incluye el Park Güell, La Pedrera y las casas Batlló y Vicens, así como las criptas de la Colònia Güell y de la Sagrada Família.

La huella surrealista tiene como exponente a Dalí, en el triángulo que forman el Teatro-Museo Dalí en Figueres, la Casa-Museo Salvador Dalí en Portlligat, y el Castillo Gala Dalí en Púbol.

Cataluña suma más de cuatrocientos museos y centros de arte dedicados a todas las épocas y estilos artísticos, con obras de Pablo Picasso, Joan Miró y Antoni Tàpies, entre otros, y con una extensa programación de exposiciones. También merecen visita los numerosos santuarios, fortalezas, pueblos medievales y monasterios de todo el territorio.

La música juega un papel destacado,

#### Año del turismo cultural

La Agencia Catalana de Turismo (ACT) se ha unido al Año Europeo del Patrimonio Cultural y este 2018, y también en 2019, trabajará para reivindicar el papel de la cultura y del patrimonio material e inmaterial como factor clave de diferenciación y singularización de Cataluña como destino turístico. La conmemoración incluye numerosas acciones para dar a conocer la riqueza cultural catalana en Europa, Estados Unidos y Asia.

con el Auditori de Girona, la Llotja en Lleida y, en Barcelona, el Gran Teatre del Liceu, el Auditori y el Palau de la Música Catalana. Y, en verano, varias poblaciones organizan festivales de música en recintos monumentales, que conviven con las fiestas populares en los barrios y con tradiciones ancestrales como los "castellers".

INFORMACIÓN:

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



Entre los destinos más demandados por los extranjeros figuran La Rioja, San Sebastián, Madrid y Barcelona y por los nacionales Andalucía, Galicia y País Vasco

# Sube el interés por el TURISMO GASTRONÓMICO

El turismo gastronómico gana puntos como principal motivación para las vacaciones, además de consolidarse como un elemento complementario esencial para otros productos turísticos.

El turismo internacional interesado en el vino y la gastronomía de España ha experimentado un crecimiento del 20 %, según la Asociación Española de Enoturismo y Gastronomía (AEETG).

Los viajeros gastronómicos internacionales que suelen acoger las empresas pertenecientes a esta entidad proceden mayoritariamente de Estados Unidos, seguidos de Canadá, Australia y Asia, y en menor medida de México y Brasil o del resto de Europa, sobre todo del Reino Unido y Suiza.

El nivel económico del gastroturista suele ser alto o muy alto. En restauración estarían en disposición de gastar unos 51,85 euros por persona en degustación, unos 40,8 euros en comida a la carta y unos

“*El gastroturista internacional tiene elevada capacidad de gasto, busca experiencias auténticas, que difícilmente podría descubrir solo, y servicio personalizado*”

22,2 euros en tapas. Se trata de un viajero experimentado, de más de 50 años, que busca experiencias auténticas y de calidad, un nivel de servicio de alta calidad y muy personalizado, visitas poco masificadas y guías y conductores competentes. Requieren experiencias que difícilmente podrían descubrir por sí solos y suelen buscar hoteles cómo mínimo de 4 estrellas, que estén bien ubicados y con encanto, así como restaurantes de alto nivel o bien populares de cocina tradicional y frecuentados por público local. Con elevado nivel cultural, si bien la gastronomía es su preferencia, agradecen conocer el patrimonio local y realizar alguna visita cultural, compran productos locales y visitan mercados. Cada vez más, demandan actividades relacionadas con la cocina.



Los tradicionales y sabrosos “calçots” catalanes. Foto ©ACT\_Lluís Carro

Los destinos más demandados por estos turistas son La Rioja, San Sebastián, Madrid y Barcelona, y también Andalucía, según la AEETG.

## A más de 400 kilómetros

En cuanto al mercado nacional, un 76,25 % de españoles ha hecho algún viaje con la intención de disfrutar de la gastronomía en los dos últimos años y dos tercios tienen en cuenta en alguna medida la gastronomía al elegir su lugar de vacaciones, según una encuesta realizada por Dinamiza a finales de 2017.

