



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Dossier Prensa

2019

visitacostadelsol.com



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Turismo y Planificación Costa del Sol

Plaza de la Marina 4, 4ª Planta
E-29015 Málaga

Teléfono 952.12.62.72

Fax: 952.22.52.07

www.visitacostadelsol.com

info@costadelsol.travel

Facebook: visitacostadelsol

twitter turístico @vivecostadelsol

twitter profesional: @typcostadelsol

www.youtube.com/user/visitacostadelsol

plus.google.com/+visitacostadelsol



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Este dossier de prensa pretende ser un resumido manual de información turística e institucional de Turismo y Planificación Costa del Sol que proporcione una amplia visión de nuestra provincia y todo lo que podemos ofrecerle.

El documento incluye diferente información al objeto de hacerle la consulta lo más amplia posible. En una primera parte usted puede encontrar información acerca de los datos y proyectos más importantes de Turismo y Planificación durante 2018 y previsiones para 2019.

En otro apartado glosamos información de carácter institucional, en la que reflejamos algunas noticias de interés en las que ha participado la entidad.

El último apartado lo dedicamos a Marca y Eventos y aquí hacemos una relación de todos aquellos elementos que forman parte de nuestra oferta en el convencimiento de que es ésta la que nos ha convertido en un destino turístico líder a nivel mundial y le ofrecemos datos de algunos productos turísticos como el golf, el ocio, cultura, etc.

En este sentido, le invitamos a nuestra página web www.costadelsolmalaga.org, en la que, en diferentes idiomas, podrá encontrar una más amplia información. Disponemos también de una colección de fotografías (más de ocho mil) en alta resolución, que pueden ser utilizadas por los medios informativos una vez solicitada la correspondiente clave de acceso.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

BALANCES Y PROYECTOS

Málaga y su provincia

Tras una densa cordillera como “Los Montes”, en la caída suave de su falda y mirando al mar, se descubre Málaga, una ciudad cosmopolita y milenaria que es capital y corazón de la Costa del Sol. Con cerca de 600.000 habitantes, con una economía creciente y en pleno desarrollo, Málaga se ha ganado merecidamente el calificativo de “Capital del Sur de Europa”. Aquella Málaga que el premio Nobel Aleixandre inmortalizara como “Ciudad del Paraíso”, es actualmente centro neurálgico del turismo, encrucijada internacional y la capital económica de Andalucía.

A menos de dos horas por carretera de Sevilla y a cinco de Madrid, Málaga está conectada a través de su Aeropuerto internacional con las ciudades más importantes del mundo. La llegada del AVE a Málaga ya ha marcado un hito en la afluencia de viajeros a la Costa del Sol.

Extensión

Con una superficie provincial de 7.276 kilómetros cuadrados, el litoral malagueño supera los 160 kilómetros de costa. En ella se pueden encontrar desde amplias playas a diversos puertos deportivos. Pocos, aunque hermosos acantilados, dan un toque exótico a las costas malagueñas.

Clima

La climatología es un factor determinante de esta tierra. El abrigo de los Montes de Málaga permite a la ciudad y a la Costa del Sol mantener unas temperaturas muy suaves durante el invierno, mientras que la brisa marina las convierte en agradables durante el verano.

La temperatura media anual se sitúa en torno a los 18 grados centígrados, alcanzándose la más alta en agosto con 30 grados y la más baja en enero con 12. En cuanto a la temperatura del agua del mar, la media de invierno es de 14,9 y la de verano de 21,5 grados. El clima es muy benigno y en muy raras ocasiones la temperatura se eleva más allá de lo soportable. Como promedio, se calculan 320 días de sol al año.

Población

Según el último censo, la provincia malagueña supera el millón y seiscientos mil habitantes. Un crecimiento demográfico constante que se produce al abrigo del sector servicios, principalmente el turismo.

Sin embargo, hay que sumar los residentes extranjeros, principalmente británicos, alemanes, holandeses y escandinavos que han elegido la Costa del Sol como su segundo hogar, lo que supone el 43% del total en Andalucía. De esta manera, Málaga se situaría como la primera población total de la región andaluza.

En este sentido es interesante señalar que, según estudios realizados por empresas especializadas, en la franja litoral casi el 90 por ciento de las promociones las acaparan los compradores extranjeros, la mitad británicos, mientras que el resto son europeos de otras nacionalidades e inversores árabes.

La organización territorial y administrativa de Málaga, como en el resto de la Comunidad Autónoma Andaluza, está determinada por comarcas. Estas agrupaciones naturales de localidades se constituyen en torno a un pueblo de mayor importancia que actúa como cabeza de comarca.

Todas estas grandes poblaciones y comarcas de la provincia malagueña representan el rico conjunto de un territorio variopinto, diverso y multicolor.

Principales puntos de localización turística

La Costa del Sol constituye actualmente una amplia zona turística central que actúa como receptor y reemisor de visitantes hacia otras zonas costeras cercanas y hacia el interior de Andalucía. A su vez, la costa malagueña se divide en dos zonas claramente diferenciadas: la Oriental, donde domina mayoritariamente el turismo residencial y la Occidental, con una amplísima infraestructura hotelera.

La Costa del Sol Occidental es ya prácticamente una ciudad lineal que se extiende desde la misma capital malagueña hasta la localidad de Manilva, en el límite con la provincia de Cádiz. Partiendo de la capital malagueña, el tipo de turismo va variando: Torremolinos, con una oferta hotelera muy variada y que es, en número de camas, la más importante de la zona; Benalmádena, cuya zona costera ha alcanzado un alto grado de desarrollo; Fuengirola, con preponderancia de turismo de tipo medio y familiar y los núcleos del turismo de élite, que resultan mayor en Mijas Costa y ya claramente preponderante en Marbella, especialmente en el sector ubicado al oeste de la ciudad. En Estepona y Manilva una buena parte de las urbanizaciones siguen una línea similar a la de Marbella, de tipo medio alto, aunque sólo en casos aislados se aproximan al mayor nivel de la costa, que es el de la llamada "milla de oro" marbellí.

En la zona oriental se puede decir que, esquemáticamente, el proceso ha sido inverso al del sector occidental: durante largo tiempo se ha desarrollado paso a paso el segmento residencial y es ahora –sin reducirse en desarrollo– cuando está aumentando la disponibilidad de camas hoteleras y la oferta de servicios de todo tipo. No obstante, la oferta turística de la Costa del Sol Oriental sigue siendo muy distinta a la del sector occidental. Su principal aliciente está en playas extensas, más abiertas y menos concurridas, y en la permanencia de intensas actividades de pesca y agrícolas.

También en la Costa Oriental el tipo de turismo va variando a medida que se hace mayor la distancia con Málaga. La primera localidad es Rincón de la Victoria, con una playa de tres kilómetros y un mar calmo y poco profundo. Desde allí se accede a la población de Macharaviaya, un típico pueblo andaluz. El siguiente punto es Torre del Mar, zona costera



de la ciudad de Vélez-Málaga, con cuatro kilómetros de playas. Muy próximo está Algarrobo, pueblo que conserva la estructura urbana árabe. Torrox, que también mantiene su estructura tradicional, es uno de los que más ha progresado de la zona, manteniendo una notable presencia de residentes extranjeros, principalmente de nacionalidad alemana. El último punto de la costa malagueña es Nerja, con el atractivo de su cueva y su impresionante mirador al Mediterráneo, llamado "Balcón de Europa".

Establecimientos hoteleros y apartamentos

La existencia de un buen clima y amplias playas es sin duda un requisito necesario, pero no suficiente para el desarrollo y mantenimiento de un importante sector turístico. Ha de crearse toda una amplia red de alojamiento con una variada gama de servicios indispensables que garantice una estancia agradable y cómoda a las personas durante su período vacacional. La Costa del Sol cuenta con una de las ofertas de hostelería más importantes de España, tanto por su cantidad como por la calidad de servicios ofrecidos.

Es destacable el hecho de que la mayoría de los establecimientos hoteleros de la provincia, son de una categoría superior a 3 estrellas, así como que Málaga es la segunda provincia de España en cuanto a número de hoteles de 5 estrellas, representando más del 75% del total de Andalucía.

Este tipo de establecimientos se caracteriza por la calidad y variedad de servicios ofrecidos a sus clientes. Piscinas interiores climatizadas, piscinas exteriores, saunas, masajes, peluquerías, discotecas, salas de juego, pistas de tenis, squash, campos de golf y otros servicios que se ofrecen al cliente con el fin de asegurar su ocio y descanso.

Con las importantes inversiones realizadas en reformas hoteleras durante los últimos años junto a los nuevos establecimientos construidos, y dado que la especialización hotelera está centrada cada día más en hoteles de 4 y 5 estrellas, se puede describir una panorámica general de la provincia de Málaga constituida por una oferta de hostelería de calidad media-alta, en correspondencia con las tendencias actuales del sector hacia el turismo de calidad al que ha de ofrecerse un nivel de servicios acorde con su categoría.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol culminó 2018 con los mejores indicadores turísticos de su historia

El destino recibió un total de 12,6 millones de visitantes durante 2018, un 1,3% más que en 2017

El impacto económico de nuestra principal industria en 2018 ascendió a 14.173 millones de euros

Un nuevo año histórico para la Costa del Sol. Así definió el consejero delegado de Turismo de la Costa del Sol, Jacobo Florido, el pasado 2018 a tenor de los datos ofrecidos por los visitantes a la provincia de Málaga a lo largo del año.

Florido repasó los datos turísticos del año vencido e indicó que "culminamos un nuevo año histórico para el destino con la llegada de 12,6 millones de visitantes, un 1,3% más que en 2017".

"Y lo que es más importante, este nuevo aluvión de turistas tuvo su reflejo en la generación de empleo y de riqueza en toda la provincia", según detalló el consejero delegado de Turismo Costa del Sol, quien aportó otros datos de interés: "el impacto económico de nuestra principal industria en 2018 ascendió a 14.173 millones de euros".

Florido no quiso dejar pasar los buenos datos correspondientes al empleo. "El número de personas empleadas en el sector subió un 4,2% en el último año, con 173.800 empleos ligados a la actividad turística". En este sentido, el responsable de la entidad enfatizó que "una vez más, la Costa del Sol demostró su fortaleza y liderazgo turístico y suplió con otros mercados como el francés, el turista nacional y de los países nórdicos las bajadas de otros mercados".



Lo más importante para el consejero delegado de Turismo Costa del Sol fue que "se creció más en ingresos y en empleo que en el número de turistas, lo que hace más rentable y sostenible a la Costa del Sol".

Pero es que, además, y según expuso Florido, las previsiones para el 2019 son muy positivas pues "se estima que el crecimiento acumulado en el primer cuatrimestre de 2019 será de un 8,6 % según las previsiones de oferta de asientos de avión hacia el aeropuerto de Málaga Costa del Sol".

Así, los principales mercados emisores extranjeros como Reino Unido y Alemania se irán recuperando en los próximos meses. Según las previsiones, el Reino Unido registrará desde diciembre a mayo un incremento de un 7% sobre el mismo período del año anterior.

Además de Reino Unido, otros mercados de importancia para la Costa del Sol suben sus previsiones de llegadas al aeropuerto de formas significativa, como son Alemania (+13%), Finlandia (+32,7%), y Suecia con un +28,3%.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol alcanzó por primera vez los 19 millones de pasajeros en 2018

La infraestructura registró un 2,1% más de viajeros y un 3% más de aterrizajes y despegues que en 2017

Tanto el mercado doméstico como el internacional mantuvieron un crecimiento sostenido durante el pasado año, con repuntes de pasajeros del 11,5% y del 0,6%, respectivamente

En diciembre, 1.104.917 usuarios (10,6%) se desplazaron en 9.223 vuelos (11,2%)

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol superó el año pasado la barrera de los 19 millones de pasajeros, gracias al ritmo de crecimiento que mantuvieron tanto el mercado foráneo como el nacional. En concreto, la cifra de usuarios se elevó a 19.021.704, un 2,1% más que en 2017, lo que coloca 2018 como el año con mayor tráfico de la historia de la infraestructura malagueña.

Siguiendo la misma evolución, también las operaciones batieron récord ya que el volumen de aterrizajes y despegues despuntó hasta 141.313, un 3% más que el año anterior.

La inmensa mayoría de los viajeros contabilizados durante 2018 se trasladó en vuelos comerciales, hasta sumar 18.948.716. De ellos, 16.208.244 optaron por conexiones con origen o destino en alguna ciudad extranjera, lo que supone un aumento del 0,6% respecto al año anterior. Al dinamismo del segmento foráneo ayudó el crecimiento de las operaciones internacionales, que se incrementaron un 1,2% (109.447 vuelos, en términos absolutos).



Los 2.740.472 restantes se desplazaron dentro de nuestras fronteras, lo que afianzó la pujanza del mercado doméstico. De hecho, el porcentaje de viajeros que volaron a ciudades españolas en 2018 subió un 11,5% respecto a los registros de 2017. Similar progresión siguió el volumen de movimientos con aeropuertos españoles, que se elevó a 26.953 operaciones, un 13,5% más que el año pasado.

Por destinos, Reino Unido mantuvo su liderazgo en 2018, con 5.727.978 viajeros en conexiones con este país. Alemania (1.580.351), Francia (1.145.458) y Holanda (1.115.691) repitieron como los mercados foráneos con mayor número de pasajeros en términos absolutos, mientras el segmento doméstico consolidó su posición como el segundo más demandado en el Aeropuerto de Málaga-Costa de Sol en 2018.

A estos registros se agregan otros igualmente positivos y que abundan en el escenario de crecimientos del pasado año, durante el que la infraestructura facturó 5.284.223 equipajes, con agosto a la cabeza como el mes con más maletas tratadas (661.036 bultos gestionados).



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La llegada de pasajeros al aeropuerto de Málaga crecerá un 3,5% hasta el próximo mes de agosto

Reino Unido continúa siendo el principal mercado emisor con un incremento del 3,5% sobre el mismo periodo del año anterior.

Las previsiones de llegadas suben significativamente en otros mercados como Irlanda, Suecia, España y Holanda

El último informe sobre la capacidad de asientos ofertados desde marzo de 2019 hasta agosto de 2019 en el Aeropuerto de Málaga, realizado por Turismo Costa del Sol, estima que la oferta de asientos de avión se incrementará un 3,5% hasta el próximo mes de agosto, siendo el porcentaje de incremento más elevado el que se produce en el mes de abril que es de un 8,5% y el más bajo el de agosto con un 1,8% de subida.

Según las previsiones, el Reino Unido registrará desde marzo a agosto 2019 un incremento de un 3,5% sobre el mismo período del año anterior y continúa posicionado como el principal mercado emisor extranjero hacia la Costa del Sol. El estudio señala que, además de Reino Unido, otros mercados de importancia para la Costa del Sol suben sus previsiones de llegadas al aeropuerto de formas significativa, como son Irlanda, Suecia, España y Holanda.

El director general de Turismo Costa del Sol, Arturo Bernal, ha detallado que "este informe no constata que el efecto del Brexit no se ha hecho sentir en el emisor británico hacia la Costa del Sol sino todo lo contrario, pues se observa que el incremento

cuantitativo más importante se produce en la llegada de viajeros que proceden de Gran Bretaña con 73.477 plazas más

Además, el estudio destaca que entre los mercados con más de 100.000 llegadas, se observa un gran crecimiento en la oferta de plazas aéreas durante los próximos meses procedentes de Irlanda (+15,8), Suecia (+15,5), Italia (+5,5), España (+4,8) y Holanda (+4,3), siendo Irlanda la que sigue a Reino Unido a nivel cuantitativo con 41.719 plazas más estimadas que en el mismo periodo del año anterior.

En cuanto a la variación de la oferta de plazas por líneas aéreas, el informe destaca las compañías que más crecerán hasta agosto de 2019, donde hay que destacar los significativos crecimientos que tienen previsto operar hacia el aeropuerto de Málaga Norwegian (+16,2 %, de 459.509 a 533.974), Ryanair (+13,2%), Jet2.com (+11%), y Lufthansa (+9,7%).

La principal línea aérea que opera en el aeropuerto de Málaga, Ryanair, sigue creciendo en número de pasajeros, con un aumento cuantitativo de más de 175.000 plazas que en el mismo periodo del año anterior, ofertando un total de más de 1.500.000 plazas. Se observan descensos en la oferta de asientos de avión en este periodo de las compañías TUI Airways (-22,8%), Norwegian Air Shuttle (-3,7%) y SAS (-2,4%)

En cuanto a la oferta de plazas por ciudad de origen, se observa claramente como desde los principales puntos de emisión de turistas hacia la Costa del Sol, se van a ver aumentados el número de asientos de avión ofertados para los próximos seis meses, y destacan los crecimientos de: París Orly (+46,4%), Londres Luton (+30,4%), Dublín (+17,3%), Estocolmo (+14,3%), Amsterdam (+6,4%) y Helsinki (+5,7%).

Por último, el informe señala que se observa un crecimiento en la previsión de la oferta de asientos en la clase Económica (+3,4%) y en Business (+12,3%).



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Turismo Costa del Sol pone en marcha un nuevo departamento de Conectividad Aérea para potenciar sinergias con las líneas aéreas durante el 2019

La entidad prestará especial atención a los Mercados Emergentes para buscar nuevas oportunidades de negocio

Turismo Costa del Sol ha puesto en marcha un nuevo departamento de Conectividad Aérea después de que ya llevara tiempo alertando sobre la necesidad de trabajar para impulsar las ya excelentes conexiones aéreas de Málaga.

A este respecto se han referido desde Turismo Costa del Sol: "Esta decisión estratégica se debe a que consideramos clave en el actual escenario, donde todos los destinos compiten por aumentar sus plazas aéreas, adelantarnos y considerar la conectividad aérea como una estrategia clave".

Entre las prioridades en esta estrategia figura diseñar acciones que ayuden a buscar sinergias con las líneas aéreas para aumentar el número de slots y madurar las relaciones con las compañías". De este modo, se conseguirá "situar a la Costa del Sol como uno de los destinos preferidos a la hora de abrir nuevas rutas", manifestó el presidente de la entidad.

A este departamento se le une otra unidad de negocio para mejorar la posición de la Costa del Sol como es la de Mercados Emergentes. Esta área busca "la captación del turista proveniente de mercados lejanos, particularmente asiáticos, norteamericanos y de Oriente Medio, que en su mayoría son emergentes y están en fase de expansión, y que se convierten en objetivo táctico imprescindible en la estrategia efectiva de mejora de la rentabilidad del turismo internacional que visita la Costa del Sol".

Desde Turismo y Costa del Sol afirmaron que "no se pueden poner excusas a la hora de buscar nuevos mercados, porque entonces estaremos perdiendo nuevas oportunidades". En este sentido, las claves de futuro, pasan "por la creación de un nuevo mapa de emisores hacia la Costa del Sol".

Con la vista puesta en la Asia del Pacífico, Turismo Costa del Sol va a apostar por esta nueva estrategia, con el respaldo de unas cifras que "ponen sobre la mesa que el 24% de quienes viajan en todo el mundo salen de esos mercados y porque además se espera que para el año 2030 serán 300 millones de personas asiáticas las que pongan rumbo a otros destinos turísticos, frente a las 60 millones que hay ahora".

Los mercados estratégicos en los que va a actuar la entidad, en colaboración con otras instituciones, son Oriente Medio, Latinoamérica, y Asia Pacífico. También promocionará sus segmentos turísticos en Rusia, EEUU, Grecia, Turquía y los mercados en el entorno de Bosnia Herzegovina, mercados en crecimiento que tienen un alto poder adquisitivo, que viajan fuera de la temporada puramente vacacional y que además ayudan a romper la estrecha dependencia que el destino tiene con Alemania y Reino Unido.

Los objetivos para el 2019 son, según los responsables de Turismo Costa del Sol "seguir avanzando en nuestros principales retos en los que ya estamos trabajando como el reto de la conectividad para el mantenimiento de un destino líder como es la Costa del Sol; el reto del gasto en destino para mejorar la rentabilidad y el empleo del sector turístico; la gestión de la estacionalidad, y el reto de la transformación digital para, en definitiva, dar visibilidad a la marca Costa del Sol, mejorar su posicionamiento nacional e internacional, fomentar el empleo y el desarrollo económico en la provincia de Málaga".