Disfrutar de buena comida e integrarse en la cultura del lugar que visitan son las principales motivaciones para realizar turismo gastronómico para los viajeros nacionales. También disfrutaban de vivir experiencias gastronómicas especiales, descubrir atractivos culinarios nuevos y conocer el origen de los productos que consumen, y lo consideran una forma de viajar auténtica y cercana al territorio.

El perfil del turista gastronómico revela que el 52,3 % son mujeres, y en cuanto a la edad, más de la mitad tiene entre 26 y 55 años: el 38,2 % tienen entre los 36 y los 45 años y un 24,7 % entre 44 y 55, si bien el público joven presenta una

demanda creciente y ya supone el 21,9 % (entre 26 y 35 años), según los datos del “II Estudio de la demanda de turismo gastronómico en España” de Dinamiza.

La mayor parte de los viajeros que realizan turismo gastronómico lo disfrutaban en pareja (68,1 %) y tienen formación superior (el 52,2%). Una cuarta parte trabajan por cuenta ajena (24,4 %) y el 16,7 % son mandos intermedios.

La región preferida por los españoles para hacer turismo gastronómico es Andalucía (para el 18,6 %), seguida de Galicia (14 %), País Vasco (13,7 %), Madrid (9,5 %) y Asturias (7,9 %).

En cuanto al alojamiento, el 51,2 % elige hoteles de 4 estrellas, el 29,7 % de 3, y un 21,5 % se aloja en establecimientos de turismo rural.

El 65,5 % viajan al menos una vez al año a un destino nacional lejano (a más de 400 kilómetros). La mayor parte de los viajeros gastronómicos realiza viajes a destinos de distancia media respecto a su hogar, a entre 200 y 400 kilómetros de distancia, al menos una vez por temporada o estación (el 42,4 %).

Comer en restaurantes (82,8 %) e ir de tapas (69,3 %) son las actividades preferidas, así como comprar productos locales (59 %), realizar enoturismo (49,1 %) y comprar vino (41,5 %), asistir a degustaciones o catas (32,8 %) y participar en eventos gastronómicos (32 %). ■



Los productos autóctonos y las recetas propias forman parte del patrimonio cultural

## La gastronomía como EXPERIENCIA



El hotel Iberostar Sábila de Tenerife cuenta con su propio mercado, el GourmetMarket.

La gastronomía dota de contenido experiencial el turismo cultural pero es cada vez más un fin en sí mismo en las vacaciones, siempre ligado a la voluntad de conocer los lugares a partir de sus productos autóctonos y sabores y de experimentar vivencias únicas y auténticas. Con esa voluntad, los hoteles se esfuerzan por dotar de contenido sus fogones y los distintos destinos turísticos dan a conocer las bondades culinarias de

sus mejores restaurantes y de los chefs más reputados.

Descubrir la gastronomía de un lugar consiste en visitar alguno de sus mejores restaurantes pero también en pasearse por sus mercados, comprar y degustar productos e incluso probar a aprender sus recetas.

Cataluña se ha posicionado como uno de los referentes internacionales en el ámbito de la gastronomía, tal como acredita que fue reconocida como Región Europea de la Gastronomía en 2016. Sobresalen nombres como Ferran Adrià, Carme Ruscalleda, Joan Roca, Carles Gaig o Sergi Arola, entre otros, y la prestigiosa guía Michelin sigue premiando sus restaurantes con 54 seleccionados en su última edición, que acumulan 68 estrellas. Este año se han incorporado al estrellato los restaurantes Caelis y Enigma, en Barcelona, y el Castell de Perelada, en Girona, mientras que Disfrutar y Dos Cielos, ambos de Barcelona, han incorporado la segunda estrella. ABaC, también de la capital catalana, ha obtenido la tercera. Actualmente son cuatro los restaurantes de Cataluña con tres estrellas Michelin: ABaC (Barcelona), El Cellar de Can Roca (Girona), Lasarte (Barcelona) y Sant Pau (Sant Pol de Mar).