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol vuelve a ser en diciembre el destino mejor valorado por su oferta hotelera

Salado valora este informe que pone de manifiesto los altos índices de calidad de la oferta hotelera de la provincia de Málaga

La categoría más valorada ha sido la de 5 estrellas, con un 8,93 de nota, mientras que los aspectos con mayor puntuación han vuelto a ser el staff/personal y la limpieza, con valoraciones superiores a la media, de 8,41 sobre 10

La Costa del Sol ha vuelto a ser el destino más valorado por su oferta hotelera en el pasado mes de diciembre, según lo revela un informe de Turismo Costa del Sol sobre la Competitividad de la Oferta Hotelera de la Costa del Sol, vía precio y valoración del cliente.

El presidente de Turismo Costa del Sol, Francisco Salado, se ha referido al citado informe y ha indicado que el mismo "pone de manifiesto los altos índices de calidad de la oferta hotelera de la provincia de Málaga".

El citado informe constata que la oferta hotelera de la Costa del Sol ha sido líder en valoración media de los usuarios con respecto a los otros destinos competidores, concretamente en los valores de staff (8,82), limpieza (8,77), confort (8,32), servicios

ofrecidos (8,19) y calidad/precio (8,13), alcanzando las valoraciones más altas de todos los destinos.

El presidente de Turismo Costa del Sol, Francisco Salado, se ha congratulado de que la Costa del Sol vuelva a convertirse en el destino mejor valorado por su oferta hotelera. Este estudio indica que el precio medio de la habitación doble estándar, independientemente de la categoría del hotel, se ha situado en 105,42€ y ha recibido una valoración media de 8,41 sobre 10.

La categoría mejor valorada ha sido la de 5 estrellas, con un 8,93; seguida de la de 1 y 2 estrellas, con una valoración similar a la media (8,36); y de 4 y 3 estrellas, con calificaciones de 8,25 y un 8,17 respectivamente.

Además, los aspectos mejor valorados de la oferta hotelera en general han vuelto a ser el staff/personal, la limpieza y la ubicación del establecimiento, con valoraciones superiores a la media de 8,41 sobre 10.

La oferta hotelera de 5 estrellas de la Costa del Sol, se convierte en la categoría mejor valorada con un 8,93 sobre diez. Destacando especialmente, en opinión de los usuarios, su limpieza, confort y staff/personal y los servicios, con una valoración en todos estos aspectos igual o superiores a 9,0.

La oferta hotelera de 1 estrella de la Costa del Sol es la segunda categoría mejor valorada, basándose su competitividad, también en opinión de los usuarios, en su staff/personal, su ubicación, la limpieza y su relación calidad precio, todos ellos con valoraciones superiores a la media del sector hotelero y al 8,39 sobre 10.

Del mismo modo, Francisco Salado ha indicado que este análisis supone "una excelente oportunidad para conocer la competitividad hotelera de un destino como el nuestro".

Por ello, este estudio plantea analizar los precios del alojamiento (en la Costa del Sol y con sus competidores), y los ratings de satisfacción de los usuarios, información particularmente relevante a lo hora de analizar el rendimiento de esta industria", ha señalado Francisco Salado, presidente de la Diputación y de Turismo Costa del Sol.

Para el mes de diciembre de 2018, los precios ofrecidos se han basado en una muestra de 315 hoteles para la provincia de Málaga y de 1.304 en el caso de los destinos competidores, haciendo un total de 1.619 hoteles analizados. Los destinos nacionales e internacionales presentes en el estudio han sido la Costa del Sol, Costa de la Luz, Costa de Almería, Costa Blanca, Costa Brava, Canarias, Baleares, Algarve (Portugal) y Antalya (Turquía).



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol reduce la estacionalidad turística en tres puntos en los últimos cinco años

El comportamiento estacional de la provincia de Málaga es mejor que el de otros destinos turísticos competidores

Desde Turismo Costa del Sol se resalta que la apuesta por la segmentación turística da resultados y se destaca el esfuerzo del sector por ofrecer un destino que abre los 365 días del año

La Costa del Sol redujo en tres puntos la estacionalidad turística en los últimos cinco años al bajar la concentración de viajeros alojados en establecimientos turísticos desde el 47,8% registrado en 2012 al 44,8% que se obtuvo el pasado año, según se desprende de un informe que analiza la estacionalidad turística y su evolución en la provincia de Málaga en el período de los años 2005-2017 elaborado por Turismo y Planificación Costa del Sol.

En el citado análisis se refleja que el año 2012 fue el punto de inflexión para ir reduciendo la estacionalidad turística al disminuir en casi tres puntos la concentración de viajeros alojados en establecimientos hoteleros durante junio, julio, agosto y septiembre y con crecimientos en la mayoría de los meses de año, fundamentalmente en abril, noviembre y junio. Esta disminución se confirma también al analizar la entrada de viajeros en el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, donde se produce un descenso de dos puntos en la concentración de llegadas en los meses de verano en el periodo 2012-2017

Al analizar la llegada de viajeros a hoteles en junio, julio, agosto y septiembre de forma acumulada en el periodo 2005-2017, el informe revela que desde 2006 a 2012 crece la concentración de llegadas de turistas en la Costa del Sol en los meses de verano, pasando del 45,3% registrado en 2005 al 47,8% de 2012, que fue el verano que albergó la máxima concentración de llegadas en el periodo analizado, mientras que en el periodo 2012-2017 se pasa de ese 47,8% al 44,8% registrado entre junio y septiembre del pasado año.

Los responsables de Turismo Costa del Sol explicaron que esta evolución “respalda la estrategia de segmentación de la oferta que iniciamos en 2011 y que nos ha permitido atraer turistas con mayor capacidad de gasto por persona y día y vender que la Costa del Sol permanece abierta los 365 días del año gracias a la cantidad de recursos turísticos con los que contamos además del clima”. Esos mismos responsables añadieron que también se debe destacar que la “creación, potenciación y promoción del turismo de interior con proyectos como la Gran Senda o el Caminito del Rey han servido como reclamos muy potentes para atraer turistas fuera de la temporada alta y diversificar la oferta de un destino con un marcado acento de turismo ligado al sol y la playa”.

Se recordó que “una de las prioridades de Turismo Costa del Sol ha sido combatir la estacionalidad turística ya que influye de manera negativa en el destino al provocar distorsiones económicas y sociales como la temporalidad en el empleo, la fuga de demanda potencial, la disminución de ingresos y, sobre todo, la sobrecarga de los servicios públicos e infraestructuras en los meses de verano”.

En este sentido, el informe analizó el comportamiento de diferentes mercados y concluye que en el mercado nacional se agudiza desde 2005 hasta 2012 la concentración de turistas en verano, pasando del 48,6% de 2005 al 51,6% de concentración veraniega en 2012. Sin embargo, en los últimos seis años la tendencia de entrada de viajeros españoles alojados en hoteles de la Costa del Sol se invierte descendiendo de forma muy significativa la estacionalidad del mercado nacional, con una reducción de más de seis puntos hasta situarse en el 45,2% en 2017.

En cuanto al mercado británico se observó que en el periodo comprendido entre 2005 y 2012 crece en cinco puntos la concentración de turistas británicos en los meses de verano y que es también a partir de 2012 cuando se moderó dicha concentración y se redujo en 1,4 puntos, según los datos del informe que analiza también el flujo de llegadas de viajeros al aeropuerto de Málaga-Costa del Sol.

El comportamiento del mercado alemán difiere del mercado británico ya que los meses de mayor concentración de viajeros alemanes se produjo en octubre, septiembre y mayo, produciéndose un descenso de 2,1 puntos en la concentración de turistas en el periodo de 2012 a 2017.

Por último, la estacionalidad del mercado nórdico, que incluye Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia, redujo en un punto su concentración de llegadas al aeropuerto en los



meses de junio a septiembre en el periodo 2012-2017, aunque los viajeros nórdicos concentraron sus viajes en la Costa del Sol principalmente en octubre, julio y abril.

Al analizar los datos de la evolución estacional de los viajeros alojados en los hoteles de destinos competidores con la Costa del Sol como son Alicante, Baleares, Girona o Santa Cruz de Tenerife se comprobó que la provincia de Málaga es el segundo destino que sufre menos la estacionalidad turística tras Santa Cruz de Tenerife.

Por eso, desde Turismo Costa del Sol se destacó el trabajo de todo el sector del turismo en los últimos años "para ofrecer un destino con capacidad de abrir los 365 días del año, con nuevos recursos y reclamos" que permiten cubrir las necesidades y experiencias que requieren tanto las nuevas generaciones, los nativos digitales y el turista cosmopolita, caracterizado por su alta rentabilidad y capacidad desestacionalizadora, ya que se trata además de un perfil que encaja a la perfección "con la nueva Costa del Sol que ofrece un producto global casi perfecto al atender sus gustos por las compras, especialmente el producto local, el turismo de interior, la gastronomía, el arte y la cultura".



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



El Caminito del Rey alcanzó el millón de visitantes a los tres años de su apertura

Turismo Costa del Sol destacó que produjo un impacto económico de unos 100 millones de euros

La Diputación ultima el acondicionamiento del centro de recepción de visitantes, que abrirá sus puertas a lo largo del año 2019

Un millón de visitas registró el Caminito del Rey desde su rehabilitación y puesta en funcionamiento en marzo de 2015. Así informaron desde la Diputación de Málaga, realizando un balance de lo que este paraje está suponiendo para la provincia, especialmente para los municipios limítrofes, para los que ha supuesto un gran revulsivo económico y turístico.

Se destacó que esta cifra de visitantes en tres años demuestra que "el Caminito sigue suscitando el máximo interés tanto dentro como fuera de nuestras fronteras".

El 65% de quienes realizaron su recorrido fueron extranjeros, lo que refleja que es un claro reclamo turístico de ámbito internacional. De hecho, durante toda su tercera temporada abierto, personas de 84 nacionalidades distintas participaron en la experiencia de recorrer el paraje.

En este sentido, los turistas más numerosos provinieron de Países Bajos, Reino Unido, Bélgica, Alemania, Dinamarca y Francia. Y también destacaron los procedentes de Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda o países latinoamericanos y africanos. "Por tanto, podemos decir que es todo un fenómeno global del que debemos sentirnos muy orgullosos", han comentado sus responsables.

Paralelamente, en esos tres años, la web caminitodelrey.info registró seis millones de visitas correspondientes a 3,6 millones de usuarios diferentes, lo que refleja el interés por conocer este paraje.

Impacto económico y generación de empleo

Desde Diputación se quiso destacar que en esos 3 primeros años, la estimación del impacto económico fue de unos 100 millones de euros, que han contribuyeron a generar en torno a 400 puestos de trabajo.

Además, hubo un dato importante para las economías de los municipios del entorno, ya que un 20% de los visitantes son turistas que pernoctan en establecimientos de la zona.

En este sentido, el Caminito cuenta con casi 350 establecimientos que albergan cerca de 5.000 plazas. Desde 2015, cuando se inauguró el Caminito, los alojamientos han experimentado un crecimiento del 72%, en tanto que el incremento de plazas ha sido de un 20%.

A todo ello se unió el que, durante 2017, el gasto de los turistas que se alojaron y de los excursionistas fueron de unos 20 millones de euros. "Todos estos datos reflejan la fuerza y la atracción que ejerce el Caminito del Rey", han señalado desde Diputación.

Precisamente, el 16 de abril de 2018 salieron a la venta las 100.000 nuevas entradas que se ofertaron para los meses de verano, entre junio y septiembre, época que despierta gran interés entre los visitantes.

Las instituciones provinciales achacan el éxito del Caminito del Rey al espíritu de cooperación y de colaboración mantenido por la Diputación de Málaga, los ayuntamientos del entorno, la Junta de Andalucía y el Gobierno central.

Igualmente, se resaltó el trabajo de la empresa Hermanos Campano, que permitió incluir mejoras en el recorrido y desarrollar iniciativas que sirvieron para proyectar todavía más esta joya de la provincia.

Valoraciones de los alcaldes

La alcaldesa de Ardales, María del Mar González, mostró su satisfacción por el impacto que ha tenido el Caminito del Rey en los establecimientos turísticos y de restauración, y comentó que la Cueva de Ardales, Bobastro, los dos museos y la iglesia duplicaron los

visitantes. También incidió en que el próximo reto será poner en marcha el centro de recepción de visitantes.

El alcalde de Álora, José Sánchez, destacó por su parte que el número de camas en el municipio ha pasado de 600 a 1.200, con una ocupación media de un 95% en los últimos meses, y con el cien por cien en determinados fines de semana. Añadió que es un momento oportuno para apoyar y apostar por seguir invirtiendo en establecimientos e iniciativas turísticas.

También valoró que Álora va a convertirse en municipio turístico, y recordó que se están realizando inversiones en el castillo y su entorno para hacer más atractiva la visita al pueblo.

Y el alcalde de Campillos, Francisco Guerrero, explicó que para Campillos era muy importante incorporarse a la estrategia de desarrollo del entorno del Caminito del Rey, y añadió que desde su municipio se realiza un importante esfuerzo para que también resulte atractivo para los visitantes del Caminito. En este sentido, se refirió a que se están señalizando todos los recursos naturales.

Centro de visitantes

La Diputación de Málaga trabaja para continuar mejorando la experiencia de la visita al Caminito del Rey. Al respecto, se está trabajando en el equipamiento del centro de recepción de visitantes, así como en el ajardinamiento del entorno.

Igualmente, en los próximos días se adjudicarán las obras de la nueva rotonda de acceso al centro de visitantes, una actuación imprescindible para ordenar el flujo de vehículos y especialmente para facilitar el acceso de autocares. Estas obras salieron a licitación por 150.000 euros y que están cofinanciadas con fondos FEDER a través del proyecto europeo Estrategia DUSI Caminito del Rey.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



El interior de la provincia de Málaga recibió en 2018 un total de 1.132.000 turistas

El impacto tanto directo como indirecto del gasto de estos turistas del interior de la provincia de Málaga fue de 954,6 millones de euros

El turismo de interior en la provincia de Málaga volvió a arrojar datos muy positivos durante 2018. Así lo confirmó el presidente de Turismo Costa del Sol, Francisco Salado, poniendo de manifiesto el auge experimentado por el segmento VITA un año más.

Francisco Salado insistió en el "esfuerzo y empeño puesto por la entidad, las instituciones turísticas y los empresarios privados para poner el interior de la provincia en el lugar que se merece".

Y es que en la provincia de Málaga "estamos de enhorabuena", señaló Salado, ya que 2018 cerró con la visita de 1.132.000 turistas al interior de la Costa del Sol, un 2,8% más que en el año anterior.

Para el presidente de la Diputación, "la Costa del Sol como destino de interior camina hacia adelante con cifras que avalan su papel decisivo en la gestión de la estacionalidad, con productos como el Caminito del Rey, la Gran Senda o los Dólmenes de Antequera".

El impacto tanto directo como indirecto del gasto de estos turistas del interior de la provincia de Málaga fue de 954,6 millones de euros, que supuso la creación de 11.200 puestos de trabajo, es decir, "que el impacto económico del turismo de interior ha crecido cerca de un dos por ciento respecto al año anterior", aseguró.

Salado también mostró la evolución experimentada durante el periodo 2013-2018, donde los establecimientos turísticos del interior se incrementaron cerca del 150% y el número de plazas aumentó cerca de un 70%.

En la actualidad, el interior de la provincia oferta 3.948 establecimientos con 37.113 plazas de alojamientos turísticos, que representan el 12% del total de plazas de Málaga.

Para Salado estos datos siguen siendo muy positivos, puesto que "en el último año 2018, la oferta de plazas de alojamientos turísticos del interior de la provincia creció en un 14% siendo las viviendas con fines turísticos las que más crecen (87,5%), seguidas de las viviendas turísticas rurales con un +20,1%; en tercer lugar, las casas rurales (13,6%), seguidas de los apartamentos (6,3%) y las pensiones y hostales (+1,7%)". Como último dato, el representante de la entidad ha añadido que la estancia media de los turistas del interior se sitúa en los 6,25 días.

Compromiso durante todo 2019

Turismo Costa del Sol está convencido de que hay que seguir trabajando mes a mes y por eso, Salado señaló el incremento de la inversión que la entidad va a realizar en el segmento VITA (Verde, Interior y Turismo Activo) para este 2019.

El objetivo, afirmó Francisco Salado es "seguir contrarrestando la estacionalidad, porque sigue siendo un reto estratégico para el destino, ya que nos conduce a un mayor gasto del visitante y, por tanto, a incrementar el impacto económico del turismo y el fortalecimiento del empleo".

Turismo Costa del Sol destinará en el 2019 un total de 186.200 euros a acciones exclusivas de interior, a las que hay que sumar 459.000 en acciones multisegmento, así como la cuantía que la institución destina a press trips, y a estudios de inteligencia turística relacionados con el interior de la provincia.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Caminito del Rey se consolida como destino turístico internacional con 300.000 visitantes en 2018

El pasado año el Caminito del Rey rompió la barrera del millón de visitantes y se consolidó como un destino internacional superando el 60% de usuarios extranjeros

Tras casi 4 años abierto al público, el sendero situado en el interior de la provincia sigue siendo una opción de ocio para los malagueños

Como ya hiciera en años anteriores desde su inauguración en marzo de 2015, el Caminito del Rey cerró 2018 con el máximo número de visitantes registrados. 300.000 personas recorrieron el pasado año este vertiginoso camino y que ha permitido a la Diputación de Málaga, celebrar una vez más el lleno absoluto de las instalaciones y que por motivos de seguridad y para preservar el paraje natural está limitado.

Bajo esta premisa, la empresa gestora del enclave, Hermanos Campano y la Diputación de Málaga han cosechado un 2018 con visitantes de procedencias variopintas y prácticamente de todo el mundo.

El Caminito del Rey se consolida como destino internacional, siendo más del 60% de sus visitantes extranjeros. El ranking lo lideran los alemanes seguidos de los turistas de Reino Unido. Belgas, holandeses y franceses, como en años anteriores también continúan apostando por los encantos de este sendero. Destacan, además, los más de 7.000 visitantes polacos o los 4.200 finlandeses.



Frente a los visitantes extranjeros, los españoles también se decantaron en 2018 por recorrer las pasarelas del Caminito del Rey. Los más numerosos, los malagueños, seguidos de los madrileños que superan la cifra de 30.000 en este pasado año. El tercer lugar lo ocupan los turistas procedentes de Sevilla. Murcianos, valencianos, vascos y ciudadrealeños también ocupan los siguientes puestos del ranking.

En total, 116 nacionalidades diferentes recorrieron en 2018 los más de 7 kilómetros de recorrido por visitantes de los 5 continentes y de países tan lejanos como Nueva Zelanda, Filipinas, Zimbabwe, Azerbaiyán o Bahamas, entre otros muchos.

Por cuarto año consecutivo, la entrada general, se mantiene a un precio de 10 euros, mientras que las visitas guiadas cuestan 18 euros. Ambas pueden adquirirse a través de la plataforma digital (www.caminitodelrey.info/) junto con el ticket del autobús lanzadera (+1,55 euros) que comunica el acceso norte con la salida.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Turismo Costa del Sol pone en marcha la tercera edición del Programa de Aceleración Empresarial Costa del Sol Tourism Hub

La tercera edición del programa, en la que hay seleccionados 10 innovadores proyectos, tiene como objetivo impulsar el emprendimiento en el sector turístico

Ya está en marcha la tercera edición del Programa de Aceleración Empresarial Tourism Hub, promovido por Turismo Costa del Sol. El proyecto busca ayudar a los emprendedores a desarrollar sus negocios y captar financiación en el marco del sector turístico. Además, esta iniciativa viene a apoyar el objetivo de Turismo y Planificación Costa del Sol en el fomento de la creación, atracción e instalación de empresas innovadoras en la provincia de Málaga y especialmente aquellas relacionadas con el sector turístico.

La jornada de inauguración arrancó con la bienvenida por parte del Director General de Turismo y Planificación Costa del Sol, Arturo Bernal, que puso de manifiesto que, de las 32 iniciativas empresariales que solicitaron en diciembre su participación en el programa, "se han seleccionado 10 finalistas que trabajarán durante cuatro meses con un equipo de consultores expertos y profesionales de reconocido prestigio en diferentes ámbitos de la empresa para, a través de un proceso de formación y consultoría avanzada y junto con sesiones de mentorización y asesoramiento individualizado, recibir el apoyo necesario para validar o reorientar sus ideas de negocio, ampliar la red de contactos, definir los canales de comercialización o dotar de mayor visibilidad a sus proyectos".

Los proyectos seleccionados han sido HAMACAPP, una aplicación móvil que facilita la promoción y la gestión directa de plazas de hamacas y servicios complementarios, y que está dirigida tanto a chiringuitos de playa como a hoteles; TRANSFERS AND EXPERIENCES, una plataforma online para la reserva de excursiones, transfers, entradas y demás oferta complementaria, dirigida especialmente a hoteles; YUMEGO, aplicación web y móvil que oferta paquetes (vuelo + alojamiento) a diferentes destinos en diferentes fechas, mediante un algoritmo que detecta estas ofertas; PLANGRATIS es una aplicación móvil con un funcionamiento rápido, que permite al ciudadano y visitante tener conocimiento en cada momento de toda la oferta cultural y de ocio gratuita que tiene a su alrededor; RENTHAS, el sistema de gestión de apartamentos turísticos y viviendas vacacionales apoyado en las últimas tecnologías y la experiencia de usuario; MADEWELL DECORACION, enfocada al renting mobiliario destinado a empresas, profesionales o particulares cuyo objeto de negocio sea el alquiler de viviendas turísticas, ya sea vacacional o residencial; BILLY GOAT GARAGE, una app gamificada basada en el desarrollo de tecnologías como IoT o geoposicionamiento, y que centra su actividad en el moto-turismo; GÜELCOM es la primera plataforma online en la que cualquier hotel o alojamiento turístico puede crear y gestionar su propio chatbot sin conocimientos de programación, sin ayuda técnica y en cuestión de minutos; STMATE es un innovador buscador online para escapadas de fin de semana atendiendo a fechas y presupuesto, y que aglutina una amplia oferta de medios de transportes; y CHATBOT CREACIÓN, el Asistente Virtual Turístico basado en Chatbot y dotado de Inteligencia artificial.

De esta forma, el programa Costa del Sol Tourism Hub se consolida como una oportunidad para emprendedores y startups que desean testear, validar o impulsar sus proyectos aprovechando los recursos y la experiencia que ofrece un destino de referencia como es la Costa del Sol.

Además, el programa busca apoyar a los emprendedores en la búsqueda de financiación para poder llevar a cabo sus proyectos, poniéndoles en contacto con diferentes entidades financieras y ofreciéndoles los recursos con los que cuenta Turismo Costa del Sol, especialmente el acceso a la Red Málaga Business Angels de inversores privados.

La tercera edición del programa tiene prevista su finalización en el mes de mayo con una sesión de presentación de todos los proyectos participantes ante el jurado de la II Edición de los Premios Turismo Costa del Sol a las Iniciativas Turísticas Emprendedoras de la provincia de Málaga, organizado por Turismo y Planificación Costa del Sol en colaboración con la Fundación UNICAJA y que premiará el talento, la innovación y el desarrollo de los tres mejores proyectos.

Algunos casos de éxito que se cosecharon en la edición anterior son las empresas I+Db Acoustic, Easy Mixers, Dreamed Restaurants, Bellboy, Axarguías o AC Scholarships; todas ellas empresas para las que el Programa de Aceleración Empresarial Costa del Sol Tourism Hub sirvió de catalizador para poder establecerse e iniciar su actividad económica.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Un centenar de profesionales participó en las dos primeras fases del Plan Japón de Turismo Costa del Sol

La iniciativa se desarrolló en diferentes municipios de la provincia y se buscó adaptar los recursos turísticos al potencial del mercado nipón

Un total de 20.000 japoneses llegan a la provincia cada año atraídos por la variada oferta de la provincia de Málaga

Un centenar de profesionales del sector turístico de la provincia de Málaga participó en las dos primeras fases del Plan Japón de Turismo Costa del Sol que, en una primera etapa, llegó a los municipios de Ronda, Mijas y Málaga y que en la segunda de las fases se ha impartió en Marbella, Antequera y el entorno del Caminito del Rey. Las dos primeras fases contaron con una inversión por parte de la entidad de 30.000 euros.

Según indicó el director general de Turismo Costa del Sol, Arturo Bernal, quien hizo un balance muy positivo de la iniciativa "este plan es una muestra de decidida cooperación para trabajar sobre uno de los caminos con mayor potencial para nuestro desarrollo turístico, que es el mercado turístico japonés". No en vano un total de 20.000 turistas japoneses llegan a la provincia cada año.

Por eso el objetivo de este plan, en el que participaron un centenar de profesionales de la provincia era "adaptar los recursos turísticos al lenguaje y la cultura japonesas. Así, la señalética general, la información turística y la formación de los profesionales en los

códigos culturales de Japón servirán para apuntalar y fidelizar este interesantísimo mercado, en franco crecimiento para la provincia de Málaga”, especificó Arturo Bernal.

“Este plan, ha pretendido adaptar recursos y formar a los profesionales del sector turístico para hacer la estancia del turista japonés mucho más agradable”, comentó Arturo Bernal quien no descartó que Turismo Costa del Sol pueda poner en marcha iniciativas similares para otros mercados.

Bernal detalló que estos turistas “tienen un alto poder adquisitivo, ayudan a romper la estacionalidad, y tienen sobre todo una motivación cultural por lo que un destino como el nuestro atiende sin duda a sus principales motivaciones”.

En este sentido, se diseñó un conjunto de actuaciones que se están desarrollando en el trienio 2017-19 para mejorar la satisfacción del turista japonés que llega a la Costa del Sol y convertirla en la sede de las visitas de estos turistas a Andalucía”, agregó el director general de la entidad.

El turista japonés es de “un máximo interés”, en palabras de Bernal: “tienen un alto poder de gasto turístico, combaten la estacionalidad y suelen consumir productos de cierto nivel y distinción”, enumeró el director general de la entidad, por lo que “se convierten en factores clave para la paulatina consolidación del destino como un lugar de nivel, de calidad y de excelencia turística”.

De la mano de este plan, Arturo Bernal indicó que se completa la promoción de este mercado, “con asistencia a ferias y presentaciones de destino, siempre con el apoyo de las oficinas españolas de turismo y las embajadas japonesas; asimismo incrementaremos los viajes de familiarización con profesionales del sector turístico nipón”, añadió Bernal, quien comentó que “se suma a lo que de por sí ya invertimos en acciones de promoción para este interesantísimo mercado emisor”.

Arturo Bernal subrayó el carácter pionero de la iniciativa: “No se conoce otro destino que esté adaptando a la oferta turística a las características específicas de la demanda nipona, por lo que se prevé una mejora de la satisfacción de los turistas japoneses hacia nuestro destino y, por consiguiente, mayor y mejor captación de nuevos turistas y repetición de los que ya conocen la provincia de Málaga”.

Con la puesta en marcha del Plan Japón, “la provincia da un paso de gigante para habituarse, adecuarse y adaptarse a las exigencias de un perfil turista muy interesante, con el objetivo de que la provincia de Málaga acabe siendo la sede del turista japonés en su viaje por Andalucía”, concluyó Bernal quien ha asegurado que el éxito de esta iniciativa avala su continuidad.

En este sentido, Arturo Bernal indicó que “pretendemos dar continuidad al Plan Japón, incorporando a nuevos municipios y empresas, que estén interesadas en participar en el mismo, incentivando la promoción turística a la demanda final y asistiendo a las principales ferias en origen”.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Más de 700 profesionales del turismo idiomático participaron en la segunda edición del Málaga Education Week

Málaga se convirtió por unos días en la capital en la que se analizó la situación del español en todo mundo

Florido destacó la potencialidad del segmento idiomático y su poder desestacionalizador en la inauguración del mismo

El pasado 14 de enero tuvo lugar la inauguración de la II edición de Málaga Education Week, en el Rectorado de la Universidad de Málaga.

Dicha inauguración corrió a cargo de Javier Hernández Rodríguez, Director de General de Turismo de la Ciudad de Málaga, Jacobo Florido, consejero delegado de Turismo Costa del Sol Antonio Peláez Verdet, Director del Centro Internacional Español UMA, Julio Morales Jiménez, vicepresidente de FEDELE, Carlota Rylance González, presidenta de AEEA y el Presidente Jose M^a Casero, de NACEM, organizadores del evento.

La Semana de español, en relación con el Turismo Idiomático, es una iniciativa de NACEM con el apoyo del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, Turismo Costa del Sol, Extenda y Turespaña. También cuenta con el apoyo de la Universidad de Málaga, ICEF, ST Alphe Conferences y Guard.me. Se desarrolló hasta el 20 de enero en el Rectorado y contó con la participación de más de 700 profesionales llegados de toda España.

Durante estos días se celebró un congreso de español que combinó jornadas de formación para profesores, mesas redondas en torno a la situación del español en el mundo y el turismo cosmopolita como motor económico de las ciudades y contó con la asistencia de numerosas autoridades en la materia.

En la inauguración, Javier Hernández declaró que “las 577 millones de personas que hablan español en el mundo convierten a nuestro idioma en la segunda lengua en número de hablantes. Hay más de 22 millones de estudiantes de español y estamos convencidos de que Málaga es el mejor destino para aprenderlo. No solo fuimos pioneros en la enseñanza especializada -en 1947 nos convertimos en la primera ciudad de España en impartir cursos de español específicamente para extranjeros- sino que al atractivo de nuestra oferta cultural, monumental, museística y gastronómica complementaria se suma la extraordinaria calidad de la enseñanza, con 13 de nuestras escuelas acreditadas por el Instituto Cervantes”.

Jacobo Florido aseguró que “Málaga Education Week es un extraordinario reclamo para ayudar a Málaga a consolidarse como referencia internacional en el aprendizaje del español como lengua extranjera”. También quiso reconocer a “los profesionales que han colocado a Málaga en un punto de referencia importante en este segmento”. Sobre todo destacó la enorme potencia de este segmento que tanto ayuda en la estrategia de Turismo Costa del Sol de “avanzar en la gestión de la estacionalidad” pues el destino recibe estudiantes durante todo el año.

Por su parte, Antonio Peláez aseguró que “la Universidad de Málaga no es ajena a la relevancia que está adquiriendo la enseñanza del español como elemento de contribución al desarrollo de la provincia. Entre sus funciones está la de potenciar la lengua y cultura españolas, y cuenta con instrumentos como el Centro Internacional de Español, que tiene encomendada esta tarea. Dentro de su estrategia de internacionalización tiene muy presente la importancia no solo de hacer que la comunidad universitaria local sea permeable a otras culturas foráneas, sino de convertirse en anfitrión de visitantes que, tras su estancia, transmiten las experiencias que aquí han vivido.

A lo largo de la semana se impartieron talleres de formación dirigidos a profesores de toda España, para elevar la calidad de los docentes ELE, con temas como la inmersión lingüística y cultural, la utilización de las redes sociales e incluso juegos aplicados al aprendizaje del español en las clases.

Igualmente, dentro del Congreso de Español hubo un par de mesas redondas, de libre acceso, en el Rectorado de la Universidad de Málaga: La primera de ellas “El turista cosmopolita como motor económico de las ciudades” moderada por José Ramón Rodríguez de Enforex. Los ponentes fueron Javier Rodríguez Mañas, Consejero de Turismo en el Consulado de Los Ángeles, Javier Hernández Rodríguez, director general de Turismo y Promoción de la ciudad de Málaga, Ignacio Ruíz Patón, director de desarrollo Negocio, Turismo Costa del Sol y Marcin Siemadj, director de la oficina de Extende en Polonia.



La segunda mesa redonda versó sobre “La situación actual de la enseñanza de español. Retos y desafíos” moderada por Patricia Santervás de Cervantes Escuela Internacional y con ponentes de la talla de Antonio Peláez Verdet, secretario Centro Internacional Español UMA, Inmaculada Molina Molina, directora de la Academia Malaca Instituto, Olga Cruz Moya, vicedecana de Calidad y Comunicación F. de Humanidades y coordinadora académica Máster ELE de U. Pablo Olavide y por último María Vicenta González Argüello, codirectora Master online de Formación de Profesorado ELE.

Otras actividades

Durante el fin de semana tuvo lugar en el Hotel NH Málaga la quinta edición de ST Alphe Spain, la conferencia internacional destinada a profesionales del sector del turismo idiomático. Este workshop es uno de los once eventos que la empresa británica Study Travel Ltd. organiza a nivel mundial, en ciudades como San Petersburgo, Estambul, Taipéi, Londres, Sao Paulo y Tokio.

Además, hasta el 31 de enero se pudo visitar la exposición de Calle Larios sobre Turismo Idiomático, compuesta por 40 imágenes con textos en español e inglés que pretende sensibilizar a la población de la importancia del español en todo el mundo.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol acudió a la WTM por primera vez con stand propio

Desde Turismo Costa del Sol se destacó que el destino responde con presencia en el expositor andaluz y con stand propio en Londres para recuperar al principal mercado emisor

El destino realizó una acción al consumidor en la estación Victoria y elevó su inversión un 130% ante la excepcional situación del mercado británico

Los empresarios realizaron más de 300 contactos profesionales en el stand de Turismo Costa del Sol

La Costa del Sol acudió por primera vez con un stand propio con zonas de trabajo y networking a la World Travel Market (WTM) en respuesta a las demandas de los empresarios de la provincia de Málaga y para atender las necesidades del mercado británico, principal mercado emisor de turistas internacionales hacia la Costa del Sol.

Los representantes de Turismo Costa del Sol explicaron que la provincia "ha reaccionado con fuerza ante la situación del mercado británico y realizará una doble apuesta en la WTM, con un stand de carácter profesional donde nuestros empresarios tengan más espacio para trabajar y generar negocio, y a la vez mantenemos nuestra presencia en el expositor de Andalucía, donde presentaremos toda la oferta del destino de la Costa del Sol.

Durante la presentación del stand profesional a los medios de comunicación, a la que también asistieron el presidente del Foro de Turismo Costa del Sol, José Carlos Escribano, y el presidente de AEHCOS, Luis Callejón, se afirmó que “con el stand propio hemos atendido una reivindicación histórica de los empresarios y se hace en esta edición ante la situación excepcional del mercado británico, nuestro principal mercado emisor, y por la próxima aplicación del Brexit”.

El stand propio de la Costa del Sol tuvo una superficie de 195 metros cuadrados y contó con dos grandes zonas dedicadas a la generación de negocio, con una sala de reuniones con 15 mesas de trabajo y una zona de networking con 10 mesas altas.

Además, dispuso de un gran mostrador en el que se proporcionó información digital del destino, tres pantallas digitales que difundieron la oferta de la provincia y dos photocalls con la imagen del Caminito del Rey y del segmento del golf en el que los visitantes tuvieron la posibilidad de hacerse un selfie y compartirlo con el uso de un hashtag a través de sus redes sociales.

Desde Turismo Costa del Sol se destacó la “excelente” respuesta de los empresarios ya que “la Costa del Sol acudió a la WTM de Londres acompañado por un centenar de empresarios que cerraron una intensa agenda profesional con el fin de generar negocio para la provincia de Málaga”. Se estima que durante los tres días que permaneció abierta la feria, del 5 al 7 de noviembre, los empresarios realizaron más de 300 contactos profesionales en el stand de Turismo Costa del Sol.

A esta agenda se sumó la que realizó Turismo Costa del Sol y que contempló casi treinta citas con los principales touroperadores y agentes del mercado británico para cerrar acuerdos para 2019.

El presidente de Turismo Costa del Sol calificó “de acertada la decisión de mantener una doble presencia en Londres, que sumó más que restó, para reactivar a nuestro principal mercado emisor” y añadió que “la agenda de citas que mantuvieron con Jet2.com, ABTA, Travel Counsellors, TUI UK & TUI NORDIC, Thomas Cook, IAGTO o Your Golf Travel servirán para reactivar un mercado que supone más del 30% de las llegadas internacionales a la Costa del Sol”.

Además, la presencia de la Costa del Sol en la capital británica se vio reforzada con una acción de street marketing que se llevó a cabo durante el domingo previo al inicio de la feria en uno de los centros neurálgicos del transporte londinense como es Victoria Station; allí se instaló una carpa en la que se ofreció a los visitantes información del destino y una degustación de productos gastronómicos de la provincia de Málaga.

Con esta apuesta especial en el mercado británico debido al stand profesional y la acción directa al consumidor en la estación Victoria, Turismo Costa del Sol aumentó en un 130% su inversión en la WTM hasta alcanzar los 281.700 euros frente a los 120.000 euros de la edición de 2017.

Mercado británico

El presidente de Turismo Costa del Sol consideró como “prioritaria” esta apuesta especial de promoción debido a la situación de estancamiento del mercado británico, tendencia que se extiende a toda España.

La Costa del Sol registró hasta agosto de 2018 la llegada de un total de 674.016 viajeros hoteleros procedentes del Reino Unido, lo que supuso un descenso del 4,75% en relación al mismo periodo de 2017.

En 2017, la Costa del Sol recibió un total de 1.009.369 viajeros hoteleros británicos alojados en hoteles, cifra similar a la de 2016 y un 30,15% más que hace cuatro años.

Reino Unido se mantuvo en 2017 como el principal mercado emisor de pasajeros en el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, representando el 31% del total de las llegadas registradas con un total de 2.971.792 pasajeros procedentes del Reino Unido.

El informe del mercado británico concluyó que en 2017 se observó un crecimiento en 12 de las 15 principales ciudades británicas emisoras de pasajeros hacia la Costa del Sol y se mantuvieron las principales ciudades emisoras lideradas por Londres y Manchester a quien le siguió Birmingham y Bristol.

El perfil del turista británico corresponde a un viajero con trabajo, con una media de edad de 50 años, principalmente, se considera usuario de las redes sociales, destacando Facebook, Instagram y Twitter y suele disfrutar de una estancia de 9,1 días de media en la Costa del Sol, en donde invierte a diario 105 euros. Entre las ciudades elegidas para su estancia destacan Málaga, Marbella, Ronda, Mijas y Nerja.

Su principal motivación a la hora de viajar a la Costa del Sol sigue siendo el sol y la playa, pero ha pasado a ser un viajero más activo y busca nuevas experiencias con la realización de rutas naturales, la visita de monumentos y las actividades gastronómicas.

El turista británico otorgó con 9.07 puntos sobre 10 al destino, tres de cada cuatro afirmaron que volverían y el 98,8% recomendarían la Costa del Sol a su entorno, según se desprende del informe sobre el mercado británico realizado por Turismo Costa del Sol.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Profesionales del sector turístico avalan el trabajo de Turismo Costa del Sol con 24.000 descargas de sus informes turísticos en un año

Arturo Bernal destaca que estos trabajos se han convertido en una herramienta fundamental para el trabajo diario de dichos profesionales

Profesionales del sector turístico a nivel nacional e internacional han respaldado, con la descarga de los principales informes de Inteligencia Turística de Turismo Costa del Sol, el trabajo que se está realizando en materia de investigación, cuyos resultados influyen a posteriori en el diseño de las acciones de promoción que se ponen en marcha.

Así lo puso de manifiesto el director general de la entidad, Arturo Bernal, quien indicó que en el último año se han producido un total de 24.000 descargas de dichos informes, "lo cual es una magnífica noticia que demuestra que estos estudios son muy utilizados por los profesionales malagueños y por inversores de Madrid, Sevilla, Barcelona, Palma de Mallorca, Reino Unido y Alemania que usan los informes de Turismo Costa del Sol como base de conocimiento para sus proyectos".

Es significativa, además, según explicó Bernal "la proyección internacional de estos informes pues están aumentando las descargas y uso de estos informes por parte de agentes del sector turístico que trabajan en el Reino Unido y en Alemania".