Pero además hay otras distinciones en

el ámbito gastronómico que sirven para orientar a “foodies” y amantes de las delicias culinarias. Se trata del distintivo de especialización “Hotel Gastronómico”, que cuenta con 48 establecimientos certificados. Es una indicación muy concreta y de gran aceptación, que identifica establecimientos hoteleros de todo el territorio catalán con un denominador común: un trato cercano y familiar, un máximo de 60 habitaciones y una gastronomía excepcional a base de productos de proximidad, respetando el ciclo de las estaciones, y sirviendo en la mesa platos de cocina catalana de calidad, ya sea en el desayuno, la comida o la cena.

En Cataluña se cultiva y produce una importante cesta de productos de calidad y se mantienen recetas tradicionales desde la antigüedad, así como el gusto por los mercados, con un papel muy destacado para la producción ecológica, los restaurantes denominados de kilómetro 0, los productos con denominación de origen y la historia vitivinícola, con museos, bodegas y centros de interpretación del vino y del cava.

Destacan las numerosas jornadas y rutas gastronómicas que se distribuyen por la geografía catalana. Durante el año se organizan más de trescientas actividades y muestras enogastronómicas. Sobresalen certámenes bienales como el Fórum Gastronómico, que este año volverá a celebrarse en Girona en noviembre, Alimentaria Barcelona, Muestra de Vinos y Cavas de Cataluña y Mercat de Mercats (Mercado de Mercados), ambas en Barcelona, y la Feria sobre Salud y Alimentación Slow Food, en Lleida.

### Huertos y mercados

El turismo gastronómico es una modalidad que puede favorecer a los destinos de interior ya que por ejemplo Soria se promociona simultáneamente por el atractivo cultural que supone el mítico yacimiento de Numancia, como destino de micología, y por la excelencia de sus trufas que participan en Madrid Fusión y protagonizan la feria internacional de la trufa en Abejar.



Solsonès (Lleida) ©Oriol Clavera/ Patronato de Turismo de la Diputación de Lleida.

Hay establecimientos que optan por la cocina ecológica, como el agroturismo Finca Son Roig By Valentin ubicado en el interior de Mallorca, en Porreres, que cuenta con su propio huerto. El hotel rural se erige sobre una antigua explotación agrícola y ganadera, completamente remodelada en 2005, respetando el estilo de las antiguas casas rurales mallorquinas. Su huerto en verano abastece el restaurante del hotel con tomates, lechugas, cebollas, patatas, calabacines, berenjenas, pimientos, ajos y un sinfín de hierbas aromáticas, todos ellos de cultivo ecológico. Los platos, propios de la gastronomía mediterránea, ganan en sabor.

El Iberostar Hotels & Resorts ha diseñado un novedoso concepto gastronómico en Tenerife, con su nuevo GourmetMarket, en el Iberostar Sábila, un hotel de cinco estrellas solo para adultos. El mercado gastronómico es una innovadora propuesta de restauración, inspirada en las ventajas que ofrece un mercado real con excelente materia prima local, buen servicio y un diseño actual. Recorrerlo permite elegir entre recetas y alimentos y combinarlos al gusto. Hay puestos de mercado sabor ibérico, de tapas y pintxos, especializados en postres, otros con pescados y mariscos o con platos orientales. ■

“  
Los destinos turísticos dan a conocer sus productos autóctonos y su cultura culinaria y los alojamientos turísticos aguzan el ingenio

# Exclusividad y confort en el centro de la ciudad



## IBEROSTAR LISBOA ★ ★ ★ ★ ★

Iberostar Lisboa es el primer hotel de Iberostar en Portugal. Este exclusivo hotel abrió sus puertas en octubre de 2017 y está situado en la exclusiva zona comercial y de negocios de la Baixa, en el centro de Lisboa. Se ubica cerca de la Praça Marquês de Pombal, a quince minutos del aeropuerto y a tan solo cinco minutos andando de la Avenida Liberdade.

Este hotel de cinco estrellas cuenta con 166 habitaciones y cuenta en sus alrededores con una amplia variedad de opciones de ocio, propuestas gastronómicas, tiendas y múltiples establecimientos, todo lo necesario para aprovechar una visita a la capital portuguesa de la mejor manera.