Se destacó también que desde la inmensa mayoría de las provincias españolas se hace uso de los trabajos de inteligencia Turística como modelo de estudios. Así, destacó el hecho de que el 58% de las descargas se produjeron desde la propia provincia, el 13,2% correspondió a profesionales madrileños, el 5,7% a sevillanos y el 3,8% a catalanes.

En cuanto a las descargas internacionales el 18,8% se realizó desde Reino Unido, el 13,5% de Alemania, el 6,3% desde Francia y el 7,7% desde Italia.

Lo importante según el director general de la entidad "no es sólo que estos datos sean excelentes para la Costa del Sol, sino que, además, reflejan el interés que el sector tiene por el conocimiento turístico que se genera desde la empresa".

En cuanto a los documentos que generaron un mayor interés en el período analizado destacan productos como el Observatorio Turístico, con 4.479 descargas; estudios de segmentos con 3.695; boletines de coyuntura hotelera y turística con 2.834 y 3.262 respectivamente; estudios de mercado, con 2.791; y previsiones de llegadas o balances turísticos.

Otros estudios como el Observatorio Turístico del Interior tuvo cerca de mil descargas; informes sobre el brexit, con 796; boletines de empleo turístico con 726; y estudios estratégicos con 517, entre otros documentos.

Los objetivos de Turismo Costa del Sol con el trabajo que realiza este departamento buscan, según explicó Arturo Bernal, "incrementar el nivel de inteligencia competitiva del destino Málaga- Costa del Sol, para que se use en la forma de realizar la promoción del destino, así como para que los empresarios y responsables públicos tengan la máxima información posible y con ello las decisiones que se tomen sean lo más eficientes posibles para la mejora de la competitividad turística de la Costa del Sol".

Este departamento tiene otros objetivos que buscan, según detalló Bernal, "articular el mayor Centro de Inteligencia Turística de un destino turístico a nivel nacional y ser un instrumento que dote de información y conocimiento a Administraciones Públicas y empresas turísticas".

Todo esto según explicó el director general de Turismo Costa del Sol, Arturo Bernal, para ser una herramienta que sirva para transferir conocimiento al sector turístico malagueño a través de un micro site o una sección abierta dentro de la web de Turismo y Planificación Costa del Sol".

El reto de Turismo Costa del Sol es lograr una mejora de la eficiencia de las decisiones de responsables del sector público y privado, gracias a los conocimientos obtenidos. "Saber que el trabajo que estamos realizando es útil produce un enorme orgullo", ha concluido Arturo Bernal.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



El encuentro Horasis India Meeting 2018 abrió la puerta a fructíferas relaciones comerciales entre la India y Málaga

Más de 200 ponentes de 15 países abordaron los retos que afronta el país asiático

La cumbre Horasis India Meeting que se celebró en Málaga durante los días 24 y 25 de junio de 2018 abrió la puerta, según manifestaron sus propios organizadores, a "fructíferas relaciones comerciales entre la India y Málaga".

Esta importante cumbre económica reunió en Málaga a más de 300 líderes empresariales y políticos de todo el mundo que, en diferentes jornadas de trabajo, analizaron tanto la globalización de las compañías indias como las oportunidades de negocio e inversión que presenta este país asiático en España y la Costa del Sol.

El balance de las jornadas se saldó con la celebración de un total de 25 sesiones, plenos y encuentros en los que participaron 220 ponentes de 15 países, quienes abordaron los retos a los que se enfrenta la India a corto y medio plazo, así como la creciente trascendencia global de sus empresas, la innovación o cómo fomentar la economía del país de forma rápida y sostenible.

A este respecto, el consejero delegado de Turismo Costa del Sol, Jacobo Florido, hizo balance de este encuentro, e indicó que "hay que congratularse de que gracias al trabajo

conjunto de diferentes administraciones, Málaga puede presumir de haber albergado la cita económica de referencia mundial de India y enorgullecerse por habernos convertido, una vez más, en punto de mira y foro de debate de temas de máxima actualidad”.

Florido expresó que “para nosotros ha sido todo un honor y una extraordinaria oportunidad haber podido mostrar a representantes de tan alto nivel un destino turístico como Málaga y la Costa del Sol”. Así, según detalló, “los numerosos proyectos en marcha y la gran cantidad de productos que el visitante puede encontrar en nuestro destino nos han colocado, al igual que en otros aspectos de la vida turística, como uno de los enclaves más atractivos y que se adapta a las más variopintas motivaciones”.

El consejero delegado de Turismo Costa del Sol confió en que este foro “haya sido sólo el punto de partida para que Málaga y la Costa del Sol tiendan puentes de sinergia y entendimiento con India y otros países emergentes”.

Por su lado, la concejala de Economía Productiva y Turismo y Promoción de la Ciudad, María del Mar Martín Rojo, destacó el interés que mostraron los empresarios por invertir en Málaga: “Málaga es una ciudad competitiva; partimos de una ubicación geoestratégica extraordinaria, somos una ciudad inteligente que ha desarrollado un ecosistema innovador, ‘Malaga Valley’, y que cuenta con iniciativas pioneras en el sector de las TIC. Pero, además, estos días los participantes han experimentado por sí mismos la calidad de vida que ofrece Málaga, un equilibrio entre el ámbito laboral y el personal difícilmente equiparable, que diferencia a nuestra ciudad y hace que los empresarios que nos han visitado estén predispuestos a invertir en ella”.

Además, el fundador y presidente de Horasis, Frank-Jürgen Richter, consideró que “el evento supondrá un impacto tanto para empresas indias como para la ciudad de Málaga. Muchas compañías indias consideran invertir en Málaga en sectores como las TIC y los servicios financieros”.

La cumbre abrió la puerta a fructíferas relaciones comerciales entre ambos países. De hecho, India es hoy una de las economías más dinámicas del mundo. Según un informe de la consultora internacional PwC, el PIB indio crecerá entre 2017 y 2050 a un ritmo cercano al 5% anual. De esta forma, la India pasaría de representar el 7% de la economía mundial actual a algo más del 15%. A ello contribuirá el enorme crecimiento poblacional del país. No en vano, la India tiene actualmente cerca de 1.250 millones de habitantes y en 2040 se espera que haya superado los 1.600 millones.

En esta línea, se celebró una reunión bilateral a puerta cerrada entre importantes miembros de la Confederación de Industrias de la India y autoridades locales, en la que participaron el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, y la concejala de Economía Productiva, Turismo y Promoción de la Ciudad, María del Mar Martín Rojo. En la reunión se analizaron sinergias y potencialidades de cooperación entre ambos países en áreas como la industria audiovisual, Smart City, el mundo académico, la industria del entretenimiento y las TIC, entre otros.



Asimismo, en el marco del programa de actividades, se celebró una sesión sobre el potencial de España para servir de centro para las inversiones indias. También se llevó a cabo un encuentro de networking entre representantes de empresas indias e instituciones de Málaga para presentar oportunidades de inversión en sectores como la tecnología, las energías renovables, los bienes de equipo y los servicios.

La cumbre estuvo copresidida por el Ayuntamiento de Málaga, la Diputación de Málaga, a través de Turismo Costa del Sol, y la Confederación de la Industria India (CII), y contó con el apoyo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)

Horasis India Meeting constituye la principal reunión anual de líderes empresariales indios y sus homólogos internacionales, y acoge a presidentes y consejeros delegados de las principales empresas indias, europeas y del resto del mundo para las potencialidades económicas del subcontinente asiático. Esta edición se celebra el décimo aniversario de este tipo de encuentros, en los que suelen participar también ministros de diferentes naciones europeas, premios Nobel y reputados analistas económicos.

Este evento se ha posicionado desde 2009 como una plataforma única para las empresas indias que buscan globalizar sus operaciones en las economías occidentales.

Estos encuentros están organizados por el 'think tank' independiente Horasis, que desde 2005 celebra encuentros mundiales en los que se analiza la situación económica y se proporciona una previsión estratégica sobre los desafíos más críticos a los que se enfrentan las grandes corporaciones y sociedades.

Los encuentros más emblemáticos son la Global Horasis, que se celebra una vez al año, así como las cumbres regionales centradas en India, China y el Sudeste asiático. Todas las reuniones de Horasis se llevan a cabo en el reconocimiento de que las estrategias de crecimiento requieren liderazgo de pensamiento, por lo que los programas se estructuran siempre para conseguir la cantidad máxima de conocimiento.

La primera edición de Horasis India se celebró en 2009 en Múnich (Alemania). Desde entonces se ha celebrado en Madrid (2010), Nápoles (Italia, 2011), Amberes (Bélgica, 2012), Belfast (Irlanda del Norte, 2013), Liverpool (Inglaterra, 2014), Interlaken (Suiza, 2015) y Cascais (Portugal, 2016) e Interlaken (Suiza, 2017).



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol recibió el premio al Mejor Destino Europeo de Golf por la IAGTO

La International Association of Golf Tour Operators, formada por miembros de la industria turística de todo el mundo, otorgó dicho reconocimiento al destino en el marco de la feria International Golf Travel Market

La Costa del Sol fue galardonada como el mejor destino europeo de golf por la International Association of Golf Tour Operators (IAGTO), una asociación a la que pertenecen 2.716 operadores turísticos de golf que controlan más del 87% de los paquetes de vacaciones de golf vendidos en todo el mundo y facturan más de 2.100 millones de euros al año, resorts de golf, hoteles, campos de golf, operadores receptivos, aerolíneas, oficinas de turismo y socios comerciales en un total de 105 países.

Desde Turismo Costa del Sol se expresó su gratitud ante el reconocimiento otorgado por los principales actores de la industria turística internacional siendo "un honor para nosotros recibir un galardón de tan importante magnitud de la mano de la International Association of Golf Tour Operators".

El reconocimiento de la Costa del Sol como el mejor destino europeo de golf del año "reafirma nuestro liderazgo en el segmento a nivel nacional e internacional, a lo largo de todo el año, avalado con una oferta de más de 70 campos, casi el 70% de los existentes en Andalucía", añadieron sus responsables.



Se trata de un segmento al que "Turismo Costa del Sol está prestando especial atención desde hace varios años, siguiendo una línea estratégica marcada por el objetivo de lograr una óptima gestión de la estacionalidad y que ahora, gracias a este premio, recibe un gran impulso para continuar su desarrollo. Desde Turismo Costa del Sol continuaremos trabajando en ello gracias a la cantidad y la calidad de sus infraestructuras deportivas, sumadas a la magnífica conectividad y multitud de servicios complementarios que ofrece el destino", han añadido desde la entidad.

El reconocimiento cuenta con un peso importante en el panorama turístico teniendo en consideración que los responsables de asignarlo fueron los propios tour operadores a los que les respalda una dilatada trayectoria profesional y poseen un importante conocimiento del sector y de los destinos competidores de Costa del Sol.

El galardón fue anunciado durante la ceremonia de entrega de premios de la cena de gala con más de 600 congresistas que la IAGTO organizó en el marco de la International Golf Travel Market (IGTM), feria fundada por la asociación, que en 2018 se ha celebrado del 15 al 18 de octubre en Eslovenia y en la que la Costa del Sol estuvo presente exhibiendo su oferta en el segmento de golf.

La asociación recompensa cada año a través de esta ceremonia los logros sobresalientes de muchos destinos de golf emergentes y resorts de golf individuales fomentando así la obtención de su objetivo principal: elevar los estándares del segmento en toda la industria y ayudar a los destinos a posicionarse no solo para atraer más negocios, sino para conseguir la mejor experiencia posible para el viajero de golf visitante.

Y es que la IAGTO se esfuerza por "proporcionar información y crear oportunidades que ayuden a sus miembros a desarrollar su negocio más rápido, con menos esfuerzo y menor coste", según explicó el fundador y director ejecutivo de la asociación, Peter Walton.

La Costa del Sol puso así el broche de oro a su participación en IGTM, uno de los eventos del sector golfístico de mayor reconocimiento internacional que reúne cada año a un total de 1.300 profesionales de la industria de viajes de golf de más de 65 países, incluyendo a unos 500 proveedores de turismo del sector, a más de 400 operadores turísticos de golf que controlan colectivamente el 80% del mercado mundial de este segmento del turismo y a alrededor de 100 periodistas internacionales y cuyo impacto económico directo e indirecto del gasto de los turistas de golf en el destino asciende a 1.410 millones de euros..

Turismo Costa del Sol llevó a cabo durante la feria la promoción del destino en los mercados internacionales a través de diversas actividades y jornadas de networking desarrollando reuniones cara a cara con los más importantes touroperadores internacionales que han acudido a la feria.

La entidad organizó además "La noche con los amigos de Costa del Sol" el día 14 de octubre, congregando en una cena a los representantes de la oferta turística de golf de



la Costa del Sol que acudieron a la feria con los operadores internacionales más importantes del sector en el Hotel Intercontinental de Liubliana, en el que se ofreció un cóctel, se realizó una presentación de las empresas participantes, dando lugar a un espacio de networking y desarrollo de futuros negocios y se ofreció un espectáculo de música y baile flamenco. La Costa del Sol intensificó su promoción en la feria gracias a diferentes acciones de branding en diferentes soportes de la feria y de IAGTO.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol acogió el quinto Open de España Femenino de Golf

Arturo Bernal destacó que el Open consolida a la Costa del Sol como referencia del golf femenino

La Costa del Sol vivió por quinta vez y por tercer año consecutivo, uno de los eventos deportivos de máximo nivel internacionales como es el Andalucía Costa del Sol Open Femenino de Golf, enmarcado dentro del Circuito Europeo Femenino. La competición, que tuvo lugar del 22 al 25 de noviembre de 2018, en La Quinta Golf & Country Club de Benahavís, reunió en la Costa del Sol a la élite del golf europeo para disputarse la victoria en este torneo, donde también participó la malagueña Azahara Muñoz, una referencia indispensable del Andalucía Costa del Sol Open de España Femenino, torneo que ha ganado en las últimas dos ediciones y que en esta edición ha quedado en segundo lugar, solo superada por la jugadora holandesa Anne Van Dam.

El director de Turismo Costa del Sol, Arturo Bernal, valoró durante el acto de entrega de los premios que el destino acoja esta cita de relevancia que "confirma que estamos preparados para acoger y organizar competiciones deportivas de carácter internacional y que sirven para confirmar que la Costa del Sol es el mejor destino de golf de Europa". "Por eso hemos presentado la candidatura para acoger la Solheim Cup en 2023, es la máxima competición mundial del golf femenino y la Costa del Sol reúne todas las características para ser la sede", añadió Bernal.

Bernal, que mantuvo varios encuentros con las jugadoras antes del acto de entrega de premios, resaltó que "la colaboración entre las distintas instituciones y empresas hacen posible que este Open Femenino de Golf brille con luz propia y que reafirma la apuesta decidida que tiene la Costa del Sol por la promoción del golf femenino como se comprueba que llevemos tres años consecutivos y cinco veces en total siendo sede del Open Femenino de Golf o que hemos acogido el 62% de los grandes torneos femeninos que se han celebrado en Andalucía".

Una de las características de este torneo es su accesibilidad, ya que la entrada para presenciar los días de competición ha sido gratuita. "Es una estrategia plausible que busca acercar el golf y crear afición", valoró Bernal.

Como complemento al torneo, previo a la celebración del mismo, se celebró el PRO-AM Andalucía Costa del Sol Open de España 2018, durante los días 21 y 22 de noviembre, donde se dieron cita más de 160 jugadores en su mayoría empresas del sector del golf, medios de comunicación e instituciones, junto a las profesionales del Open.

Esta fue la quinta vez en la historia que la Costa del Sol acogió la celebración de un Open de España Femenino tras los disputados en Flamingos en 2010, en La Quinta en 2011, en Aloha Golf en 2016 y en el RCG Guadalmina en 2017. En el primero de los casos el triunfo correspondió a la legendaria Laura Davies, mientras que en el segundo el trofeo acabó en manos de su compatriota inglesa Melissa Reid. Mención especial para los desenlaces de este torneo en los dos últimos años, donde Azahara Muñoz se convirtió en 2016 en la primera española en conseguir la victoria a lo largo de la historia, un éxito ratificado posteriormente en 2017.

Los patrocinadores principales institucionales del Open fueron Turismo Costa del Sol, Turismo de Andalucía y Mancomunidad de Municipios de la Costa de Sol Occidental, a los que se le suman la Real Federación Española de Golf, Real Federación Andaluza de Golf, La Quinta Golf & Country Club, los ayuntamientos de Benahavís y Marbella, el Consejo Superior de Deportes y Ladies European Tour y Universo Mujer

La Quinta Golf & Country Club, ubicado en el corazón de la denominada Costa del Golf, superó con éxito el torneo con un recorrido eminentemente técnico que puso a prueba las habilidades de las numerosas estrellas golfísticas que optaban al título. Concretamente The Westin La Quinta Golf Resort & Spa es un destino único para los amantes del golf ya que posee un campo de 27 hoyos, a solamente 10 minutos en coche de Marbella. Diseñado por Manuel Piñero, tricampeón del mundo y ganador de la Ryder Cup, La Quinta Golf & Country Club es un club de golf repleto de atractivos y que se adapta a todos los niveles de juego.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol presentó su candidatura para ser sede de la Solheim Cup de 2023

Desde Turismo Costa del Sol se asegura que la provincia reúne los requisitos para acoger la máxima competición mundial de golf femenino

Los responsables de Turismo Costa del Sol, anunciaron en la World Travel Market que la Costa del Sol ha presentado su candidatura para acoger la Solheim Cup de 2023, que es la máxima competición mundial de golf femenino y que sería la primera vez que se disputaría en España, desde su creación en 1990, y la cuarta ocasión en que la competición se jugaría en un país europeo lejos de las Islas Británicas.

Directivos de la entidad mantuvieron una reunión de trabajo con Mark Lichtenhein, Chairman del Ladies European Tour (LET) en la que también estuvieron presentes la presidenta de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol, Margarita del Cid; el alcalde de Benahavis, José Antonio Mena; y la alcaldesa de Marbella, Ángeles Muñoz.

Desde dicho organismo se señaló a los medios de comunicación que se trata de una "oportunidad histórica y que convertirán la Costa del Sol durante diez años en la meca del golf femenino al llevar emparejado la Solheim Cup la celebración también en los años previos y posteriores del Open de España de Golf Femenino".

Para que la Costa del Sol pueda acoger la Solheim Cup se requiere un campo de alto nivel competitivo, con ciertas medidas de longitud, amplitud, mantenimiento, equipamiento, maquinaria y de organización del personal. Además, otro de los requisitos es que esos campos cuenten con zonas espaciales para la ubicación de gradas y carpas de hospitalidad ya que es un acontecimiento mundial que reúne a miles de aficionados al golf durante los días que dura la competición. Además, se requieren unos ciertos requisitos como amplios accesos a sus instalaciones, los planes de evacuación, las zonas de aparcamientos disponibles y los transfers necesarios para la movilidad de las jugadoras y de los asistentes a la Solheim Cup.

Los representantes de Turismo Costa del Sol afirmaron que "la Costa del Sol reúne todos los requisitos técnicos y de infraestructura turística necesarios para acoger un evento deportivo de alcance mundial".

En este sentido, se detalló que "la Costa del Sol es un destino que destaca por tener una oferta hotelera de calidad ya que más de la mitad de las camas hoteleras son de 4, 5 y 5 estrellas gran lujo" y que a las "excelentes comunicaciones de autovías, autopistas o al AVE se suma la amplia oferta de conectividad del aeropuerto internacional de Málaga que tiene conexiones con más de 120 de las principales ciudades del mundo".

La entidad destacó la doble importancia que tendría que la Costa del Sol fuera la sede de la Solheim Cup en 2023 al asegurar que "será una oportunidad única para difundir en todo el mundo la oferta turística de toda la provincia de Málaga y servirá también para reforzar nuestra apuesta por fomentar el golf femenino, un campo en el que llevamos años trabajando con la Real Federación de Golf de Andalucía".

Aunque no existen muchos estudios sobre el impacto económico directo de la Solheim Cup, los promotores consideraron que sería una herramienta de valor incalculable para atraer al turista estadounidense, un mercado en el que la Costa del Sol tiene todavía mucho margen de crecimiento.

El turismo de golf en la provincia está liderado por jugadores del Reino Unido, seguido de Escandinavia, Noruega, Francia y Alemania y es un perfil de turista estratégico debido a que su gasto medio para su viaje es de 1.827,29 euros, lo que supone un gasto medio diario, incluido el transporte, alojamiento y el gasto en el campo de golf de 148,46 euros día, muy superior al de otros perfiles de turistas.

Máxima competición mundial de golf femenino

La Solheim Cup es un torneo bienal de golf disputado por equipos de 12 jugadoras que representan a Europa y los Estados Unidos y es uno de los mayores acontecimientos deportivos a nivel mundial. La inauguración de la Solheim Cup se llevó a cabo en 1990 y el fabricante de palos de golf Karsten Solheim jugó un papel decisivo en su presentación. El formato del torneo se juega en tres días, aunque previamente hay numerosas actividades.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Un total de 125 profesionales del sector del golf se dieron cita en la XX edición del Pro Am Costa del Golf Turismo

El campeonato rindió homenaje a José María Zamora, uno de los dos únicos españoles directores de torneos del Circuito Europeo y subdirector del European Challenge Tour

Un total de de 125 profesionales del sector de Golf se dieron cita en la XX edición del Pro Am de Golf Costa del Golf Turismo, que tuvo lugar en el Real Club Valderrama-Sotogrande durante los días 21 y 22 de noviembre de 2018, y que en esta ocasión rindió homenaje a José María Zamora, uno de los dos únicos españoles directores de torneos del Circuito Europeo y subdirector del European Challenge Tour.

Este torneo se ha convertido, según manifestó el consejero delegado de Turismo Costa del Sol, Jacobo Florido, en una cita tradicional y muy esperada por parte de los profesionales del sector turístico que tiene como principal objetivo "estrechar relaciones entre los profesionales que conforman la oferta de la Costa del Golf y trazar vías de promoción conjunta".

Esta importante cita en torno al mundo del golf, organizado por Turismo Costa del Sol, contó con el patrocinio de Golfspain.com, Turismo Andaluz y la Real Federación Andaluza de Golf y con la colaboración de PGA Tour y por supuesto del Real Club Valderrama-Sotogrande.

El Pro-Am alcanzó su XX edición, con equipos integrados indistintamente por profesionales y amateurs con el fin de "seguir generando un contexto distendido y al mismo tiempo, poner en común la realidad de la oferta de golf del destino, así como trazar perspectivas comunes para fortalecer la marca Costa del Golf", añadió Florido.

En el transcurso de este acto, se rindió homenaje a una figura significativa en la Costa del Golf tanto en lo deportivo como en la promoción del destino y en esta ocasión, según ha apuntado Florido, "nos rendimos a un grande de este deporte, José María Zamora, uno de los dos únicos españoles directores de torneos del Circuito Europeo y subdirector del European Challenge Tour.

Según indicó Florido, esta importante acción promocional contó con el respaldo de los profesionales del sector del golf que "año tras año demuestran el fiel compromiso con el segmento y en definitiva con nuestro destino".

Además, según Jacobo Florido se trata de una cita que "este año celebramos con más orgullo que nunca tras haber sido nombrados por IAGTO como mejor destino europeo de Golf y tras haber presentado candidatura para acoger la Solheim 2023 con una propuesta imbatible".

El consejero delegado de Turismo Costa del Sol indicó que "tenemos que estar muy contentos porque las perspectivas de crecimiento de este segmento son muy positivas", a la vez que valoró también "el revulsivo que significa la celebración de este torneo para el turismo de golf en la Costa del Sol, uno de los segmentos más importantes de la oferta de la provincia, que cuenta con más de 70 campos de golf, concentrando la Costa del Sol-Costa del Golf el 67% de los campos de golf de toda Andalucía, lo que ofrece una gran fortaleza para la mejora de la competitividad del segmento de Golf que es estratégico para romper con la estacionalidad del destino".

Se trata de un segmento al que "Turismo Costa del Sol está prestando especial atención desde hace varios años, siguiendo una línea estratégica marcada por el objetivo de lograr una óptima gestión de la estacionalidad y que, gracias a la celebración de estos torneos, recibe un gran impulso para continuar su desarrollo. Desde Turismo Costa del Sol continuaremos trabajando en ello gracias a la cantidad y la calidad de sus infraestructuras deportivas, sumadas a la magnífica conectividad y multitud de servicios complementarios que ofrece el destino", añadió el consejero delegado de la entidad.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol continúa su apuesta por el segmento Sport Destination con el copatrocinio del Torneo de Tenis ATP de Amberes

Turismo Costa del Sol estuvo presente en este torneo de proyección internacional, celebrado en Amberes del 14 al 21 de octubre de 2018.

Turismo Costa del Sol continúa su fuerte apuesta por el segmento Sport Destination. En este caso fue uno de los patrocinadores oficiales del Torneo de Tenis ATP 250 European Open 2018 celebrado en Amberes del 14 al 21 de octubre de 2018. A través de su proyecto Sport Destination, que persigue mostrar las enormes potencialidades que tiene el destino para el desarrollo de este segmento, estuvo presente en este torneo internacional de tenis, considerado el más importante de Bélgica, en donde pudieron difundir la oferta de la Costa del Sol.

Arturo Bernal, director general de Turismo Costa del Sol, afirmó que “la presencia de Costa del Sol en un torneo de tal magnitud, permite mejorar nuestra competitividad y lograr un posicionamiento líder. El objetivo ha sido conseguir la máxima difusión para nuestra marca en una de las competiciones deportivas más relevantes del mundo del tenis”.

Este patrocinio incluyó la presencia del logo de Costa del Sol en pista, en la revista oficial del torneo, en la página web oficial así como la proyección de un vídeo promocional del



destino durante los intercambios. Así, la presencia publicitaria del destino como patrocinador dentro de la pista de juego, se tradujo en la consiguiente difusión ante los medios de comunicación de todas las nacionalidades presentes en este prestigioso torneo.

Partiendo de los datos finales de la anterior edición en la que Costa del Sol también participó como sponsor, se estimó una cobertura nacional e internacional de TV durante cinco días que alcanzó más de 788 horas de retransmisión en 45 países diferentes, por lo que "el resultado que esperamos para esta edición, a falta de los análisis finales, será como mínimo igual de positivo", expresó Arturo Bernal .

Esta edición se celebró en el Lotto Arena (Sport Palais) de la ciudad belga, y en ella participaron jugadores de la talla de David Goffian, Richard Gasquet o David Ferrer. El valor en premios se incrementó desde 2017 a más de 600.000 euros, siendo el británico Kyle Edmund el vencedor de esta edición, en la categoría individual, seguido del francés Gaël Monfils. En la categoría de dobles, los también franceses Nicolas Mahut y Édouard Roger-Vasselin se posicionaron como campeones.

Tennium Belgium es la entidad organizadora del European Open, que se celebra desde el año 2016 en Amberes. Anteriormente este torneo se celebraba en Valencia (Open de Valencia ATP 250), pero la licencia fue comprada por esta compañía para organizar el evento a través de su filial en Bélgica.

El European Open es un torneo profesional de tenis de la categoría 250 - son 250 los puntos que se le conceden al ganador en el ranking ATP-; y está dirigido a jugadores profesionales de tenis que aparecen en el ranking de la Asociación Profesional de Tenis.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Málaga recogió el testigo de Lisboa para celebrar la próxima edición de la Seatrade Cruise Med en 2020

Los directivos de Turismo Costa del Sol aseguraron que poder mostrar a los profesionales independientes in situ las excelencias de nuestro destino es una oportunidad "que no vamos a desaprovechar"

Las autoridades malagueñas y de la Comunidad Autónoma participaron en un acto celebrado en el stand de Andalucía Cruises

En el marco de la feria internacional de cruceros del Mediterráneo 'Seatrade Cruise Med', que tuvo lugar en Lisboa, la organización entregó el testigo a Málaga, la cual será sede de este encuentro entre el 15 y 17 de septiembre de 2020.

Desde Turismo Costa del Sol se indicó que "poder mostrar a los profesionales independientes in situ las excelencias de nuestro destino es una oportunidad que no vamos a desaprovechar. No en vano, ellos se convierten en los principales prescriptores del destino y por eso Turismo Costa del Sol tiene entre sus principales objetivos mantener un contacto directo con las principales navieras, siempre en colaboración con otras administraciones, para mostrarles las novedades y potencialidad del destino en materia de cruceros".



Desde la Junta de Andalucía se valoró la elección de Málaga para albergar este evento que, según se apuntó, permitirá, por un lado, mostrar la capacidad organizativa de Andalucía, y por otro, abrir nuevas vías de comercialización del destino como potencia en el segmento de cruceros, que tiene un papel destacado en el sector turístico regional tanto por el volumen de pasajeros y buques, como por su capacidad de desestacionalización.

En esta misma línea coincidieron desde la Autoridad Portuaria, entidad que destacó la importante oportunidad que supone la celebración de este evento "no solo para Málaga sino también para el resto de puertos y destinos de Andalucía que ofrecen itinerarios muy interesantes a las compañías y que, en el último año, recibieron más de 950.000 pasajeros en su conjunto", siendo Málaga el primer puerto andaluz y principal destino de entrada a la Comunidad Autónoma.

Además, la elección de Málaga como sede de una de las ferias internacionales más importantes del sector posicionará al puerto y el destino en el mapa mundial de la industria del crucero.

Por su parte, desde el Ayuntamiento de Málaga, se apuntó que "Málaga se está consolidando como un gran destino del Mediterráneo para los cruceros. Venir a esta feria significa seguir creciendo y preparándonos para el futuro al tener reuniones de trabajo con las principales compañías de cruceros del mundo. Pero, sobre todo, porque hemos conseguido que, unidas todas las administraciones, Málaga sea en septiembre de 2020 la capital mundial del segmento de cruceros al acoger la 'Seatrade' en nuestra ciudad".

Las administraciones ya han comenzado a organizar este evento, en coordinación con la organización de Seatrade, la cual se mostró satisfecha con la elección. "Hemos visitado el magnífico Palacio de Ferias y Congresos de Málaga y podemos asegurar que el evento será un éxito, gracias al esfuerzo del Puerto de Málaga y todas las instituciones implicadas", apuntó la directora de eventos de Seatrade, Vanessa Stephens.

Reuniones con navieras y agentes del sector

Tras la ceremonia, la delegación malagueña, que cuenta también con la participación de Global Port Holdings a través de Cruceros Málaga, continuó la agenda de reuniones que mantuvo con las principales navieras, con el objetivo de impulsar Málaga como puerto base de cruceros.

Con este objetivo, los encuentros se centraron en ofrecer información detallada de las conexiones aéreas de las que dispone la capital a nivel nacional e internacional, así como de los principales eventos celebrados en el destino, los cuales suponen un importante atractivo para los pasajeros.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



TUI Airlines bautizó un nuevo Boeing con el nombre de la Costa del Sol

Jacobo Florido destacó la alianza estratégica que Turismo Costa del Sol mantiene con TUI, un touroperador que mueve más de medio millón de turistas al año en la provincia

El gigante de viajes alemán TUI Group bautizó uno de sus nuevos aviones Boeing 737 Max 8 con el nombre Costa del Sol en un acto que se desarrolló en el Aeropuerto de Málaga. Este es el tercer avión de TUI Airlines al que se le da el nombre de un destino turístico, tras Tenerife y Rodas, desde que iniciara este año la renovación de su flota para incorporar 51 aviones 737 MAX 8 y 18 del 737 MAX 10.

Con este acto de bautizo el grupo turístico quiso reconocer que la Costa del Sol "es hoy uno de los mayores y más populares destinos vacacionales de sus clientes de toda Europa y demostrar su implicación con un destino en el que llevan operando más de cincuenta años", según explicó Dirk van Holsbeke.

El consejero delegado de Turismo Costa del Sol, Jacobo Florido, felicitó a TUI Group por bautizar uno de los aviones de su renovada flota con el nombre de la Costa de Sol que "transportará el nombre del destino en todo el mundo" y ha explicado "que tales asociaciones ayudan a mantener la competitividad de la provincia en los mercados internacionales y consolidar el liderazgo de la Costa del Sol en turismo internacional gracias a la formidable conectividad del aeropuerto de Málaga".



Florado destacó el valor estratégico que supone TUI para la Costa del Sol, un grupo que cada año mueve más de 500.000 pasajeros en la provincia, además de contar con su propia compañía hotelera RIU y con sus marcas de hoteles TUI Sensimar Splash y Holydays Village. “Llevamos décadas trabajando con TUI como aliado estratégico, con el que hemos firmado numerosos acuerdos de colaboración en las ferias internacionales para aumentar la llegada de turistas a la Costa del Sol y mejorar la conectividad de Málaga con las principales ciudades de Europa”, explicó Jacobo Florado durante el acto de bautizo del nuevo avión.

“Hoy estrechemos aún más los lazos de unión con esta nueva colaboración que permitirá que la Costa del Sol viaje por todo el mundo y este Boeing se convertirá en un nuevo embajador turístico de la Costa del Sol de la mano de un grupo que cada año mueve 20 millones de turistas por todo el mundo y que goza de presencia en más de cien destinos vacacionales”, detalló el consejero delegado de Turismo Costa del Sol.

El acto de bautizo del nuevo avión de TUI Costa del Sol tuvo lugar en el aeropuerto de Málaga con la llegada del nuevo avión procedente de Ostende (Bélgica) y actuaron como madrinas de la aeronave las escritoras Carmen Enciso Vega y Eloísa Navas Martín, que bautizaron el avión con agua procedente de la fuente de los Cien Caños de Villanueva del Trabuco.

El avión TUI Costa del Sol aterrizó a las 8.00 horas procedente de Ostende, ciudad belga con la que mantendrá vuelos regulares todas las semanas, y partió sobre las 13.00 horas con el nombre de la Costa del Sol en el fuselaje.

Marina Comas, Purchasing Director Tui Group, explicó que la Costa del Sol es un destino prioritario para su compañía y ha resaltado que el avión de TUI con el nombre de la Costa del Sol simboliza la cooperación de la empresa alemana con la empresa Turismo Costa del Sol para seguir avanzando en mejorar el destino, apuesta que se realiza “no solo en municipios del litoral sino que también la realizamos en el interior de la provincia al incluir acciones y visitas de nuestros clientes a zonas como El Torcal de Antequera, Ronda o El Chorro”.

Por su parte, los representantes de la Junta de Andalucía que acudieron al acto, dieron las gracias a TUI por nombrar a uno de sus aviones con el nombre de la Costa del Sol y destacaron la “importancia de seguir avanzando en el aumento de la conectividad del destino como clave para seguir avanzando”.

Este fue el tercer acto de bautizo de aviones de la compañía tras los celebrados en Grecia y Tenerife y partir del próximo año y hasta 2023, TUI sumará los nombres de nuevos destinos turísticos a su flota de aviones. Los nuevos aviones Boeing 737 MAX de TUI se distinguen por un 20% menos de consumo de combustible y, por lo tanto, un 20% menos de emisiones de CO2. El Grupo TUI se ha fijado el objetivo de convertirse en la aerolínea con las emisiones más bajas de Europa para 2020.



Norwegian amplía su base en el Aeropuerto Málaga-Costa del Sol con dos aviones más

Para celebrarlo la aerolínea obsequió con un trozo de tarta a los pasajeros que se acercaban a los mostradores de facturación o a las máquinas de autochecking

La aerolínea Norwegian celebró el pasado 11 de diciembre la ampliación de su base en el aeropuerto Málaga-Costa del Sol con dos aviones más, que se suman a los cinco que tiene en la infraestructura malagueña y con los que enlaza con aeropuertos de Alemania, Noruega, Polonia, Reino Unido, Finlandia, Dinamarca, Suecia y España. Para celebrarlo, la aerolínea escandinava invitó a tarta a sus pasajeros.

Norwegian conecta desde Málaga con las ciudades de Aalborg, Bergen, Colonia, Copenhage, Dusseldorf, Estocolmo, Gotemburgo, Gran Canaria, Hamburgo, Helsinki, Londres, Munich, Oslo, Stavanger, Tenerife y Varsovia.



MARCA Y EVENTOS



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol, destino líder europeo en Turismo de Golf

Sus 74 campos y su benigno clima atraen cada año a cientos de miles de golfistas

La Costa del Sol es uno de los destinos turísticos más visitados de Europa debido a muchas razones: su clima, sus playas, sus paisajes, sus hoteles, su amplia oferta de ocio, sus buenas comunicaciones aéreas y terrestres, sus puertos deportivos, su historia, su patrimonio cultural y artístico, la cordialidad de su gente, su rica gastronomía... y, cómo no, su golf.

Disfrutar del sol y el golf en la Costa del Sol es una realidad durante los doce meses del año, algo que no pueden hacer en sus países de origen los millones de golfistas que viven en el centro y norte del continente. Andalucía es la región española que cuenta con más campos de golf (casi 120), y la Costa del Sol, en la franja litoral que va de Nerja hasta Sotogrande, contabiliza 74, entre ellos el que ha sido reiteradamente elegido como mejor del continente, Valderrama, y varios más catalogados entre los mejores de Europa.

Los torneos internacionales de mayor renombre se han disputado en la Costa del Sol, también conocida como la Costa del Golf, sede por ejemplo de la Ryder Cup, el Volvo Masters, los Campeonatos del Mundo AmEx, el Mundial Match Play Volvo, la Copa del Mundo, el Open de España y el Andalucía Masters.

Los más prestigiosos diseñadores del mundo han plasmado su sabiduría en campos costasoleños. Cabe citar por ejemplo al norteamericano Robert Trent Jones, autor de Valderrama, Real Club de Sotogrande, Las Brisas y Los Naranjos, entre otros campos costasoleños, Javier Arana, Tom Simpson, Perry Dye, Dave Thomas o Cabell B. Robinson. También han dejado su impronta diseñadora en la Costa del Sol jugadores de leyenda como Gary Player y Seve Ballesteros.

Para los cientos de miles de aficionados al golf que visitan cada año la Costa del Sol – destino líder europeo en este segmento– para disfrutar de su deporte favorito, existe una amplia oferta de alojamientos, de todas las categorías y precios, destacando la cada vez mayor variedad de hoteles especializados en golf, con servicios específicos para hacer más cómoda y placentera la estancia del golfista. También hay resorts con campos de golf y hotel propio, algunos con prestigiosos establecimientos hoteleros de gran lujo, como Villa Padierna Palace o Finca Cortesín.

Marbella, Estepona, Mijas y Benahavís son los municipios con más campos de golf de la provincia de Málaga, deporte que también se puede practicar en muchos otros enclaves malagueños.

La capital malagueña, ciudad natal de Pablo Picasso y sede del museo dedicado al autor del Guernica, ofrece, aparte de sus playas y de su bullicioso ambiente nocturno, una atractiva oferta monumental, entre la que destacan la Catedral y la Alcazaba. En el municipio de Málaga, se encuentra el Parador Málaga del Golf (antes Club de Campo de Málaga), pionero de la Costa del Sol y uno de los más antiguos de España, ya que se fundó en 1925.

La cosmopolita Marbella es visita turística obligada, sobre todo para los golfistas. No en vano, es el municipio de España que cuenta con mayor número de campos de golf: dieciséis. En Puerto Banús es fácil toparse con personalidades y rostros conocidos del ámbito nacional e internacional.

Marbella se ha ganado a pulso su fama de destino turístico de calidad en todo el mundo. Aparte de su infraestructura hotelera, que presenta una inigualable concentración de establecimientos de cuatro y cinco estrellas, la localidad cuenta con un entorno natural privilegiado y, sobre todo, con un microclima inigualable. Los 27 kilómetros de litoral marbellí se encuentran jalonados por cuatro puertos deportivos.

Mijas es el segundo municipio malagueño en volumen de campos de golf, con trece. En la zona de Mijas Costa existen importantes urbanizaciones residenciales, entre las que cabe destacar las de Miraflores y Calahonda, dos miniciudades que cuentan con sendos campos de golf.

Benahavís es una bella localidad de montaña muy apreciada, entre otras cosas, por su magnífica gastronomía, que se puede degustar en uno de sus numerosos establecimientos de hostelería. No en vano, el pueblo es conocido popularmente como 'El Restaurante de la Costa'. A pesar de que se trata de un pueblo pequeño en habitantes (unos 6.000), este municipio es muy grande en extensión y da cabida a ocho campos de golf –uno de ellos, Los Arqueros, diseñado por Seve Ballesteros– y una escuela de golf municipal con magníficas instalaciones.

Estepona es otra de las localidades con amplia oferta de golf, con ocho campos, incluido El Paraíso, diseñado por el legendario jugador surafricano Gary Player. La tradición y la

modernidad se conjugan a la perfección en esta pequeña ciudad, con un casco antiguo que conserva el encanto de los pueblos andaluces, con sus calles estrechas, sus casas encaladas y sus balcones cuajados de flores. Uno de los focos de diversión de la localidad es su puerto deportivo, con más de 400 puntos de atraque y una animada vida diurna y nocturna.

La zona gaditana de la Costa del Sol comprende el municipio de San Roque, con su macrourbanización Sotogrande, donde se enclava el mundialmente famoso Valderrama, sede de la histórica Ryder Cup de 1997, primera prueba europea disputada fuera de las Islas Británicas, en suelo continental. En la citada urbanización hay otros campos de golf de gran renombre como los del Real Club de Golf Sotogrande, San Roque Club y La Reserva. En San Roque se localiza asimismo el que fuera primer campo de golf municipal de la Costa del Sol: La Cañada, cuyos primeros nueve hoyos fueron ideados por Robert Trent Jones y los segundos, por Dave Thomas, ex jugador de Ryder Cup y diseñador de The Belfry junto con Peter Alliss.

En la parte oriental de la Costa del Sol, en la comarca de la Axarquía, hay dos campos de golf: Añoreta y Baviera, ambos diseñados por José María Cañizares, dos veces ganador de la Copa del Mundo. Situada en la parte más oriental de la provincia, es la comarca malagueña que abarca un mayor número de municipios. La Axarquía se caracteriza por grandes espacios naturales de sierra, montes, laderas, tajos y extensas playas, así como por una oferta gastronómica autóctona y un magnífico patrimonio artístico. Sus pueblos conforman lugares pintorescos que han sabido guardar, en un paraje de luz y color, la belleza de sus calles y plazas, sus monumentos y fiestas populares.

El golf también se encuentra hacia el interior de la provincia de Málaga, como por ejemplo en Antequera, ciudad con un magnífico conjunto monumental fruto de su pasado histórico que se plasma en más de medio centenar de edificios de la arquitectura religiosa y civil, fechados entre la Edad del Bronce y el siglo XVIII. Muchos siglos de historia contemplan dólmenes, colegiadas, iglesias, conventos, palacios, arcos, puertas, alcazaba, capillas, ermitas, casas señoriales, palacetes y hasta la propia trama urbana. Antequera destaca no sólo por sus atractivos monumentales, sino también por los naturales, con parajes tan espléndidos como la fértil Vega o El Torcal, sorprendente paisaje kárstico que nos traslada millones de años atrás en la historia del planeta. Muy cerca del casco urbano de la ciudad está el campo de 18 hoyos del resort Antequera Golf.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Costa del Sol dentro del top 5 de destinos de turismo de reuniones en España

El mercado nacional, Reino Unido y Alemania claves para el futuro de Reuniones, según un estudio de Turismo Costa del Sol

Costa del Sol ofrece 144 hoteles y 555 salas con la posibilidad de acoger a 67.000 personas en capacidad de teatro

Turismo Costa del Sol presta especial atención al turismo de reuniones, que engloba a viajes profesionales para la organización de congresos, convenciones, viajes de incentivos y otras reuniones similares a éstas, como por ejemplo, jornadas, presentaciones de productos, conferencias, simposios, foros, seminarios o cursos convocados con diferentes propósitos y magnitudes y se ha situado en el top cinco de los mejores destinos nacionales tras Barcelona, Madrid, Valencia y Sevilla.

En este sentido, ha realizado un informe sobre la situación y perspectivas del turismo de reuniones en la provincia de Málaga, según el cual la Costa del Sol, ocupa el lugar número 152 de destinos de turismo de reuniones a nivel mundial, el puesto 82 en Europa y es uno de los líderes en el panorama nacional.

El Estudio realizado por Turismo Costa del Sol analiza no sólo la oferta congresual del destino, sino también las claves de futuro para ser más competitivos así como los mercados más interesantes para el destino.

Según el informe, el futuro del turismo de reuniones en Costa del Sol tiene como principales emisores el mercado nacional, Reino Unido y Alemania. A ellos les siguen Francia, Escandinavia, Estados Unidos y Canadá. Otros mercados importantes para el segmento de reuniones y eventos en la Costa del Sol son Benelux y China / Corea.

Además, el informe destaca que los sectores a los que deben ir dirigidos los esfuerzos promocionales del destino Costa del Sol, son principalmente el sector médico / sanitario, el farmacéutico y el de comercio y distribución; seguido del sector automovilístico e informático/ tecnológico, el cultural, la Universidad, la actividad logística y el sector de la cosmética.

Respecto a la titularidad de la entidad organizadora, se obtiene que por términos medio cerca de siete de cada diez eventos celebrados en la Costa del Sol son organizados por entidades de titularidad privada o corporativa.

Del análisis de la procedencia de turistas de reuniones según la comunidad autónoma de origen señalar que, tal y como se podría prever, el número de participantes demuestra que tanto la Comunidad de Madrid como Cataluña son, con diferencia, las que más aportan a las reuniones organizadas. Les siguen los participantes provenientes de Castilla La Mancha, Andalucía y Comunidad Valenciana.

“En Costa del Sol existen 144 hoteles que disponen de instalaciones para este tipo de eventos, 555 salas, con la posibilidad de acoger a 67.000 personas en capacidad de teatro. Los 144 establecimientos hoteleros con infraestructuras de reuniones y eventos representan el 43% de la oferta global de la provincia de 3,4 y 5 estrellas.

Destacan los hoteles de cinco estrellas con equipamiento de turismo de reuniones, representando el 95%, seguida de los hoteles de cuatro estrellas, con una cuota del 60% y por último tres estrellas, con una cuota del 19%.

Málaga y Sevilla son las provincias líderes en plazas de reuniones en disposición teatro, con cerca de la mitad de la oferta de Costa del Sol. Le siguen Cádiz y Granada con más del 10% de las plazas cada una.

Es importante destacar el alto valor desestacionalizador de este segmento, siendo julio y agosto la temporada baja de reuniones. Por el contrario, la temporada alta se concentra de marzo a mayo, octubre y noviembre. “El turismo de Reuniones tiene un gran valor estratégico, entre otras muchas razones, por ser una tipología turística que ayuda a gestionar la estacionalidad”, ha indicado Elías Bendodo, presidente de Turismo Costa del Sol.



Son los meses de marzo, abril y mayo junto con septiembre, octubre y noviembre los que registran una mayor celebración de reuniones. Estos seis meses concentran el 80% de la actividad de reuniones en la Costa del Sol.

Bendodo ha insistido en que “vamos a volcarnos precisamente en los segmentos que pueden tener más potencialidad en nuestra estrategia de lucha contra la estacionalidad”. En este sentido, en cuanto al segmento de turismo de congresos y eventos, MICE, la Costa del Sol invirtió casi 400.000 euros para la promoción de este sector en el 2018.

Según el citado estudio, las reuniones y congresos de Andalucía se caracterizan por su corta duración. Seis de cada diez participantes asisten a reuniones de un solo día sin pernoctar. Además, cuentan con un marcado carácter regional presente en las reuniones, ya que más de la mitad de las reuniones y participantes son regionales. Las jornadas, seminarios y simposios son la tipología de reunión predominante, seguidas de las convenciones (Corporativas), los congresos y por último las reuniones de mediano y pequeño tamaño.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Fycma, Excelencia y calidad al servicio de los eventos

Con capacidad para 20.000 participantes y con una programación anual de 150 eventos de media se ha convertido en uno de los recintos de referencia en el Sur de Europa

Calidad, excelencia y asesoramiento personalizado 360º han hecho de FYCMA (Palacio de Ferias y Congresos de Málaga) uno de los recintos de referencia del Sur de Europa. Con capacidad para albergar hasta 20.000 participantes, el recinto malagueño destaca por la flexibilidad, polivalencia y modernidad de sus instalaciones, que combinan diseño y funcionalidad para dar respuesta a todas las necesidades logísticas y organizativas. A través de un calendario anual de más de 150 eventos entre ferias, exposiciones, congresos, convenciones, jornadas y actos de toda índole, el Palacio se ha consolidado como punto de encuentro preferente para la generación de negocio y oportunidades, con una apuesta muy específica por el desarrollo y captación de eventos de carácter científico-tecnológico de ámbito internacional.

Obra del Estudio Asenjo & Asociados, consta de 60.000 metros cuadrados, con un diseño funcional y altamente especializado en el que se unen la tradición mediterránea con la vanguardia del siglo XXI. Cuenta con una superficie de exposición de 19.500 metros cuadrados repartidos en dos pabellones. Asimismo, dispone de dos auditorios, dos salas de conferencias, una sala de exposiciones, quince salas multiusos, diversos espacios de restauración y zona de aparcamiento con capacidad para 1.200 vehículos.

FYCMA ha convertido su política de atención al cliente en su principal valor diferencial, con un nivel de satisfacción expresado por sus usuarios que alcanza el sobresaliente. En



este sentido, es crucial el papel de su equipo humano, al que los propios colaboradores describen como resolutivo, involucrado, con gran capacidad de adaptación y orientado a conseguir el éxito del evento. Esta opinión se traduce en una alta tasa de repetición entre organizadores y agencias, que encuentran en FYCMA el perfecto aliado para el desarrollo de todo tipo formatos.

FYCMA es actualmente uno de los recintos especializados con más certificaciones en aspectos claves como calidad, gestión ambiental y energética, accesibilidad o seguridad de la información, habiendo conseguido en 2018 la acreditación pertinente en Sistemas de Gestión de Sostenibilidad en Eventos o situarse como el primer palacio de ferias y congresos de Andalucía reconocido como zona cardiosegura, entre otros hitos.

Al potencial del propio palacio y su equipo hay que sumarle la excepcionalidad del destino Málaga, cuyo patrimonio cultural, histórico y artístico, así como su extensa oferta turística, aseguran al visitante una experiencia inolvidable en una de las capitales más vibrantes y atractivas del panorama actual.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol, referente mundial del turismo de compras

La diversidad de recintos de compras (centros comerciales, mercadillos...) unida a las tiendas tradicionales y a la variedad de los productos ofertados lo convierten en destino ideal para este tipo de turismo

Núcleos como Puerto Banús, que sigue siendo la meca del mercado de lujo en Europa, Benálmadena, con la mejor marina del mundo, y Málaga, como capital de la provincia, afianzan el posicionamiento de la Costa del Sol dentro del turismo de compras

No es necesario ser un comprador compulsivo ni un amante del derroche para sucumbir a la vasta oferta comercial que distingue a la Costa del Sol como destino de referencia mundial en el marco del turismo de compras. Con más de una treintena de centros, parques y grandes superficies comerciales repartidos por toda la geografía provincial, y un sinfín de tiendas en las que se exhiben desde tradicionales productos artesanales hasta los más exclusivos artículos de prestigiosas firmas internacionales, Málaga brinda al visitante la posibilidad de perderse entre una amalgama de establecimientos capaces de dar respuesta a las demandas más dispares, y siempre manteniendo una relación calidad-precio que, sin duda, sorprende gratamente a propios y extraños. No en vano, el comercio se ha erigido, desde hace varias décadas, en uno de los grandes sectores de la economía costasoleña, y su actividad, en un valor añadido para la oferta turística, hasta el punto de convertirse en un poderoso elemento de atracción para el viajero capaz de concebir el 'shopping' como una actividad irrenunciable durante sus vacaciones.

Centros comerciales

Sea cual fuere el municipio de estancia elegido por el visitante, o la ruta que guíe sus pasos durante su permanencia en la Costa del Sol, el turista encontrará a su paso un entramado de negocios con propuestas tan variadas como diversas, y capaces de adaptarse a cualquier tipo de presupuesto, exigencia y motivación. Los grandes almacenes y centros comerciales, la mayoría de ellos emplazados en las principales poblaciones costeras, son los que registran anualmente una mayor afluencia de público, ávido de adquirir los productos más diversos. En este contexto, destaca, por su peso en el sector, la capital malagueña, que además de contar con el mayor número de establecimientos de este tipo de toda la provincia, cuenta con espacios únicos, muchos de ellos especializados en la venta de género y artículos de campos tan específicos como el mobiliario, la jardinería, la automoción, el textil o los electrodomésticos, entre otros tantos. El florecimiento de nuevos 'macro-recintos' destinados al consumo, además, ha dado lugar en esta ciudad a la aparición de extensas conurbaciones comerciales, en las que el ocio y el esparcimiento tienen un destacado papel. De este modo, junto a las tiendas, el visitante podrá encontrar un amplio abanico de locales dedicados a la restauración, cafeterías, parques infantiles, multicines, peluquerías y centros de belleza, salones recreativos, boleras, y, en algunos casos, hasta gimnasios, discotecas y solarium.

Antequera o Coín, en el interior de la provincia, Rincón de la Victoria o Vélez Málaga, en la franja oriental del litoral, y Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Mijas o Estepona en la Costa del Sol occidental, son algunos otros de los máximos exponentes del turismo 'shopping' en esta provincia, al tener localizados en sus respectivos términos municipales conocidos almacenes y centros comerciales que reciben diariamente un aluvión de visitas, en un alto porcentaje realizadas por viajeros durante su estancia en este destino.

Puerto Banús

Pero, sin atisbo de dudas, el más sólido referente en este segmento continúa siendo Marbella, una ciudad que puede presumir de disponer del mayor parque comercial de toda Andalucía, y de contar con uno de los espacios más selectos para ir de compras: Puerto Banús. Las más notorias firmas internacionales, los diseñadores de ropa, complementos y perfumes más reconocidos del mercado y las más exclusivas boutiques tienen su lugar en este privilegiado enclave, conocido en toda Europa como la meca del turismo de alto 'standing'; un lugar para perderse y quedar embelesados ya no sólo con la extraordinaria belleza de su entorno, sino también con las atractivas propuestas de los escaparates de sus tiendas, en algunos casos, asequibles tan sólo para los bolsillos más pudientes.

Sin embargo, la marina que debe su nombre a José Banús no es la única de la Costa del Sol que, más allá de cumplir su función como recinto diseñado para la práctica de actividades náuticas, alberga en sus dependencias locales comerciales, de ocio y restauración. De hecho, la práctica totalidad de los puertos deportivos del litoral malagueño -once en total- concentran establecimientos ideados para dar rienda suelta al espíritu consumista del viajero más exigente, entramados de negocios que permiten

al visitante disfrutar de una jornada reservada a las compras que puede prolongarse hasta el final del día y mucho más, ya que, en muchos casos, algunas de estas tiendas tienen horarios flexibles que las mantienen abiertas hasta altas horas de la noche, momento en que la actividad comercial deja paso a la diversión nocturna sin necesidad de abandonar las zonas aledañas a los muelles de atraque. Paradigma de este modelo de oferta turística es el puerto de Benalmádena. Considerada la mejor marina del mundo, cuenta en el interior de su complejo con un peculiar centro comercial, cuyo diseño arquitectónico, inspirado en líneas mediterráneas, y su envidiable emplazamiento, lo convierten en uno de los espacios más llamativos para el viajero-consumidor. Compatibilizar el afán por conocer los sitios más atractivos de la provincia con la posibilidad de adquirir artículos de alta gama se convierte aquí en algo cotidiano.

Centros comerciales abiertos

Ahora bien, en la Costa del Sol no todos los centros comerciales responden al esquema organizativo y de funcionamiento que ha terminado imponiéndose en las sociedades más avanzadas, sino que también se ha consolidado un concepto que trata de combinar tradición e innovación, y que consigue despertar un enorme interés entre importantes espectros del turismo 'shopping' que llega a esta provincia. Son los centros comerciales abiertos, experiencias impulsadas fundamentalmente por ayuntamientos y asociaciones profesionales que basan su éxito en el esfuerzo colectivo de los empresarios locales de una misma área para agrupar la oferta comercial de la zona proporcionando a los clientes ventajas y prestaciones adicionales para hacer más gratas sus compras. Esta fórmula está obteniendo excelentes resultados sobre todo en los cascos históricos de grandes poblaciones malagueñas, en los que los comerciantes coordinan sus horarios de apertura al público, facilitan a los consumidores servicios como zonas de estacionamiento gratuito para vehículos o incluso ludotecas en las que poder dejar a los niños durante el tiempo destinado a las compras, y programan actividades para intentar captar la atención de un público al que se le invita a descubrir los rincones más destacados de un municipio mediante el establecimiento de rutas o itinerarios en los que las paradas ineludibles son los establecimientos para la adquisición de productos a precios más que razonables.

Mercadillos

Por otra parte, la inmensa mayoría de las localidades de esta provincia disponen de mercados, algunos de los cuales conservan el sabor añejo de tiempos ancestrales. Bien estructurados como centros de abastos, bien concebidos como zocos artesanales que rememoran estampas propias de otros tiempos, en estos recintos, surgidos como lugares destinados a la compra-venta del más diverso género, pueden encontrarse desde productos perecederos, como los alimentos frescos, hasta artículos manufacturados o de fabricación industrial, así como útiles y enseres de diversa naturaleza; mercancía que también puede ser adquirida en los mercadillos de carácter itinerante que se instalan en casi todos los municipios de la Costa del Sol en distintos días de la semana. Conocidos también con el nombre de rastrillos, estas concentraciones de puestos de venta ambulante al aire libre encuentran en la benevolencia del clima de este destino su mejor



aliado. Algunos tienen carácter genérico y en ellos se comercializa con toda clase de productos; otros, sin embargo, se deben a la especialización, como los mercadillos de los anticuarios o el de los filatélicos, entre otros. Todo un universo que hace difícil que el viajero abandone esta tierra sin llevar en la maleta un recuerdo material de Málaga.



La cocina malagueña

La cocina malagueña tradicional, 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", tan en boga actualmente, ha constituido desde siempre la razón de ser 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. Verduras, frutas, carnes y, sobre todo, el pescado, han hecho posible que la gastronomía malagueña alcance cotas hasta hace poco inimaginables.

El aceite de oliva es elemento imprescindible de la "dieta mediterránea" y, consecuentemente, de la cocina malagueña. Las huertas del Valle del Guadalhorce, los cultivos subtropicales de la Axarquía o los productos cárnicos de la Serranía de Ronda hacen posible esta realidad.

Indudablemente, los productos de la mar son los reyes de la cocina de Málaga y, dentro de la amplísima gama de la bahía malagueña, el auténtico rey es el "boquerón victoriano". El boquerón es parte de la llamada "fritura malagueña", que también cuenta con salmonetitos, jurelitos, calamaritos y otros pescados.

Al establecer un recorrido por la gastronomía malagueña, no cabe duda de que el gazpacho andaluz debe ser destacado entre los primeros platos. Menos conocido es otra variedad de sopa fría, más genuinamente malagueña que el gazpacho, como es el ajoblanco: una mezcla de almendras, ajo, pan, vinagre, sal y, por descontado, aceite de oliva virgen. La porra antequerana es más espesa que su pariente, el gazpacho. Pero la provincia de Málaga no es solo rica en sopas frías. Puede presumir, y con razón, de las llamadas sopas calientes como el gazpachuelo.

Hay otros primeros platos dignos de mención, entre los que destaca “la olla”, especie de cocido con garbanzos, verduras y algo de chorizo, morcilla y lomo de cerdo. Las migas son asimismo características en algunas zonas de la provincia.

Aún hay más elementos singulares de la gastronomía malagueña: el espeto es la forma más característica de preparar las sardinas en todo el litoral de la Costa del Sol; consiste en ensartarlas, muy cuidadosamente para no partirlas, en cañas que se clavan en la arena de la playa frente a las brasas de manera que el calor, que no las llamas, alcance el pescado. Aunque a simple vista puede parecer una sencilla operación, el buen “espetero” es un singular artista capaz de hacer posible una auténtica delicia. En el interior de la provincia los platos principales se hacen más frecuentemente teniendo a la carne como base.

En el capítulo de postres, Málaga ofrece frutas de renombre como el melocotón de Periana, el pero de Ronda, las naranjas del Valle del Guadalhorce o la uva moscatel de Manilva o la Axarquía. Esta última comarca es rica productora, por su clima, de chirimoyas, mangos o papayas. La repostería adquiere suma importancia en numerosas poblaciones, destacando aquellas donde hay conventos de monjas que, manteniendo la tradición, elaboran mantecados, alfajores o roscos de vino.

También son importantes los vinos y licores, con el vino dulce de Málaga a la cabeza indiscutible. Pero la variedad de caldos que hoy produce esta tierra no se reducen a los acogidos dentro de la denominación de origen Málaga. En los últimos años, los vinos blancos de Molina o Manilva, o los tintos de la Serranía de Ronda, bajo la denominación de origen Sierras de Málaga, son cada día más apreciados. La variedad de vinos es extensiva a los licores.

Junto a todo ello, Málaga no solo mantiene, sino que ha logrado dar un nuevo impulso a esa delicia gastronómica que es la tapa. La Costa del Sol ofrece a visitantes y residentes la más amplia variedad de cocina en los restaurantes más diversos. Además, a la tradicional gastronomía malagueña se une, gracias a la influencia del turismo, la más variada cocina internacional. En esta tierra se puede encontrar desde el más sofisticado restaurante hasta el conocido chiringuito de playa familiar o las populares ventas de comida típica y popular a precios asequibles, establecimientos en donde el Plato de los Montes es más que una tradición.

Últimamente han surgido con fuerza en el campo de la gastronomía y la restauración las escuelas de hostelería, como las de Benalmádena o La Cónsula, en Churriana. Los alumnos que estudian en ellas pronto adquieren reconocimiento nacional e internacional, obteniendo la totalidad de ellos contratos en los más prestigiosos restaurantes y hoteles de todo el mundo. Existen, igualmente, escuelas de hostelería privadas y oficiales en las que se forman cada año los profesionales del sector de la hostelería, tan demandados en la provincia malagueña.

Estos y otros factores han hecho posible que la provincia de Málaga cuente en 2018 con 8 establecimientos que han alcanzado galardones como la Estrella Michelin: tres



estrellas al restaurante de Dani García en el Hotel Puente Romano, mientras que el resto (José Carlos García, Sollo, Messina, Kabuki Raw, El Lago, Skina y Bardal de Ronda) está distinguida con una estrella.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



La Costa del Sol afianza su posicionamiento gastronómico logrando el primer restaurante con tres Estrellas Michelin de la provincia

El restaurante marbellí de Dani García consiguió el 'triestrellato' y contribuye a que Málaga acumule 10 estrellas distribuidas en ocho restaurantes

La Costa del Sol consolida su potencial gastronómico logrando el primer restaurante de la provincia con tres estrellas Michelin, en la gala que se celebró el pasado 21 de noviembre en Lisboa en el que se anunció el reparto de galardones, consiguiendo el cocinero malagueño Dani García la tercera estrella para el restaurante marbellí que regenta bajo su nombre y en el que ofrece una cocina contemporánea, con productos que demuestran la riqueza gastronómica de la provincia de Málaga. Se convierte así en el primer 'triestrellado' de Málaga y segundo de Andalucía.

El nuevo reparto de galardones, por parte de la guía gastronómica, ha posicionado a Málaga como la provincia andaluza con más estrellas, acumulando un total de 10 distribuidas en 8 restaurantes diferentes. Concretamente, los restaurantes malagueños reconocidos por la guía, incluyendo el de Dani García, son, con una estrella cada uno El Lago de Marbella, Bardal de Ronda, José Carlos García de Málaga, Kabuki Raw de Casares, Messina de Marbella, Skina de Marbella y Sollo de Fuengirola.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

El director general de Turismo Costa del Sol, Arturo Bernal, expresó su orgullo ante “tan relevante reconocimiento a nivel internacional en el sector gastronómico, pilar fundamental en la industria turística de la provincia de Málaga”.

La atribución de la décima Estrella Michelin “refuerza la riqueza gastronómica del destino, con uno de sus atractivos estrella reconocidos internacionalmente. Se trata de un segmento que consolida su peso, día a día, en la elección del destino por parte de los turistas que visitan la Costa del Sol, al convertirse en el segundo recuerdo más importante del viaje para sus visitantes, según la Organización Mundial de Turismo”, tal como indicó Bernal.

Es por ello por lo que Turismo Costa del Sol trabaja intensamente en posicionar este segmento en el marco de la estrategia de segmentación que está llevando a cabo la entidad, teniendo en cuenta la importancia del producto gastronómico en el turismo de la región. “La gastronomía nos ayuda sin duda para explotar mejor las capacidades del destino turístico durante todo el año, pues se trata de un elemento que forma parte de nuestro patrimonio y de la vivencia del turista por lo que esta motivación está indiscutiblemente unida a su itinerario de consumo”, destacó Bernal.

Y es que la gastronomía de la provincia de Málaga es uno de los aspectos más valorados por parte de sus visitantes. Concretamente, ocupa el sexto puesto en cuanto a las motivaciones para elegir la Costa del Sol y el cuarto si se trata de turismo de interior. Ya en destino, la gastronomía ocupa el quinto puesto en actividades realizadas, detrás de visitas a lugares históricos, turismo cultural, senderismo y visitas a parques naturales.

El 26% de los visitantes asegura que salir de tapas es de las principales actividades realizadas en la Costa del Sol y los turistas con alta motivación gastronómica otorgan un 8,72 sobre 10 a la oferta de restauración del destino.

La Costa del Sol ofrece a visitantes y residentes la más amplia variedad de cocina en los restaurantes más diversos. Además, a la tradicional gastronomía malagueña se une, gracias a la influencia del turismo, la más variada cocina internacional. Además, Málaga cuenta con una de las cuatro denominaciones de origen para vinos y vinagres que ostenta Andalucía y productos genuinos como las pasas de Málaga o las chirimoyas de la Axarquía cuentan con denominaciones de origen oficiales.

La gastronomía para la Costa del Sol “es una elección de primer orden y un factor esencial que debemos satisfacer con calidad, tradición e innovación, como factor de esencial competitividad en un destino consolidado”, tal como añadió Bernal. Es por ello por lo que Turismo Costa del Sol viene desarrollando iniciativas como Sabor a Málaga, una marca desarrollada para apoyar e impulsar al sector agroalimentario de la provincia y que cuenta ya con más de 600 empresas adheridas.

“La cocina malagueña tradicional es rica en variedad de platos y se ha convertido en un importante complemento de la oferta turística de la provincia. La llamada dieta mediterránea ha constituido desde siempre la razón de ser de los platos de una cocina



que, además de sana y variada, está formada por ingredientes de primera calidad que han hecho posible que la gastronomía malagueña alcance cotas hasta hace poco inimaginables” concluyó Bernal.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Los vinos de Málaga y Sierras de Málaga, en alza

La provincia ha pasado de las nueve bodegas que tenía en 1999 a cuadruplicar su número

Desde hace unos años los tradicionales vinos de Málaga, esos vinos dulces que dieron fama a la provincia antes de la explosión turística y a los que los árabes llamaron "charab al malaquí" (jarabe de Málaga); que se exportaban al Vaticano y hacían las delicias de los zares de la Rusia Imperial, ya no están solos. Una de las firmas más conocidas, Málaga Virgen, hace siete años sacó al mercado hasta cuatro nuevos productos alejados de los clásicos vinos dulces, entre los que hay tintos, rosados e incluso vinagres, sin contar con su gama de diseño, formada por caldos de muy alta calidad en un envase hecho a medida de los "gourmets".

Al igual que la firma ya citada, hoy en día la mayor parte de las bodegas malagueñas han sacado nuevos productos al mercado o están a punto de hacerlo, claro ejemplo del dinamismo que existe en el sector vitivinícola malagueño. El número de bodegas sigue creciendo, varias de ellas motivo de atracción turística, y ya hay muchas inscritas en el mencionado Consejo Regulador con las denominaciones de origen Málaga y Sierras de Málaga.

Las zonas de producción de vino de Málaga son seis: La Axarquía, en la Costa del Sol Oriental; Montes, la cadena montañosa que rodea a la capital; Norte, la zona más llana en la comarca de Antequera; Costa Occidental, en el límite con la provincia de Cádiz; y Serranía, en el entorno de Ronda.

Una de las claves que ha propiciado la fiebre innovadora estuvo en la renovación del propio Consejo Regulador, que desde el año 2000 empezó a regular también la



denominación de origen Sierras de Málaga para englobar vinos blancos, rosados y tintos. Con esta decisión, a los empresarios, que hasta entonces se limitaban a comercializar bajo la denominación Málaga (que sólo admite vinos dulces), se les abrió un nuevo mundo de posibilidades.

Los resultados de esta decisión se vieron enseguida. No sólo por la salida al mercado de nuevos productos, sino por la aparición de nuevas bodegas. De las nueve que existían en 1999 se ha pasado a la cuarentena de la actualidad. Y es que la denominación Sierras de Málaga ha propiciado el surgimiento y consolidación de numerosas bodegas en la provincia, especialmente en la comarca de Ronda de forma tal que hoy, los vinos malagueños, especialmente los tintos y algunos dulces de elaboración moderna, se encuentran en los mejores restaurantes internacionales.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Ruta del Vino de Ronda

El renacer de lo ancestral, el vino de la antigua Roma

La tradición Vitivinícola de la Serranía de Ronda se remonta al siglo I a.C., son varias las referencias arqueológicas que aseveran la larga tradición del vino en estas tierras, desde monedas romana, lagares..., la referencia más clara que podemos encontrar sobre la importancia de la vid y del vino en nuestro territorio, está en la nos proporciona el libro de los Repartimientos de los Reyes Católicos (siglo XV) o las ordenanzas municipales de la ciudad del año 1568.

La Ruta del Vino y las Bodegas de la Serranía de Ronda se sitúa en la provincia de Málaga, en el sur de Andalucía, y engloba a los municipios de Ronda y Arriate. En su entorno se encuentran los parques naturales de Grazalema y el de Sierra de las Nieves, declarados Reserva de la Biosfera, así como el de los Alcornocales. Es su situación en el arco mediterráneo, con sus peculiaridades climáticas y su diversidad geológica, lo que otorga a sus vinos buena parte de su singularidad. La producción vinícola de la ruta se integra en la denominación de origen "Málaga. Sierras de Málaga".

Sus vinos son vinos "tranquilos". En los blancos, en la ruta se elaboran las variedades de Chardonnay, Colombar, Sauvignon Blanc, Gewürztraminer, Riesling y Viognier. Por su parte, las uvas tintas son Romé, Cabernet Sauvignon, Merlot, Shyrah, Tempranillo, Garnacha, Cabernet Franc, Pinot Noir, Petit Verdot, Graciano, Malbec, Monastrell y Tintilla de Rota. En general, son vinos afrutados en la nariz, cuyos aromas se atenúan en los envejecidos, ganando complejidad y adquiriendo aromas propios de la crianza.

En la boca son vinos con volumen, con buena persistencia y más untuosos y concentrados en los sometidos a envejecimiento. Los vinos blancos presentan un color amarillo pajizo con reflejos verdosos, que es más dorado en los vinos con crianza. Los tintos van de un rojo violeta a uno rubí o rojo teja en los casos de los que han tenido una larga crianza. Por último, los rosados presentan una gama de colores rosados que llegan hasta el rojizo.

Cursos de cata, tratamientos de vinoterapia, conciertos en bodegas, paseos entre viñedos, degustaciones de la gastronomía local, un centro de interpretación del vino... Actividades al aire libre para todas las edades como cicloturismo, piragüismo, barranquismo, senderismo, observación de aves, arqueología experimental, vuelo en globo aerostático, espeleología, contacto con el toro bravo... Agenda cultural completa que incluye fiestas de interés turístico como la Feria y Fiestas de Pedro Romero y las Semanas Santas de Ronda y Arriate.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Málaga, Antequera y Ronda suscitan el interés de los viajeros con motivación cultural

Los municipios de Málaga, Antequera y Ronda suscitan el interés de los viajeros que visitan nuestra provincia con una motivación cultural. No en vano, estos tres municipios aglutinan el 80% de todo el patrimonio artístico de la provincia.

Málaga, Antequera y Ronda son tres ciudades de la provincia separadas unas de otras por unas decenas de kilómetros y que llevan años siendo, cada una de ellas, un destino turístico más que interesante. Pero si cada una de ellas esconde una oferta turística muy atractiva, el conjunto de las tres supone un pack poco menos que irresistible, sobre todo para un turista que busque algo más que sol y playa, un viajero que quiera apostar por la cultura, por el arte y por la tradición.

Málaga, ciudad de museos

La ciudad de Málaga ha completado en los últimos años su ya interesante oferta turística con una apuesta decidida por la cultura: 37 museos, centros expositivos y centros de interpretación.

Por supuesto, entre tanto museo podemos encontrarlos para todos los gustos: desde el de la Semana Santa hasta los dedicados a los toros, el flamenco o incluso las muñecas... Pero probablemente lo más importante es el patrimonio museístico dedicado al malagueño más internacional de la historia y uno de los artistas fundamentales del arte español y universal, estamos hablando, cómo no, de Pablo Picasso.

Dos son los museos dedicados al genio malagueño en su ciudad: el primero la Casa Natal en la que nos acercamos a la vida y la familia de Picasso, incluyendo cuadros pintados por su propio padre y obras de otros artistas.

Y el segundo es el Museo Picasso de Málaga, que es el lugar para disfrutar de la genialidad del inventor del cubismo: en él encontraremos más de 200 obras originales entre pinturas, dibujos, esculturas, cerámicas y grabados, toda una amplia visión de la larga carrera de Picasso.

Además del Museo de arte Colección Carmen-Thyssen-Bornemisza, en 2015 abrieron el Centre Pompidou Málaga y la Colección del Museo Ruso de San Petersburgo y, a finales del 2016, abrió sus puertas el nuevo Museo de Málaga, que aglutina en el Palacio de la Aduana las colecciones de Bellas Artes y Arqueológico.

Por supuesto, eso no es todo; la ciudad también ofrece un patrimonio monumental que no hay que perderse: desde la catedral hasta el teatro romano pasando, como no, por la imponente alcazaba y, un poco más allá, el Castrillo de Gibralfaro y las espectaculares vistas que nos ofrece sobre toda Málaga.

Ronda, belleza interminable

Como decíamos, Ronda lleva mucho tiempo siendo un destino turístico, prácticamente un siglo antes de que el turista dejase de ser una rara avis y se convirtiese en un elemento habitual de nuestras playas y nuestras ciudades ya llegaban a Ronda extranjeros fascinados por una Andalucía de bandoleros y gitanas.

Y si en algún sitio es posible todavía hoy encontrar el escenario perfecto para esa España mítica y decimonónica es en Ronda, una ciudad cuyo casco viejo parece haberse detenido en el tiempo, y parece llevarnos sin darnos cuenta a esa época en la que se construyó el impresionante Puente Nuevo, tan 'nuevo' como que tiene ya casi 230 años.

Una maravilla hecha por los hombres que cruza otra maravilla, en este caso responsabilidad de la naturaleza: el enorme Tajo de Ronda, una hendidura tan perfecta y sorprendente que parece cortada con una gigantesca espada, aunque en realidad ha sido obra de las aguas del pequeño río Guadalquivir, elemento mucho más modesto pero de constancia infinita.

No se acaba Ronda en su Tajo, ni en su puente ni en sus calles blancas de ventanas enrejadas, está también su plaza de toros, una de las más bonitas y antiguas de España; museos sorprendentes y curiosos, como el Lara o el de los Bandoleros o una interesante colección de bodegas abiertas para que el viajero conozca los vinos de la zona.

Antequera, la sorpresa del interior

Si Ronda tuvo turistas prácticamente desde que se inventó el turismo, Antequera ha tenido que esperar casi al siglo XXI para que reparásemos en su espléndido patrimonio, pero ahora es una cita ineludible en Andalucía y un tercer vértice perfecto para ese eje que forma con Málaga y Ronda. La declaración de Los dólmenes de Antequera como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en julio de 2017, han terminado de catapultar definitivamente a esta ciudad malagueña.

El comité de la Unesco, reunido en Estambul, aprobó la candidatura, que abarca el dólmen de Menga, el de Viera y el 'tholos' (cámara funeraria) de El Romeral, junto con los espacios naturales de la cercana Peña de los Enamorados y El Torcal.

Es el quinto monumento europeo megalítico en la lista de la Unesco, pero el primero en suelo continental, dado que los cuatro registrados ahora se hallan en Malta, Inglaterra, las islas Orcadas e Irlanda.

Por supuesto, en Antequera lo primero que nos llama la atención es la majestuosidad de su Alcazaba, que vigila desde lo alto la extensión de calles encaladas que, salpicada aquí y allá por iglesias, conventos, palacios y otros hitos, es la ciudad.

Porque si las hermosas calles encaladas de Antequera son una maravilla, lo que encontramos en ellas no lo es menos: la riqueza que durante buena parte de su historia tuvo la ciudad se refleja hoy en esos palacios y no menos en las iglesias, especialmente en la espectacular Colegiata de Santa María la Mayor, uno de los primeros templos renacentistas de España y el primero de Andalucía.

Todo, en un entorno envidiable en el que Antequera se integra con una naturalidad que es poco menos que sorprendente: por ejemplo, con la bellísima Peña de los Enamorados, junto a la ciudad y telón de fondo perfecto para nuestras vistas y nuestras fotografías. Una perfecta imagen de despedida que guardar en nuestra retina tras conocer tres ciudades, Málaga, Ronda y la propia Antequera, que nos dejarán un recuerdo imborrable.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

Picasso, Nauman y Calder, tres grandes artistas para el año 2019 en el Museo Picasso Málaga

El Museo Picasso Málaga propone para 2019 tres exposiciones en primicia en las que abordar la obra de tres artistas decisivos: Pablo Picasso, Bruce Nauman y Alexander Calder.

*Un largo trabajo de investigación en los archivos de la que fuera la primera esposa de Picasso, llegará a Málaga este invierno y primavera con la exposición **Olga Picasso**.*

*En verano, la pinacoteca mostrará obras de colecciones europeas de un artista inclasificable, **Bruce Nauman**.*

*Finalmente, el próximo otoño, **Calder-Picasso** desentrañará la exploración que ambos artistas hicieron del vacío y cómo lo expresaron en su obra.*

Desde el 26 de febrero y hasta el 2 de junio de 2019, el Museo Picasso Málaga se adentrará en la figura y en la historia de Olga Khokhlova, primera esposa de Pablo Picasso, en la muestra con la que inaugurará su programa expositivo del 2019, **Olga Picasso**. La exposición aborda los años que compartieron, poniendo en perspectiva la realización de algunas de las grandes obras de Picasso, y reconstruyendo esta producción en el marco de una historia personal que transcurre paralela a otra historia política y social. Modelo por excelencia de Picasso, la figura imaginada de Olga se irá metamorfoseando -durante la convulsa Europa de entreguerras- conforme se va deteriorando el vínculo entre ellos. Así, aproximadamente 350 piezas, incluyendo pinturas, obras en papel, mobiliario, fotografía, documentación y películas, serán mostradas junto a cartas, fotografías y películas. La exposición está co-comisariada por Émilie Philippot, conservadora del Musée national Picasso- Paris; Joachim Pissarro, profesor de Historia del Arte y director del Hunter College Art Gallery (Nueva York); y Bernard Ruiz-Picasso, co-presidente de la Fundación Almine y Bernard Ruiz-Picasso para el Arte, FABA. La exposición se mostró en el Musée national Picasso-Paris del 21 de marzo al 3 de septiembre de 2017, para a continuación mostrarse en el Museo Pushkin de Moscú (19 noviembre 2018 al 4 febrero 2019), antes de venir al Museo Picasso Málaga y, a continuación, en septiembre de 2019 Caixa Forum Madrid.

Para los meses de verano, desde el 18 de junio hasta el 1 de septiembre 2019, el Museo Picasso Málaga presentará **Bruce Nauman**. Bruce Nauman (1941) es un artista norteamericano multimedia que trabaja activamente desde el pasado siglo y cuyas innovadoras aportaciones giran en torno a su forma de entender el arte, más como una actividad o un proceso que como una producción de objetos. El cuerpo humano es con frecuencia su espacio de reflexión y sus obras sellan las relaciones que se establecen entre los objetos, el espacio que los rodea y quien los observa. Las referencias a la música, la danza, la literatura y la filosofía, desde Samuel Beckett a Merce Cunningham, transpiran sus obras, que generan en el espectador reacciones asociadas a la provocación, el conflicto, la tensión, la desorientación o la angustia. Su ironía está

patente en los juegos de palabras y en las relaciones que se establecen entre público, espacio y obra de arte. Co-comisariada por el profesor germano Eugen Blume y el director artístico José Lebrero Stals, esta exposición aunará alrededor de un centenar de obras, que darán cuenta de la pluralidad significativa con la que trabaja, desde vídeos, esculturas, instalaciones, neones y estructuras arquitectónicas, hasta fotografías y dibujos, entre otros. Después de 25 años, ésta será la primera exposición de gran formato del artista en España

Finalmente, desde el 24 de septiembre de 2019 y hasta el 2 de febrero de 2020, **Calder-Picasso** será la primera muestra en nuestro país dedicada a explorar los vínculos creativos entre estos dos maestros modernos del siglo XX: el norteamericano Alexander Calder (1898–1976) y el malagueño Pablo Picasso (1881-1973). En tanto que el diálogo entre Calder y Picasso cuenta con infinidad de posibilidades, se puede encontrar una conexión vital en la exploración y utilización del vacío, o de la ausencia de espacio, que ambos artistas trazaron en sus obras, partiendo de la figura hasta la abstracción. Calder y Picasso lidiaron con la cualidad de presentar o representar el no espacio, ya sea definiendo una sustracción de volumen, como en la escultura de Calder, o expresando contorsiones de tiempo, como en los retratos de Picasso. Calder exteriorizó el vacío a través de la curiosidad y la amplitud intelectual, involucrando fuerzas invisibles en formas que desafían las limitaciones dimensionales, o lo que él llamó "grandeur immense". Picasso personalizó la investigación, centrándose en el yo interior: adentrándose en cada personaje y venciendo el espacio interpersonal entre autor y sujeto. Organizada en colaboración con el Musée national Picasso Paris, Calder Foundation, New York y Fundación Almine y Bernard Ruiz-Picasso para el Arte, Madrid, la exposición se exhibirá en primer lugar en el Musée national Picasso Paris en febrero de 2019. Co-comisariada por Alexander S. C. Rower, Calder Foundation; Bernard Ruiz-Picasso, FABA; Claire Garnier y Emilia Philippot, Musée national Picasso-Paris, la muestra en el Museo Picasso Málaga reunirá aproximadamente ciento diez obras de arte.

Cada una de estas exposiciones programadas para el próximo año contará con un programa de actividades culturales desde el que aproximarse a los principales aspectos artísticos e históricos tratados en ellas.

El Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga dentro del TOP 10 de museos nacionales según TripAdvisor

El recinto expositivo malagueño propone para este año 2019 un programa de actividades dominicales para dinamizar su oferta cultural y abrirla a todo tipo de público

El Museo Automovilístico y de la Moda es un espacio donde el lujo, la sofisticación y el buen gusto se dan cita a través de sus trece salas temáticas. En ellas, se ilustra la evolución estética de la automoción a lo largo de tres siglos acompañada, al igual que en museos tan reconocidos como el Moma de Nueva York, de carteles originales de principios del siglo XIX cedidos por el famoso cabaret parisino *Moulin Rouge*, numerosas obras de arte contemporáneo en convivencia con los automóviles y distintas piezas de alta costura de prestigiosos diseñadores como Dior o Yves Saint Laurent.

A toda esta oferta cultural, se le unen las exposiciones temporales y las actividades que desarrolla entre las que se encuentran visitas teatralizadas, que acercan la cultura al público desde el ocio y un programa educativo que pone en valor el papel de la mujer y la igualdad, la defensa de los animales, la seguridad vial y el respeto al medio ambiente.

Además, como rasgo destacable, se trata de uno de los pocos espacios culturales *pet friendly*, permitiendo el acceso a mascotas todos los lunes.

Por esto y por muchas cosas más, en el año 2018, el Museo Automovilístico y de la Moda se posicionó en el top 10 de museos nacionales de Tripadvisor.

Durante el año 2019, se realizará cada domingo a las 12:30 la actividad 1, 2,3 ¡Arrancamos! En la que se arrancarán los motores de tres vehículos de la colección y se resolverá cualquier duda sobre estos los modelos.

Por otra parte, los dos primeros domingos de cada mes, de 10 a 12:30 se realizará una visita guiada a la que seguirá una gymkana fotográfica. Esta consistirá en que, tras darse a todos los participantes una serie de pistas y características de varios modelos de vehículos, tendrán que localizar al menos uno de ellos y realizar una foto del mismo, obteniendo a cambio un regalo del Museo.

Con toda esta oferta cultural se pretende acercar a todo tipo de público para que descubra el apasionante mundo del automóvil y la moda desde una perspectiva única.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Selwo Aventura celebra su 20 aniversario con un 2019 lleno de propuestas novedosas

El parque proporciona a los visitantes una experiencia única en la que descubrir, aprender y disfrutar

Selwo Aventura se ha convertido en uno de los referentes nacionales para la conservación y cuidado de especies en peligro de extinción como el rinoceronte blanco o el lince ibérico

Entre sus novedades destacan las Experiencias Únicas como el Safari Serengeti y la Visita Vip Obama

Situado en Estepona, es un parque único donde la fauna, naturaleza y aventura son los protagonistas. El parque ofrece al visitante realizar una gran expedición por diferentes territorios que trasladan a África y a otros continentes para conocer especies emblemáticas como el león, la jirafa, el hipopótamo, el lémur, la cebra, el guepardo, el lince ibérico, el elefante asiático o el panda rojo. Y siempre con propuestas dirigidas a acercar y aprender a respetar la fauna para cumplir tres objetivos clave: descubrir, aprender y disfrutar.

Selwo Aventura cumple este año el vigésimo aniversario de su inauguración en 1999 y lo celebrará durante toda la temporada con diversas propuestas. El parque comenzará

la temporada 2019 el viernes 15 de febrero y entre sus novedades destaca *Territorio Sabana*, el hábitat del Rinoceronte Blanco dirigido a conseguir el máximo bienestar de esta especie que forma del programa de reproducción de especies (EEP) en el que participa el parque.

Selwo Aventura cuenta con diferentes zonas que se inician en el Pórtico de la Naturaleza, un paisaje único con una cuidada y frondosa vegetación tropical y subtropical y el gran Lago África habitado por diversas aves acuáticas. En el Pórtico se encuentra el territorio del guepardo, el mamífero más veloz del planeta, la suricata, la gacela Cuvieri, el legendario cocodrilo del Nilo, el hábitat de la hiena, el del macaco de Gibraltar y el hábitat *La vida en los árboles*, que alberga una familia de Gibón de Manos Blancas y otra de Colobo Blanco y Negro. Aquí también se encuentra Territorio Madagascar, el hogar del Lémur de Cola Anillada, el Lémur de Mayote y el Lémur Blanco y Negro.

El recorrido continua y se adentra en el Gran Cañón donde destaca el Hábitat de los Linces, el territorio donde viven Javo y Judía, la pareja de lince ibérico cedida por la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía. Su presencia tiene como objetivos contribuir a su protección y conservación además de dar conocer a los visitantes la situación y problemática de esta especie de felino en peligro de extinción además de, por supuesto, tener la oportunidad de observar a esta joya de nuestro patrimonio natural. El recorrido por el Cañón de las Aves también lleva hasta la Cascada de las Nutrias para después acceder al Cañón de las Aves y descubrir diversas especies en un cielo repleto de vida entre las que se encuentra el ibis eremita, especie en peligro crítico de extinción.

El Poblado Central ofrece el Territorio del León y la Gruta de la Noche, el hábitat del murciélago de la fruta originario de Egipto. Muy cerca la Reserva de los Lagos permite conocer al hipopótamo, una de las especies más representativas de África que puede superar los cuatro mil kilos de peso. En esta Reserva viven también la Jirafa y el rinoceronte además de otras de menor tamaño pero no por ello menos representativas de la fauna del legendario continente como son la cebra, el ñu y otros antílopes.

Destacar los diversos programas de interacción Experiencias Únicas con propuestas como el novedoso Safari Serengeti o la Visita Vip Obama que debe su nombre al recorrido que realizó la familia del presidente de Estados Unidos en su visita al parque en 2010. Safari Serengeti es un programa de interacción que ofrece un recorrido por la Reserva de los Lagos en un camión todoterreno para estar muy cerca de especies representativas de la fauna africana como la jirafa, la cebra, el hipopótamo o diversos antílopes. Este exclusivo safari que traslada a territorios africanos se realiza acompañado de un guía experto.

En el apartado de actividades de aventura el parque cuenta con tres espectaculares puentes colgantes; la gran pasarela de 64 metros de longitud que atraviesa el gran lago de África del Pórtico, el puente colgante de Linces en el Gran Cañón y el del Cañón de las Aves. Y más propuestas de aventura como la tirolesa Ziwa que atraviesa el gran lago



de África o Mshale, la instalación de tiro con arco que permite comprobar la destreza y puntería.

El apartado de actividades y exhibiciones cuenta con *Conoce a...* el programa de charlas educativas sobre diversas especies como el lince ibérico, el león, el guepardo, el elefante asiático o el lémur y propuestas de interacción como la de cabritas. En el apartado de exhibiciones destaca la nueva presentación de aves rapaces del Poblado Central.

El parque tiene destacados programas de Conservación de Especies en Peligro de Extinción de especies como la jirafa Angolensis, el ibis Eremita y el lince ibérico. Selwo Aventura ha contado con nacimientos significativos para la fauna mundial, destacando en este apartado Kanvar, el primer elefante asiático nacido en España en 2008.

Si se desea se puede prolongar la estancia en Selwo Lodge, el exclusivo hotel de Selwo Aventura compuesto por los poblados Watu y Masai, con 23 cabañas que reproducen las típicas construcciones del Continente Africano, cada una de ellas con todas las comodidades de un confortable alojamiento con dormitorio doble, televisión, baño y aire acondicionado. También cuenta con una refrescante piscina en los meses de verano y ofrece la posibilidad de cenas exclusivas para los clientes alojados en Selwo Lodge.

El Aula de la Naturaleza y los Campamentos de Selwo Aventura ofrecen innovadores programas de actividades de educación ambiental para los más jóvenes, dirigido a potenciar el respeto por la Naturaleza y la fauna. El Aula y los Campamentos cuentan con los Poblados Kenia y Zulu, dos opciones para disfrutar varios días de Selwo Aventura.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Selwo Marina continúa en 2019 con su labor de divulgación y entretenimiento con la programación de nuevas actividades

Referente entre los parques de naturaleza europeos, posee los únicos Delfinario y Pinguinario de Andalucía

La gran apuesta del parque para este 2019 es la Playa de las Iguanas en la zona de Amazonia

Dentro de las Experiencias Únicas destacan Encuentro con Delfines y Baños con Leones Marinos

Situado en Benalmádena, es un novedoso concepto de parque que permite estar muy cerca de diferentes especies representativas de la fauna mundial. Todas sus propuestas están dirigidas a acercarnos y aprender a respetar las diferentes especies que conforman su fauna para cumplir tres objetivos clave como son descubrir, aprender y divertir.

Selwo Marina, con los únicos Delfinario y Pingüinario de hielo de Andalucía, inaugurará la temporada 2019 el viernes 15 de febrero y entre sus nuevas propuestas destaca la Playa de las Iguanas en Amazonia. El Delfinario de Las Antillas permite conocer cómo son y viven los Delfines Mular y los leones marinos de la Patagonia. Este gran complejo cuenta con una amplia grada para observar las presentaciones y una gran piscina cuyos

paneles frontales transparentes permiten ver muy cerca y bajo el agua a los inteligentes delfines pertenecientes a la especie Delfín Mular o Nariz de Botella. Las exhibiciones que ofrece el Delfinario están dirigidas a acercar y aprender a respetar a este gran mamífero marino, además de transmitir a los visitantes la importancia de la naturaleza, su cuidado y respeto a través de la familia de delfines de Selwo Marina.

Isla de Hielo ofrece un paisaje poblado por la gran familia de pingüinos Rey, Juanito, Macaroni y Magallanes. El Pingüinario es una instalación que reproduce fielmente el hábitat natural de estas singulares aves con temperaturas muy bajas, para conseguir unas condiciones ambientales similares a los gélidos acantilados de las tierras más australes del Planeta. Este "frío" hogar acoge una península rocosa cubierta de nieve natural y rodeada de una gran piscina de agua salada. La instalación está totalmente acristalada para observar desde todos los ángulos cómo son, viven y se "mueven" tanto dentro como fuera del agua los pingüinos. La instalación del Pingüinario ha acogido nacimientos especialmente significativos de crías de pingüinos Rey y Juanito, las primeras nacidas en la Península Ibérica, todo un éxito del programa de ESB (European Studbook) que gestiona la información demográfica de estas especies.

Los Trópicos es un hábitat poblado por diferentes especies originarias de este ecosistema donde el visitante puede adentrarse y observar muy cerca especies de hábitos terrestres como el muntjac, originario de las selvas y bosques del sur de Asia, y el saki de cabeza blanca o aves como el ibis escarlata. Muy cerca se encuentra La Hondonada, la instalación de las exhibiciones de aves exóticas, y Amazonía, el territorio con diferentes instalaciones donde viven especies originarias de esta gran selva tropical.

Las propuestas Experiencias Únicas ofrecen programas con diferentes actividades de interacción con las especies más carismáticas de Selwo Marina. En éste apartado destaca *Encuentro con Delfines*, un exclusivo y completo programa de interacción con un marcado cariz didáctico con estos mamíferos marinos. Otras propuestas de Experiencias Únicas son *La Visita Vip*, una actividad especialmente diseñada para descubrir, siempre de la mano de un guía experto, el mundo de los delfines, pingüinos, especies del Amazonas... *Los Baños con Leones Marinos*, un programa de interacción destinado a conocer y nadar con este gran mamífero marino en la gran Bahía que lleva su nombre y *Encuentro con Pingüinos* la propuesta que permite al participante adentrarse en el gélido hogar de ésta singular ave para conocerla muy cerca y alimentarla personalmente.

Selwo Marina cuenta con Campamentos de Verano dirigidos a los más jóvenes, con un completo programa didáctico a la vez que divertido.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



El Teleférico de Benalmádena propone un viaje único para contemplar la grandeza del litoral malagueño

Las modernas cabinas se complementan con un sistema de audioguía que explica lo que se va viendo durante el recorrido

Ideal para los amantes de la naturaleza, ofrece numerosas actividades de ocio como rutas de senderismo y exhibiciones de aves

Teleférico de Benalmádena abre su temporada el 15 de febrero y ofrece un espectacular viaje en cómodas y modernas telecabinas, cada una con capacidad para cuatro personas, en un recorrido que une Benalmádena Costa y la cima del Monte Calamorro, uno de los enclaves más elevados de la Costa del Sol a cerca de 800 metros de altura sobre el nivel del mar donde además de un exclusivo paisaje se puede disfrutar de una completa oferta de ocio para visitantes de todas las edades.

Este exclusivo viaje comienza en la estación de salida del Teleférico situada en Benalmádena. Durante el viaje se contempla una panorámica única de la localidad y un paisaje sin parangón del litoral malagueño. Además la ladera del monte Calamorro ofrece una amplia representación de la riqueza botánica de esta zona típicamente



mediterránea con especies de gran interés ecológico como la zahareña, la jara, el tomillo, el lirio, el mastranto, el cantuero o la mejorana. Cada cabina cuenta con una audioguía que ofrece durante el recorrido una completa información del paisaje que se contempla y curiosidades de la zona. El viaje finaliza en la estación de llegada del Teleférico situada en la cima del Monte Calamorro a cerca de 800 metros de altitud sobre el nivel del mar.

La cima del monte Calamorro ofrece una completa oferta de ocio, con propuestas como las exclusivas exhibiciones de aves rapaces que se realizan diariamente en el Valle de las Águilas para disfrutar de espectaculares vuelos de diferentes especies de aves de rapaces como halcones, águilas, búhos, buitres... La cima cuenta con rutas perfectamente señalizadas por diferentes recorridos y miradores para contemplar las mejores vistas de la Costa del Sol, Sierra Nevada y, en los días claros, Gibraltar y la Costa Africana.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Teba potenciará en 2019 el deporte de aventura de la mano de su patrimonio histórico

Instalará dos vías ferrata, en el cerro de San Cristobal y en una de las paredes del Castillo de la Estrella.

Con el objetivo de completar la oferta deportiva del municipio y potenciar esta tipología turística en 2019, se habilitarán dos vías ferrata, una en la entrada del pueblo en el conocido cerro de San Cristobal y la segunda en las paredes del Castillo de la Estrella, la segunda fortaleza más grande de toda la provincia.

La localidad de Teba (3.800 habitantes) cuenta con un amplio abanico de posibilidades para convertirse en una de las mecas del deporte de aventura en Andalucía: dispone de una de las pistas de despegue de parapente más grandes de Europa que está especialmente diseñada para la práctica del vuelo libre. Además, cuenta con un buen número de rutas senderistas tanto naturales e históricas como de interés geológico, como la que conecta el municipio con el Caminito del Rey y que harán las delicias de los aficionados a esta práctica. La oferta turística de Teba se completa con un patrimonio histórico y artístico que se remonta al paleolítico y entre sus citas más importantes destaca la Feria del Queso Artesano, que reúne cada año desde hace 19, a queserías artesanales procedentes de toda Andalucía y otras comunidades, como Castilla León y Extremadura y que fue declarada Fiesta de Singularidad Turística Provincial.



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



Rincón de la Victoria amplía su oferta de turismo histórico y cultural con la apertura al público de la “Cueva de la Victoria”

Ubicada en el Parque Arqueológico del Mediterráneo, en una primera fase la apertura será en fines de semana y con un aforo limitado a 30 personas.

El municipio de Rincón de la Victoria sigue apostando por diversificar su oferta turística haciendo hincapié en su excepcional patrimonio subterráneo y la apertura de la Cueva de la Victoria al público supondrá la culminación de todo un proceso científico y cultural, lejos de los productos turísticos de la Costa del Sol y enfocado hacia la divulgación cultural de la Prehistoria Europea.

En la visita se recorrerán algo más de 110 metros por las cavidades de la cueva en un tiempo de algo más de una hora. En la Sala del Dosel se podrán ver muestras de arte rupestre Paleolítico de unos 30.000 años, pinturas rojas de animales y manchas. También se podrán ver figuras que datan del Neolítico con 7.000 años de antigüedad y que acompañaban a los enterramientos de la época. Además se habilitarán espacios para la contemplación directa de las zonas excavadas durante los años 70 del siglo pasado.

Esta explotación de la Cueva de la Victoria seguirá un modelo de gestión que cumpla con los rigurosos parámetros de conservación y correcta difusión de un yacimiento prehistórico hasta el momento desconocido pero de vital importancia para conocer el modo de vida de los primeros pobladores de estas tierras.



El objetivo último que se persigue es incluir la Cueva de la Victoria, antes del 2020, dentro del Itinerario Cultural Europeo "Caminos del Arte Rupestre", promovido por el Consejo de Europa en 2010.